



УДК 76.01: 766

ПОЛЬСЬКА ШКОЛА ПЛАКАТА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ: ОРІЄНТИРИ ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ

БОРИСОВ Вячеслав¹, БОРИСОВ Гліб²

¹ Луганський національний університет ім. Т. Шевченка, Полтава, Україна

² Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка,
Тернопіль, Україна

borysow13@gmail.com, glebborysow@gmail.com

У тезах розглядається польська школа плаката II половини XX ст. як концептуальна модель формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера. Метою роботи є аналіз феномену польської школи плаката в контексті сучасних дизайнерських практик та виявлення її значення для становлення професійної суб'єктності дизайнера. Обґрунтовано, що досвід польської школи плаката зберігає цінність для сучасної дизайн-освіти та практики не як об'єкт стилістичного наслідування, а як орієнтир демонстрації становлення авторської позиції в умовах глобалізованої візуальної культури.

Ключові слова: індивідуальний стиль, графічний дизайн, авторська візуальна мова, культурний трансфер, польська школа плаката.

ВСТУП

У сучасному візуальному середовищі проблема формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера набуває особливої актуальності у зв'язку з глобалізацією комунікаційних практик і стандартизацією цифрових інструментів проєктування. У цих умовах звернення до історично сформованих художніх парадигм дозволяє осмислити механізми становлення авторської візуальної мови та професійної суб'єктності дизайнера. Одним із найбільш показових явищ у цьому контексті є польська школа плаката, яка у II половині XX ст. сформувала концептуальну модель графічного мислення, що поєднувала метафоричність образу, інтелектуальну інтерпретацію комунікативного завдання та стилістичну автономію автора. «Польська школа» як окреме явище існувала в той час, коли на Заході домінував комерційний, порожній, предметний плакат, тоді польський плакат, амбітний, живописний, інтелектуальний, контрастно вирізнявся [1]. В. Сілогаєва узагальнила відомості про особливості графічних прийомів у плакатах Г. Томашевського та Я. Леніца [2], але потенціал цього феномену як джерела орієнтирів для сучасного дизайну залишається недостатньо осмисленим попри значну кількість досліджень.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Нашою метою є аналіз польської школи плаката у контексті сучасних дизайнерських практик та виявлення її значення для формування індиві-



дуального стилю діяльності графічного дизайнера. Поняття індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера у сучасному науковому дискурсі розглядається як інтегральна характеристика професійної суб'єктності, що поєднує когнітивні, естетичні та комунікативні аспекти творчої практики. У межах мистецтвознавчих і дизайн-теоретичних підходів стиль трактується не лише як сукупність формальних ознак візуальної мови, але як результат специфічної організації мислення, що визначає способи концептуалізації образу, відбору засобів виразності та інтерпретації змісту проєктного завдання [3; 4]. Таким чином, індивідуальний стиль постає як процесуальна категорія, пов'язана з моделями творчої поведінки та стратегіями комунікації.

У цьому контексті важливого значення набувають семіотичний та культурологічний підходи, які дозволяють розглядати дизайнерську діяльність як форму продукування знакових систем у межах соціокультурного обміну. Формування стилю відбувається через взаємодію особистого досвіду автора з професійним середовищем, освітніми практиками та процесами культурного трансферу, що забезпечують циркуляцію ідей і візуальних моделей. Такий підхід створює методологічне підґрунтя для аналізу польської школи плаката як історичного прикладу середовища, в якому індивідуальна авторська мова ставала ключовим чинником професійної ідентичності дизайнера. Польська школа плаката займає особливе місце в історії графічного дизайну як середовище формування концепції авторсько орієнтованого візуального мислення. Її становлення у II половині XX століття було зумовлене поєднанням мистецьких традицій, освітніх практик та соціокультурних умов, стимулюючих пошук індивідуальних образотворчих рішень, серед котрих польський плакат віддавав перевагу інтерпретації, символічній узагальненості та інтелектуальній взаємодії з глядачем, розвиваючи персоналізовані дизайнерські стратегії.

Концептуальні принципи цієї традиції ґрунтувалися на метафоричності образу, візуальній редукції форми та використанні іронічно-асоціативних механізмів комунікації. Такі підходи не лише визначали естетичні характеристики плакатів, але й формували особливий тип професійного мислення, орієнтований на пошук нестандартних смислових рішень. Показовою у цьому контексті є діяльність Г. Томашевського, чия творча практика демонструвала автономність художнього бачення та здатність трансформувати комунікативне завдання у концептуальний візуальний жест. Його педагогічна діяльність сприяла розвитку принципів авторської свободи та формуванню середовища, у якому індивідуальний стиль діяльності розглядався як центральна професійна цінність. Таким чином, польська школа плаката може бути інтерпретована не лише як історичний стильовий феномен, а як модель формування дизайнерської суб'єктності, що демонструє механізми становлення індивідуальної візуальної мови через взаємодію творчої автономії, освітнього впливу та культурного контексту.

Формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера у межах польської школи плаката було зумовлене комплексом взаємопов'язаних освітніх, інституційних і культурних чинників. Важливу роль у цьому процесі відігравала студійна модель навчання, що базувалася на діалозі між



викладачем і студентом та стимулювала розвиток автономного художнього мислення. Не менш значущим механізмом виступала інтеграція дизайнерів у міжнародний виставковий простір, передусім через участь у Варшавській міжнародній бієнале плаката та інших культурних подіях. Такі платформи забезпечували циркуляцію ідей і візуальних моделей, створюючи умови для порівняння власних практик із глобальними тенденціями. Мобільність художників, їхня участь у викладацькій діяльності за кордоном і взаємодія з міжнародною професійною спільнотою сприяли культурному трансферу, що поглиблював індивідуалізацію стилістичних підходів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Отже, індивідуальний стиль діяльності в польській традиції формувався не як ізольована авторська манера, а як результат взаємодії особистісної творчої інтенції з освітнім середовищем, інституційною підтримкою та транс-національними культурними контактами. Саме така багатовимірна модель дозволила сформувати покоління дизайнерів із виразною авторською позицією, здатних до інноваційного осмислення комунікативних завдань. У контексті сучасних трансформацій візуальної комунікації досвід польської школи плаката набуває нової інтерпретаційної значущості, виступаючи джерелом методологічних орієнтирів для формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера. Цифровізація проектних процесів і поширення алгоритмічних інструментів сприяють стандартизації візуальних рішень, що актуалізує потребу в концептуальному мисленні та авторській позиції як засобах професійної диференціації. У цьому сенсі принципи метафоричності, семантичної редукції та інтелектуальної взаємодії з глядачем, характерні для польського плаката, зберігають свою евристичну цінність.

Сучасні дизайнерські практики дедалі частіше інтегрують підходи, орієнтовані на створення смислово насичених образів, що функціонують у мультимедійних середовищах і глобальних інформаційних мережах. Авторська візуальна мова розглядається не лише як інструмент естетичного вираження, але як стратегія формування комунікативної ідентичності в умовах культурної гібридності. У цьому контексті досвід польської школи демонструє можливості поєднання індивідуальної інвенції з відкритістю до міжкультурного обміну, що особливо важливо для підготовки дизайнерів у сучасному освітньому просторі.

Отже, актуалізація історичного досвіду польського плакатного мистецтва полягає не у прямому стилістичному наслідуванні, а у перенесенні принципів творчої автономії, концептуальної глибини та критичного осмислення комунікації у сучасну дизайнерську практику. Це дає змогу розглядати польську школу плаката як релевантний інтелектуальний ресурс для розвитку індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера в умовах глобалізованої візуальної культури. Проведений аналіз засвідчує, що польська школа плаката може бути інтерпретована не лише як історико-мистецький феномен, а як концептуальна модель формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера. Її значення полягає у демонстрації механізмів становлення авторської візуальної мови через взаємодію творчої автономії, практик і культурного середовища. Принципи метафоричності обра-



зу, семантичної редукції та інтелектуальної взаємодії з глядачем сформували тип дизайнерського мислення, орієнтований на інтерпретацію комунікативного завдання, а не на відтворення усталених стилістичних моделей.

ВИСНОВКИ

Встановлено, що індивідуальний стиль діяльності в межах цієї традиції формувався як результат багатовимірного впливу освітніх структур, виставкових інституцій і процесів культурного трансферу. Така модель сприяла розвитку професійної суб'єктності дизайнерів і забезпечила тривалу міжнародну рецепцію польського плаката. Актуалізація цього досвіду у сучасному графічному дизайні підтверджує його евристичну цінність у контексті цифрової стандартизації візуальних практик, де авторська концептуальність виступає ключовим чинником професійної ідентичності. Отже, звернення до польської школи плаката дозволяє окреслити методологічні орієнтири для сучасної дизайнерської освіти та практики, спрямовані на розвиток індивідуального стилю діяльності як основи інноваційності та культурного посередництва. Перспективи подальших досліджень пов'язані з компаративним аналізом сучасних візуальних стратегій та поглибленим вивченням педагогічних моделей формування авторської дизайнерської позиції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агнешка А. Польська школа плаката. *Мистецтвознавчі студії*. 2008. № 3. С. 118–127.
2. Сінораєва В. Analysis of graphic agitation technique in the posters of Henry Tomashevsky and Jan Lenica. *Art and Design*. 2022. №1. С. 95–102. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.1.9>
3. Thomas V. Time, space and place: The Polish Poster School. *The Poster*. 2011. Vol. 2(2). P. 147–169. DOI: https://doi.org/10.1386/post.2.2.147_1
4. Pryshchenko S. Cultural heritage of a poster: communicative and creative experience. *Creativity Studies*. 2021. Vol. 14(1). P.18-33. DOI: <https://doi.org/10.3846/cs.2021.12605>

BORYSOV V., BORYSOV H.

POLISH SCHOOL OF POSTER IN THE CONTEXT OF CONTEMPORARY DESIGN: GUIDELINES FOR FORMING INDIVIDUAL STYLE

The thesis examines the Polish poster school of the second half of the 20th century as a conceptual model for the development of an individual graphic designer's style. The work aims to analyze the phenomenon of the Polish poster school in the context of modern design practices and to identify its significance for the formation of the designer's professional subjectivity. It is substantiated that the experience of the Polish poster school retains its value for modern design education and practice, not as an object of stylistic imitation, but as a reference point for demonstrating the formation of the author's position in the conditions of a globalized visual culture.

Keywords: individual style, graphic design, author's visual language, cultural transfer, Polish poster school.