

підтримання високої якості, що може бути забезпечено в результаті моніторингу адвентивного компонента флори міста.

## **ВІЗУАЛЬНИЙ ШУМ В АРХІТЕКТУРНОМУ ПРОСТОРІ МІСТА**

*Дяденчук Л.В.*

*Науковий керівник – Сосницький Ю.О., канд. мистецтв.*

В сучасному світі все частіше постає питання пристосування реклами в рамках архітектури. Знаходячись кожного дня в великому місті, людина оточує себе різноманітністю візуальних об'єктів, фокусуючи свій погляд на змінні форм, кольорі та ритму. Нагромадженість цих образів негативно впливає не тільки на свідомість людини, але і приховує ту історичну цінність, яку складає архітектура міста. Окрім цього, багатогранні варіації реклами не постають у вирашному світлі, напротив – вони затьмарюють один одного. На даний час відсутній контроль за тим, як реклама вписується в міське середовище. Це явище називають – візуальний шум.

Візуальний шум – це нагромадження, хаотичне розміщення різноманітних банерів, вивісок і т.д., що псує сприймання фасаду будівлі. Повний відказ від реклами наврядчи можливий. Але що можливо зробити в такій ситуації – це слідування дизайн-коду.

Дизайн-код – це правила та рекомендації, з допомогою яких можна сформулювати стилістично єдиний, комфортний міський простір. Тобто, це документ, який поясняє, як розмішувати вивіски, кіоски та інше, якого формату та розміру вони повинні бути. Дизайн-код повинен знизити візуальний шум, повернути місту візуальну чистоту. Місто за допомогою дизайн-коду зможе підвисити якість простору, позбутись баннерів на весь фасад будівлі. Він допоможе зберегти архітектурну цінність історичних будівель, котрі раніше були завішені різноманітними рекламними вивісками. Дизайн-код регулює матеріали, параметри та місце розташування реклами. Та для кожного місця матеріали та розміщення підбираються індивідуально. Та для кожного міста створюється свій дизайн-код, щоб підкреслити його індивідуальність.

На сьогодні майже кожне місто світу будується за правилами розміщення вивісок, і іноді у кожного району, а то бодай и дому існує своє правило. Так, наприклад, у Нью-Йорці вже майже 100 років діють регламенти, котрі регулюють параметри карнизів, вікон і т.д.

Основними принципами при розташуванні реклами повинні стати:

- Збереження архітектурно-художнього вигляду споруди;
- Створення комфортного візуального простору

- Чітке донесення відомості про діяльність сфери послуг

В першу чергу таку реновацію потрібно зробити на історичних вулицях, бо вони є візитною карткою міста.

## **МІФОЛОГІЯ ДАВНЬОЇ ГРЕЦІЇ В ЖИВОПИСІ ЕПОХИ ВІДРОДЖЕННЯ**

**Вишняк В.О.**

*Науковий керівник – Сімонова А.В., канд. мистецтв.*

Протягом багатьох століть міфологія надихає художніх діячів по всьому світу. Саме міфи Стародавньої Греції, як однієї з найбільш освічених частин світу того часу, покладені в основу суспільної культури людини, не обійшовши стороною і образотворче мистецтво. По всьому світу налічується більше сотні тисяч робіт різних авторів, технік і жанрів, присвячених міфам, які є знаковим елементом грецької культури. Їх вивчення – важливий крок у пізнанні і розумінні навколишнього світу, в самопізнанні людини. У ньому поєднуються реальне і вигадане, раціональне та емоційне, природне і культурне. Міф – універсальне узагальнення людського життя.

У наші дні міфологічні сюжети можуть здатися неактуальними, але тільки не для інтелектуального глядача. Бо вони несуть в собі яскравий сюжет, що розкриває такі проблеми як: суперництво, любов, відвагу і смерть, який так цінується при створенні художнього посилу твору. Саме Давньогрецька культура створила ту художню базу з якої і почався розвиток європейського образотворчого мистецтва. Після блискучого підйому культурної античної освіти в Європі настало столітнє забуття. Цей проміжок часу був названий "Темний період" в образотворчому мистецтві, почався період занепаду.

Тільки на початку епохи Відродження італійські художники стали використовувати сюжети з давньогрецьких міфів. Основною в картинах стає людина подібна до Бога. З'являється поняття «антропоцентризм». Людське тіло – джерело натхнення, об'єкт наслідування. В епоху Відродження давньогрецька міфологія була одним з найважливіших факторів розвитку художньої культури.

Найбільш значущими шедеврами цього часу стали: «Леда і лебідь» (Леонардо да Вінчі), «Дідал і Ікар» (Караваджо), «Народження Венери» Сандро Боттічеллі, «Даная» (Тіціан). Саме ці роботи чотирьох художників ми і спробуємо проаналізувати детальніше.

Леонардо да Вінчі «Леда і лебідь» (1510-1515г). Цей відомий шедевр став ілюстрацією до міфу про Леду і Зевса, який обернувся в лебедя. Сам міф розповідає про Леду, дружину спартанського царя Тин-