



УДК 7.012.22

## МОТИВАЦІЙНА ЛИСТІВКА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ

КАСЬЯНЕНКО Кароліна, БЯКОВА Дарина  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Україна  
[Sternikas@ukr.net](mailto:Sternikas@ukr.net)

*Проведено аналіз типології вітчизняних листівок. Метою є популяризація в українському суспільстві шведської філософії еко-френдлі («лагом») засобами мотиваційних художніх листівок. Охарактеризовано принципи даної філософії. Показано вагомість впливу мотиваційної графічної інформації на свідомість реципієнта. Визначено шляхи впровадження у малу поліграфічну форму філософії «лагом».*

**Ключові слова:** листівка, мала поліграфія, графічний дизайн, культура, філософія «лагом».

### ВСТУП

Проблеми довкілля і місце людства в ньому сьогодні є надзвичайно актуальними. Розвинуті країни Європи, маючи високий культурний рівень, активно запроваджують різноманітні програми, проєкти зі збереження оточуючого середовища, пропагують ідеї помірною ставлення до природи. Швеція є однією з найуспішніших в економічному та соціальному плані країна, головною життєвою філософією якої є еко-френдлі – аристотелівська золота середина для свідомих громадян XXI ст., що передбачає помірність у споживанні та баланс між індивідуальним і колективним. Принципи цієї філософії мало відомі в Україні. Сучасні українці часто забувають про важливість розумного ставлення до життя, навколишнього середовища та про баланс у всьому.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Одним зі шляхів вирішення проблеми байдужості громадян щодо катастрофічного стану оточуючого середовища та неусвідомленості наслідків власних дій є ознайомлення й поширення філософії «лагом» засобами мотиваційних художніх листівок, які можуть ефективно виконувати просвітницьку й виховну функцію. В той же час, іншою проблемою є те, що мотиваційний вид листівок, надто скупі представлені на українському ринку. Більша частина цієї продукції є святковою, тобто приуроченою до певного свята чи події. Відхід від жанрової одноманітності візуальних повідомлень у сфері листівок, що диктуються ринком, також є метою даного дослідження.



## **РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ**

За поважний вік (понад 140 років) зовнішній вигляд поштової листівки та її призначення неодноразово змінювалися [1]. Вона пройшла величезний шлях від простої поштівки до електронної листівки. В європейських країнах одним із перших призначень листівки були вітання, присвячені Великодню, Різду тощо. Це стосується й царської Росії та України. В США перші листівки не призначалися для пересилки поштою - їх продавали як сувенір [2]. На межі XIX-XX ст. на теренах України відмічається жанрове розмаїття листівок. Листівки містять репродукції творів живопису, графіки. Фотолистівки – портрети видатних осіб, світлина пам'яток культури (скульптура, вироби декоративно-прикладного мистецтва). З'являються видові листівки і серії листівок, наприклад «Типи Малоросії», де зафіксоване життя українців: хліборобів, рибалок, пастухів, торговців та ін. У воєнні роки на теренах України, Польщі та Росії видаються військові листівки. В них, незважаючи на національну приналежність авторів, прославляється мужність воїнів, готовність захищати рідну землю, змальовуються воєнні будні, переможні битви, втрати друзів, горе матерів, сум коханих [3].

Сучасне тематичне розмаїття листівок поділяється за призначенням на дві великі групи: приватні та корпоративні, які в свою чергу також стратифікуються на жанри. Листівки приватного призначення поділяються на вітальні, релігійні та інформаційно-зображальні. Корпоративні – на вітальні, інформаційні та рекламні. Мотиваційні художні листівки не виокремлено в жодну групу та жанр. Проте, їх умовно можна віднести до інформаційно-зображальних листівок, оскільки останні, як і мотиваційні, містять конкретне зображення з роз'яснювальним підписом. Зокрема, зображення форм рослинного або тваринного світу, твори мистецтва, історичні або сучасні пам'ятки архітектури. Але тут стоїть питання конкретної мети. Якщо інформаційно-зображальні листівки за своєю функцією є лише пізнавальними, то мотиваційні ще й повчальними, навчальними та такими, що виховують і підштовхують до дії. Мотивація є рушійною силою до будь-яких зрушень, а подання її у формі художньої листівки є потужним засобом просування тієї чи іншої ідеї. Корпоративні інформаційні листівки також не позбавлені мети, зокрема, рекламної, що містить пропозиції та послуги фірм, ресторанів та інших виробників, для отримання прибутків від продажів, але ця мета іншого порядку – приватна, що несе користь лише окремій особі або невеликій групі людей.

Листівка – це продукт графічного мистецтва та дизайну, де форма і функція нероздільні. Проте в художній листівці домінує мистецтво, яке викликає асоціації, містить додаткове навантаження, розраховане на співчуття, іноді сповнене багатозначністю. Мотиваційна художня листівка несе соціально корисний візуально-вербальний наратив, що допомагає вирішувати певні культурні потреби суспільства. Зміщення в листівках змістових акцентів зі свята чи реклами в бік



збагачення важливими соціальними смислами створює передумови вирішення тієї чи іншої суспільної проблеми.

Проблеми формування культури життя, розумного ставлення до природи та її ресурсів сьогодні є надзвичайно нагальними. Кожного дня людство робить все більше кроків на шляху руйнування нашої планети, та, навіть, особистих і чужих життів. Осмислене і поважливе ставлення до життя притаманне шведській філософії «лагом» (швед. *lagom* – достатній). Шведи переконані, що справжнє джерело позитивних емоцій — це не речі, а користь, яку людина приносить суспільству. Лагом не закликає відмовитися від матеріальних благ. Сенс у тому, щоб користуватися речами практичними для себе і суспільства в цілому. Лагом не закликає до найсуворішої економії. Основна ідея шведів — розумне споживання. Ще однією концепцією є розумне використання ресурсів та охорона навколишнього середовища. Вона вчить бути, що називається, «eco-friendly» і не засмічувати світ навколо непотрібними речами [4]. Ця філософія є тим чудовим прикладом любові до себе, людства і планети, який необхідно взяти за основу буття й популяризувати різними засобами, в тому числі й листівками. За силою естетичного впливу маленька листівка є не менш вагомою, ніж твір живопису, адже вона, будучи біфункціональним видом мистецтва, крім естетичної функції виконує ще й утилітарну. На відміну від плаката, її невеликі габарити дозволяють довгий час знаходитись біля людини.

Графічна мова листівок, що візуалізує філософію «лагом», має бути лаконічною та знаковою, тобто відтворювати її за тими ж принципами, які ця філософія проголошує. А саме – у мінімалістичному за деталями композиційному, колористичному та шрифтовому рішенні. Практично все, що нас оточує, можна розглядати як знакову систему. Принципи «лагом», що стосуються практично всіх сфер життя людини (їжа, одяг, інтер'єр, здоров'я, вода, електрика тощо), також є знаковими та ще й системними, адже кожний принцип передбачає виконання комплексу певних дій, дотримання певних правил, що за своєю суттю є дуже простими й доцільними. Наприклад, у харчуванні: солодощі вживаються лише один раз на тиждень, аби не нашкодити здоров'ю; використовуються харчі домашнього виготовлення (випічка хліба, соління, джеми); неприйнятно залишати на тарілці їжу, тому одразу береться потрібна кількість. В інтер'єрі усе підпорядковано критерію практичності, здоровому глузду та естетиці мінімалізму. Ці ж критерії притаманні й одягу, який є простим та з натуральних матеріалів. Важливим вважається не відомий бренд, а вдягтися за погодою. Старі речі не викидаються на смітник і не зберігаються роками в шафі, а роздаються, обмінюються або продаються.

Виходячи з тих кроків, що пропонуються філософією для отримання балансу в житті людини, на перший план у графіці виходять наративні зв'язки між образами (їжа – здоров'я, одяг – здоровий глузд, інтер'єр – затишок, чиста вода – зелена планета та ін.), що своєю тихою енергетикою та принадністю відкривають глибину філософського



посилу. Отже, вважаємо, що одним із ефективних інструментів графічного відтворення принципів даної філософії є системний підхід, який виявлятиметься у серійності мотиваційних художніх листівок. Саме серійність дозволяє покроково, в різних ракурсах розкривати всі принципи філософії «лагом». А найкраща графічна інтерпретація шведських принципів помірності – це стисла образна система, що візуально компактно занурює реципієнта в проблему та сприяє кращому її розумінню та запам'ятовуванню.

### **ВИСНОВКИ**

Історія листівок України та Скандинавії досить різна, в обох випадках поштові листівки відображали історичні події та національні мотиви й традиції. Оскільки сьогодні відбуваються глобальні інтеграційні культурологічні процеси, для донесення шведської концепції помірного ставлення до життя й природи та інтеграції її в українське середовище чудово підходить листівка як мобільний вид поліграфії. Використовуючи засоби композиції, колір, шрифт можна відтворити всі принципи цієї філософії у художньо-графічній стилістиці, притаманній скандинавському стилю.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Чепіль Л. П., Гордейчук Н. І. Мистецтво виготовлення листівок. *Мистецтво та освіта*. 2018. №4(90). С. 29-30.
2. Давидова К.О. Розвиток привітальної листівки кінця XIX-початку XX століття в загальноєвропейському контексті. *Вісник КНУКІМ. Мистецтвознавство*. Київ. 2019. №40. 221 с.
3. Лаврук Н. Типологія українських листівок кінця XIX - початку XX ст. МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія. 2009. № 6. С. 184-193.
4. Лагом. - Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D0%BC>. (дата звернення 15.03.2020).

### **KASIANENKO K., BIAKOVA D.**

#### **MOTIVATIVE FLYER AS AN EFFECTIVE MEANS OF CULTURE FORMATION**

*The typology of domestic leaflets has been analyzed. The aim is to promote in the Ukrainian society the Swedish eco-friendly philosophy of "lag" by means of motivational leaflets. The principles of this philosophy are characterized. The importance of the influence of motivational graphic information on the consciousness of the recipient is demonstrated. The ways of introduction of the philosophy of "lag" into the small printing form are determined.*

**Key words:** flyer, small print, graphic design, culture, philosophy "lag".