



УДК: 7.01(075)

## ЕЛЕМЕНТИ ЕСТЕТИКИ РЕЙВУ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

МИХАЙЛЮК Ольга, ГОРНОСТАЛЬ Ілона, ПІЛЬГУК Олеся  
Київський університет технологій та дизайну, Київ, Україна  
[olga.knutd@meta.ua](mailto:olga.knutd@meta.ua)

*Роботу присвячено дослідженню культурного явища рейву та його впливу на графічний дизайн, зокрема на створення плакатів. Виявлено характерні елементи естетики рейву для подальшого їх використання у практиках сучасного дизайну. Акцентовано увагу на широко розповсюджених графічних символах, що відображають концепцію альтернативного напрямку культури.*

**Ключові слова:** рейв, рейв-культура, мистецтво плакатів, графічний дизайн, дизайн.

### ВСТУП

Сучасний графічний дизайн часто експериментує з різноманітними візуальними ефектами. Естетика рейву є протиставленням традиційним прийомам та академічним правилам у мистецтві. Основними засадами субкультури є протест, згуртованість та свобода у самовираженні. Візуальна складова та загальна концепція заходів у вищезазначеному стилі контрастує з індустріальною атмосферою за рахунок використання яскравих кольорів, специфічного освітлення, навмисного нехтування основними правилами композиції тощо. Останні тенденції у розробках фірмового стилю, зокрема, створенні плакатів, демонструють, що вплив естетики рейву є актуальним і у контексті сучасних дизайн-проектів.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Основною метою роботи є виявлення характерних елементів естетики рейву для їх подальшого використання у сучасних арт та дизайн-практиках.

### РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Т. Торн у "Словнику сучасного сленгу" тлумачить поняття "рейв" (від англ. *rave* – марити, марення) як "дика вечірка (a wild party), танці або ситуація відчайдушної поведінки [1].

Наприкінці 1950-х років в Англії термін «рейв» використовували для назви розважальних заходів. Згодом рейв з'явився як форма культурної діяльності та організації дозвілля на початку 1980-х рр. в Лондоні. Місцем самовираження і об'єднання представників цього руху були рейв-заходи, сповнені антагоністичних настроїв щодо актуальної раніше рок-музики. У витоках виникнення субкультури лежить традиція організації дозвілля з авангардними жанрами електронної музики у підземних приміщеннях, не дозволених місцях тощо. Такі заходи зазвичай супроводжувалися світловими виставами з проєктованими кольоровими зображеннями, візуальними ефектами тощо, з чим і пов'язане утворення естетики молодіжного руху [2].



Плакати 1980-х і 90-х років демонструють нехтування основними правилами дизайну того часу, як і антидизайнерські образи панк культури попередніх десятиліть. Для того, щоб привернути увагу глядача дизайнери використовували специфічні шрифти, різномісний рух літер, яскраві кольори тощо. Метою таких плакатів стало інформування поціновувачів електронної музики щодо місця та часу проведення рейв-вечірок [3].

Одним з характерних елементів рейв-культури став знаковий символ «Смайл», який відображає концепцію та настрої суспільних заходів [4]. Вперше знак «смайл» з'явився у рейв-культурі в 1988 р. на обкладинці синглу "Beat Dis" гурту Bomb the Bass (рис. 1, а). Згодом, цей символ використовували на плакатах та інших друкованих виробах і завдяки широкому розповсюдженню він стає ідентифікатором культурного напрямку.

Для графічних зображень у стилі рейв характерними є яскрава колірна палітра та різноманітні оптичні ефекти. На той час дизайнери створювали свої роботи на основі творчих експериментів.



а



б



в



г

**Рис. 1.** Приклади дизайн-рішень фірмового стилю з елементами естетики рейву:

а – обкладинка синглу Beat Dis гурту Bomb the Bass;

б – плакат Челсі Луїзі Берлін «Hard Times»;

в – логотип Олімпійських ігор 2012;

г – плакат Рафаеля Кормана



У 1926 році німецький та американський психолог Генріх Клувер вивчав вплив хімічних речовин на людину і зазначав, що зображення, які вони бачили, це часто повторювані геометричні візерунки – «фрактали» насичених кольорів. Імітацію фракталів втілено в образах рейву минулого і сьогодення, що найкраще продемонстровано на плакаті «Hard Times», автора Челсі Луїзи Берлін (рис. 1, б).

Автор логотипу Олімпійських ігор 2012 (рис.1, в) надихнувся естетикою рейв-вечірок 1990-х років. Стилізоване зображення цифр "2012", що виконані у вигляді неправильних багатокутників, щільність та різносторонній рух літер, передає сміливість дизайнерського рішення того часу і тісний зв'язок між оригінальним рейв дизайном та сьогодишнім комерційним графічним дизайном.

Плакати німецького дизайнера Рафаеля Кормана нагадують про культуру минулого, з поєднанням сюрреалістичних образів, яскравих кольорів і мальованого шрифту (рис. 1, г).

### **ВИСНОВКИ**

Рейв-культура мала значний вплив на свободу самовираження митців та дизайнерів і, як результат, на візуальне відображення дійсності та формування її сприйняття споживачем. Естетика рейву розширила межі сприйняття при створенні графічних зображень, руйнуючи усталені традиції та академічні правила за рахунок використання знакових образів та різноманітних оптичних ефектів.

### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Thorne T. Dictionary of Moderne Slang. N.Y., 1996.
2. M.James La Discoteque. French Connections. United Kingdom: Sanctuary Publishing, 2003. 320 с.
3. <https://eyeondesign.aiga.org/what-rave-culture-is-teaching-modern-graphic-designers/>
4. Ковальчук Н. П. Смайли як візуально-сміслові конструкції культури віртуального спілкування. 2011. Вип. 21. С. 50-57.

### **MYKHAILIUK O., HORNOSTAL I., PILGUK O. ELEMENTS OF RAVE AESTHETICS IN GRAPHIC DESIGN**

*The study of the cultural phenomenon of rave and its impact on graphic design, in particular on the creation of posters. Characteristic elements of rave aesthetics for their further use in modern design practices are revealed. Emphasis is placed on common graphic symbols that reflect the concept of an alternative direction of culture.*

**Key words:** *rave, rave culture, poster art, graphic design, design.*