

**ДИЗАЙН XVIII ЛІТНІХ ОЛІМПІЙСЬКИХ ІГОР У ТОКІО
ЯК ФЕНОМЕН ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ**

У статті показано поєднання національного контенту, історичного аспекту та модерністських прийомів у дизайні Олімпійських ігор 1964 р. в Токіо. Розглянуто візуальний образ Олімпійських ігор у Токіо як засіб ідентифікації країни у світі та крок до формування національно-культурної свідомості у післявоєнний період в Японії. Визначена роль та значення графічного дизайну XVIII Олімпійських ігор у формуванні нового образу Японії. Візуальна мова Олімпіади як результат командної роботи професіоналів та методу тотального проектування відображає зв'язки між традиціями і сучасністю Японії, національними та інтернаціональними інтересами, минулим країни та її майбутнім.

Ключові слова: Олімпійські ігри, Токіо, модернізм, інтернаціональність, емблема, плакат, композиція, мон.

Шумарова Дар'я Валентинівна, аспірантка кафедри графічного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв

Дизайн XVIII летних Олимпийских игр в Токио как феномен интернационального визуального языка

В статье показано сочетание национального контента, исторического аспекта и модернистских приемов в дизайне Олимпийских игр 1964 г. в Токио. Рассмотрен визуальный образ Олимпийских игр в Токио как средство идентификации страны в мире и шаг к формированию национально-культурного сознания в послевоенный период в Японии. Определена роль и значение графического дизайна XVIII Олимпийских игр в формировании нового образа Японии. Визуальный язык Олимпиады как результат командной работы профессионалов и метода тотального проектирования отражает связи между традициями и современностью Японии, национальными и интернациональными интересами, прошлым страны и ее будущим.

Ключевые слова: Олимпийские игры, Токио, модернизм, интернациональность, эмблема, плакат, композиция, мон.

Shumarova Daria, postgraduate student of Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts

Graphic design for the summer games of the XVIII Olympiad in Tokyo as the phenomenon of international visual language

In 1964 Tokyo hosted the eighteenth Olympic Games. The 1964 Tokyo Olympic Games were a major design project directed by Japan's top designers. The topicality of the research is determined by the fact that most of graphic design historians consider 1964 Tokyo Olympic Games as the event that presaged Japan's postwar modernization process. And this process resulted in a breakthrough in the history of graphic design. Terms such as "visual design" and "visual communications" appeared.

The 1964 Summer Games was the first use of a comprehensive identity program, setting a standard for all subsequent games. Masaru Katsumie (art director) and Yusaku Kamekura (graphic designer) were the creative visionaries and team leaders behind this remarkable project. The focus of their research efforts was on an internationally standardized signage system based on their concern with the social significance of graphic design. Katsumie Masaru was seriously concerned about the creation of a universal visual communications system. So he identified that simple pictographs were the most efficient method of communicating to an international audience. Using a square field with a grid, the team created an extensive range of geometrically stylized pictograms. This comprehensive identity program, which included twenty multisport symbols and thirty-nine general information pictograms emphasized the athletes' physical movements and were designed for immediate identification by a multilingual audience. This pictogram system served as a standard that influenced Lance Wyman for the 1968 Mexico City Olympics, Otl Aicher for the 1972 Munich Olympics, and Min Wang and his team for the 2008 Beijing Olympics and has become a guide for universal public visual design systems and worldwide events.

Graphic design for the Tokyo 1964 Summer Olympic Games successfully combines national content, historical aspect and modernist methods. Kamekura's official poster design is a bold symmetrical vertical composition that consisted of the five Olympic rings in their original colors, the phrase "Tokyo 1964" in gold sans-serif typography, and most notably a large circle in red. Kamekura designed the emblem in consultation with typographer Hara Hiromu. The emblem had numerous applications, from the first poster to the diplomas, tickets, and medals of the Games. For some, this was the icon of, literally, the sun; for others this was a direct reference to Japan's flag, the hi-no-maru.

Visual image of the Olympic games in Tokyo is considered as a way of country's self-identification in the world and as a step towards national and cultural conscious formation in postwar Japan. The Olympics symbolize the ideal of people of all nations seeking, through sports, peaceful co-existence and respect for each other's differences. At the same time, however, the Olympics is an event that for a time intensifies nationalism. As a result of professional teamwork and total design method the visual language of the Tokyo Olympic games depicts connections between Japanese tradition and modernity, nationalism and internationalism, past and future of the country.

The visual language utilized by Tokyo 1964 Games adhered to the approach of modernism. It also encoded the visual composition of crest design, established in medieval Japan. In encoding their tradition in not directly decipherable means, postwar Japanese designers found an important resource for distinguishing their identity in the international arena, and for establishing their continuity with the past. In the years following the Olympics, their designs were recognized as instigators of an international design scene.

The image of Yusaku Kamekura's Tokyo Olympic Games Poster is widely recognized and is part of the national "memory". The vitality seen in the runners about to bolt represents the appearance of a Japan that would soon show itself as major economic power. This is the atmosphere of the times that surrounded the design work done for the 1964 Tokyo Olympic games and handed down to us. The Olympic games, with their origins in ancient Greece, are more than an international sports competition. For the 1964 Tokyo Olympics, Japan's hope and expectation was to be part of the international community, to transcend cultural barriers and to be considered as a nation among developed nations, with modern Western values based on an idealized notion of the order of ancient Greece. Looking at the injection Japanese traditional culture into the design work for the Tokyo Olympics, it is clear that while designs were based on modern Western sources, the designers were also seeking an expression of the particular character of Japanese culture. From the time of Meiji period Japonisme, Japan had continually tried to present itself in the international community, in international world's fairs and expositions, by consciously responding to Western understandings and expectations of Japaneseness. However, the use of the "hi-no-maru" in the design work of the Olympics shows that the designers were rather, in representing Japaneseness, strongly conscious of how the Japanese look at themselves. The design work of the 1964 Tokyo Olympic games reflects the trends of these times when Japan, positioned in the Western camp in the East-West confrontation of the Cold War, and rejecting nationalism in favor of economic growth, would look to traditional culture as a basis for a sense of commonality among the Japanese people. Analyzing the design work for the Tokyo Olympics as an expression of "Japaneseness" it is understood that the 1964 Tokyo Olympic games served to reintegrate a national consciousness among the Japanese people, to restore continuity with the past and reawaken pride in Japanese culture.

Key words: Olympic Games, Tokyo, modernism, international, emblem, poster, composition, mon.

Олімпійські ігри є невід'ємним компонентом процесу становлення й розвитку графічного дизайну. В такому розумінні країна, що приймає Олімпійські ігри, уособлює в дизайні свої традиції та характерні унікальні цінності. Отже, візуальна ідентифікація ігор стає засобом вираження національно-культурної своєрідності та показником діяльності кращих дизайнерів епохи з метою підвищення сучасного статусу країни в світі.

Візуальна ідентифікація Олімпійських ігор 1964 року в Токіо є яскравим прикладом гармонійного поєднання національних та інтернаціональних рис, вдалого переходу до принципів модерну та єдиної інтернаціональної візуальної мови. Такі зарубіжні автори книг з історії світового графічного дизайну, як Ф. Меггс, М. Кінсер Саїкі, Ю. Камекура віддають данину шани й поваги емблемі і плакатам літніх Олімпійських ігор в Токіо. Отже актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю детального розгляду XVIII Олімпійських ігор як важливої віхи історії графічного дизайну.

Проблема дизайну засобів візуальної ідентифікації Олімпійських ігор є висвітленою недостатньо та потребує наукової уваги. Системи навігації на прикладі спортивних піктограм Олімпійських ігор розглядає К. Волощук, в рамках розвитку художньої та візуальної культури в цілому. Більш детальний аналіз Олімпійських піктограм наведений американською дослідницею С. Кім, яка створює інфографіку на основі символу хокею з комплекту піктограм кожної Олімпіади з метою здійснення порівняльного дослідження. Безпосередньо Олімпійські ігри в Токіо детально досліджує доцент американської Нової школи дизайну "Парсонс" Дж. Трагану. Історик Олімпійських ігор К. Тагсолд присвячує іграм в Токіо книгу "Спорт, пам'ять і державність в Японії: згадуючи дні слави".

Мета статті – розглянути композиційні прийоми, специфіку зображень, що використовуються в дизайні Олімпійських ігор 1964 року, визначити структурні складові композиції, особливості функціонування і смислового значення дизайну, висвітлити виняткову роль дизайну XVIII Олімпійських ігор у формуванні національного культурного самовизначення Японії.

До завдань дослідження віднесено розгляд емблеми Олімпійських ігор 1964 року, аналіз Олімпійських плакатів та вивчення передумов виникнення перших піктограм.

Процес роботи над дизайном Олімпійських ігор в Токіо 1964 року здійснюється під керівництвом художнього директора М. Кацумі (1909 – 1983), який очолює команду талановитих дизайнерів, до складу якої входять такі професіонали-новатори у галузі графічного дизайну, як Хара Хірому (1903 – 1986), Камекура Юсаку (1915 – 1997), Коно Тадаші (1906 – 1999). Команда дизайнерів бачить Олімпіаду як можливість встановити візуальну мову дизайну Олімпійських ігор на основі поєднання сучасних абстрактних принципів та нового погляду на традиції Японії. Мова системи навігації спирається на концепцію ізотипа (ISOTYPE – International System of Typographic Picture Education) Отто Нейрата – прабатька сучасної інформаційної графіки. Отто Нейрат є автором системи візуальної мови: символічного способу представлення інформації за допомогою іконок, що легко піддаються тлумаченню та "працюють" незалежно від рідної мови аудиторії. ISOTYPE є не альтернативним способом, а ефективним доповненням до вербальних способів передачі інформації. Така система візуальної мови є дизайном-проривом, що з'явилась в результаті соціально-економічних потреб. Ідея мови проста: інформацію та дані необхідно переводити в прості візуальні символи і знаки, тим самим матеріал стає цікавішим і незабутнім [1, 754]. Система візуальної мови ISOTYPE служить основою графічної мови Олімпіади в Токіо.

Як заявляє М. Кацумі, головне завдання команди дизайнерів – розробити офіційну емблему XVIII Олімпійських ігор, забезпечити її послідовність і правильне використання, колірне вирішення (ці опції – під керівництвом Т. Коно), розробити систему навігації та інформаційні зображення видів спорту (піктограми), а також типографіку (під керівництвом Х. Хара). Отже, вперше в історії дизайну Олімпійських ігор використовується метод тотального проектування, тотального дизайну. Такий метод передбачає створення дизайн-посібника, в якому викладаються основоположні принципи проектуван-

ня з метою візуальної та смислової єдності дизайнерського рішення. Цього рішення мають дотримуватися при широкому використанні емблеми, щоб не порушувати її цілісність та не перевантажувати композицію. Таким чином, проект стає успішним завдяки колективним зусиллям дизайнерів.

Вже з 1959 року перед японськими графічними дизайнерами постає питання візуального оформлення Олімпійських ігор. Цього ж року в дискусії під назвою "Суспільна свідомість дизайнера" Ю. Камекура відзначає важливість комунікаційного дизайну, особливо для іноземної аудиторії, яка не зрозуміє японської мови: "Ми повинні знайти спосіб візуального спілкування, і створити зрозумілі символи таким чином, щоб при погляді на символ Ви знали, де Ви опиняєтеся або збираєтеся опинитись. Назви міст, можливо, доведеться перетворити в цифрові коди" [4, 68].

Через те, що Японія не визнає міжнародну систему дорожніх знаків та сигналів згідно з Протоколу 1949 року, що введений на Женевській конференції Організації Об'єднаних Націй, Олімпіада сприймається графічними дизайнерами як можливість створення єдиної міжнародної максимально розбірливої візуальної мови по всій країні. Результатом роботи японських графічних дизайнерів щодо створення такої візуальної мови є поява перших піктограм на Олімпійських іграх у Токіо (японською мовою – "ekotoba" – слово, яке позначає дизайн піктограми). Піктограми втілюють прагнення до універсалізму барона П'єр де Кубертена – ініціатора організації сучасних Олімпійських ігор. М. Кацумі вважає піктограми найбільш вагомим досягненням в роботі над графічним дизайном Олімпійських ігор 1964 року в Токіо, тому результат своєї роботи він називає загальною культурною спадщиною і сповіщає про це міжнародне співтовариство.

З 1961 року акценти в графічному дизайні Японії змінюються від комерції на користь обслуговування населення та держави, тобто спостерігається перехід від комерційних до державних проектів з метою розвитку країни в глобальному середовищі. Термін "комерційний дизайн" поступово відходить на другий план і з'являються такі терміни, як "візуальний дизайн" і "візуальні комунікації". Дизайн піктограм для Олімпійських ігор у Токіо суттєво впливає на історію графічного дизайну: відбувається зміна в сприйнятті образотворчих знаків та їх застосуванні. В результаті графічний дизайн набуває значущості, дизайнери прагнуть розробляти проекти з максимальним "терміном придатності", які здатні пройти перевірку часом (також це стосується дизайну логотипу великих корпорацій, наприклад банків), створення "одноразових" логотипів вже не цікавить японських дизайнерів.

Дизайн піктограм для Олімпійських ігор у Токіо отримує високу оцінку міжнародних критиків і дизайнерів. Британський критик С. Мейсон в швейцарському журналі "Graphis" зазначає: "Такі символи, як міжнародні дорожні знаки, повинні бути легко зрозумілими, затвердженими владою і громадянами, а також бути практичними. Саме такі символи і використовуються в 1964 році на Олімпійських іграх в Токіо. Лише незначна кількість туристів розуміє японську мову. Інші мови ще не знаходять широкого застосування. Олімпійський комітет розуміє важливість проблеми візуальної комунікації, тому окрім дорожніх знаків нові дизайнери під керівництвом М. Кацумі також розробляють спортивні символи та інші навігаційні знаки. Він сподівається, що ці символи будуть використовуватися на наступних Олімпійських іграх, а отже будуть вдосконалені та виконуватимуть роль ідеальної універсальної візуальної мови" [5, 67]. На наступних Олімпійських іграх в Мюнхені при створенні нового комплексу піктограм графічний дизайнер Отто Айхер враховує досвід команди японських дизайнерів і удосконалює вигляд перших піктограм.

Основним завданням команди японських дизайнерів 1960-х років є започаткування нової традиції візуальної мови із сучасними абстрактними принципами, без традиційного "реалістичного" відтворення об'єктів. Як стверджує дизайнер О. Хіроші, до 1950 року найбільш цінними в японському мистецтві для міжнародної аудиторії є "гори Фудзі, гейші, пагоди, хризантеми. ... традиційні зображення Японії, що є затребуваними в мистецтві західних країн" [4, 66]. Дизайнери 1960-х років знаходять новий "код" для нового статусу країни: нову мову, що створена за допомогою знаків, геометрії та абстрактних візерунків. Екзотичні мотиви та фемінізовані образи залишаються в минулому. Це стає помітним на трьох Олімпійських плакатах, зміст яких не несе ніяких очевидних посилань на національну ідентичність, на відміну від попередніх плакатів, де Японія представлена або воєнною, або фемінізованою країною. Всі Олімпійські плакати розроблені Ю. Камекурою – відомим японським дизайнером, який пройшов курс теорії композиції в Новій академії архітектури і промислового мистецтва в Токіо за програмою навчання, яка поділяє погляди школи промислового мистецтва Баухауз.

Один з чотирьох плакатів для Олімпійських ігор 1964 року в Токіо – "Старт спринтерського забігу" – це фотографія процесу старту на Національному стадіоні, на якій зображені спортсмени-любители і спортсмени американських військ, що дислоковані в Tachikawa Air Base. Меррі Кінсер-Саїкі стверджує: "Перший Олімпійський плакат, на якому використовується фотографія і до того ж затемнення фону, можливо було створити з набагато меншими зусиллями. На фоні природної темряви стадіону шість бігунів, що розташовані зигзагом, здійснюють величезну кількість фальстартів перед лінією, на яку спрямований телеоб'єктив камери комерційного фотографа, який ще не має досвіду в спортивній фотозйомці. Він робить 80 фотокадрів з 1/1000 секунди. Тільки один кадр отримує право стати Олімпійським плакатом" [2, 3].

Ю. Камекура також співпрацює з двома фотографами для виконання ще двох плакатів: "Плавець батерфляєм" і "Бігун з Олімпійський факелом" – це фотографії плавця і атлета відповідно. Для обох плакатів технічні досягнення мають першорядне значення. Ю. Камекура ділиться досвідом роботи над плакатом "Плавець батерфляєм": "Для фотозйомки плавця нам довелося побудувати конструкцію для розміщення камери під водою, щоб відзняти спортсмена на повній швидкості. Під час зйомок разом з фо-

тодиректором працювала команда з десяти чоловік. Спочатку ми намагалися зняти стиль вільного плавання, але на такій високій швидкості вода виглядала, як лід, а плавець був схожий на замерзлу в льоді людину. Отже, потім ми дійшли до спроби фронтального виду плавця з симетричною композицією" [5, 69].

Композиція офіційного плакату Олімпійських ігор 1964 року в Токіо, суттєво відрізняється від вищезгаданих. "В офіційному плакаті для Олімпійських Ігор в Токіо я намагався передати як суворість спорту, так і захоплення спортивним святом. Було тільки кілька хвилин кожного вечора, коли ми могли отримати потрібні нам умови освітлення, щоб підкреслити як риси бігуна, так і вигляд олімпійського факелу. І ось після трьох днів зйомки ми нарешті отримали бажаний кадр. Підпис та емблема на плакаті поміщені у хрестоподібну форму, щоб надати значенню релігійного відтинку" – пояснює зміст плакату Ю. Камекура [5, 69].

Незважаючи на те, що ознаки "японськості" важко знайти у фотографічних постерах, у випадку з емблемою для ігор в Токіо все виглядає інакше. Риси локальності і націоналізму все ж таки присутні в дизайні емблеми Олімпійських ігор в Токіо. Чи це внутрішнє прагнення до диференціації, чи вираження національної гордості, чи роль, яку японські дизайнери, на їхню думку, повинні виконати через відчуття себе частиною нації – питання спірне. Важливо те, що японські традиції мають формальну схожість з принципами сучасного дизайну, і це є ключовим моментом в історії модернізму. Тому майже у кожному виданні з історії графічного дизайну згадується емблема Олімпійських ігор у Токіо.

Конкурс на створення дизайну Олімпійської емблеми, до участі в якому запрошуються шість дизайнерів, оголошується в 1960 році. Цими дизайнерами є І. Коїчіро, Ю. Камекура, К. Такаші, Н. Казумаса, С. Коохей і Т. Ікко. Після презентації сорока дизайн-пропозицій, обирається один з проєктів Ю. Камекури. Всі запропоновані варіанти, що беруть участь у конкурсі емблеми, в жодній мірі не є одноманітними: навпаки, слід відмітити наявність різноманітних стилів – від сучасних до старовинних. Наприклад, робота Т. Ікко нагадує традиційний японський мон (родову емблему), одна з робіт К. Такаші містить зображення (знак) гори Фудзі, інша – японського віяла. На тлі інших виділяється чудовий дизайн Ю. Камекури, який безсумнівно є найсучаснішим на той час. Потужна і смілива, симетрична вертикальна композиція складається з п'яти олімпійських кілець, фрази "Токіо 1964", шрифту без зарубок бронзового кольору, і, перш за все, великого кола червоного кольору. В процесі розробки емблеми Олімпіади Ю. Камекура консультується з досвідченим дизайнером, майстром типографіки Хірому Хара. Готова емблема знаходить широке застосування, починаючи з плакатів, дипломів, квитків, і завершуючи медалями Олімпійських ігор.

Ю. Камекура є активним прихильником модернізму та інтернаціоналізму. Під час окупації у нього з'являється можливість роздивитись пакування американських товарів і це впливає на його розуміння сучасного стану дизайну. Він коментує це так: "Від американських солдатів залишалось багато прямокутних коробок – порожніх контейнерів від пайків. Коробки були прикрашені абстрактними композиціями синього кольору. ... Я взяв деякі коробки додому та розставив по полицях. Після цього відчув, як ніби свіже повітря інтернаціональної культури раптом заповнює мою кімнату, і подумав: це – цивілізація, це – дизайн, це – радість життя" [5, 70].

Крім захоплення сучасністю і використання високих технологічних досягнень Японії того часу, Ю. Камекура також проявляє інтерес до традиційної японської графіки та мистецтва. Так, у своєму виступі під назвою "Катачі" в 1960 році на Всесвітній конференції дизайну, що відбувається в Токіо, він привертає увагу міжнародного дизайнерського кола до своїх ідей стосовно "katachi" (форми, структури). "Нашою метою є наближення до розуміння візуального образу Японії шляхом виявлення характеристики нової форми культури, а також популяризація цього образу. ... Ми не обмежуємося інтересом лише до форми і візерунків. Наша мета в тому, щоб виявити, що лежить в основі цієї форми і те, що є характерним для духу людини Японії. ... Слід з'ясувати риси нашого японського духу та інтегрувати їх в сучасність. Так, він буде введений у форму повсякденного життя і кристалізований в творах мистецтва" – розповідає Ю. Камекура про свою спільну з колегами роботу, метою якої є систематичний аналіз японської "katachi" (форми) [6].

Ю. Камекура виявляє особливий інтерес до дизайну мон – японських геральдичних знаків, які в середньовічний період використовуються в якості військової емблеми кланів, а потім під час періоду Едо (1603–1867) стають символами місця і положення. Традиційний мон – це картинка вписана в увяне коло. Зміст мона – стилізований малюнок натуральної форми (наприклад, квітка, яка є символом сім'ї, клану чи особи) або інші символи (наприклад, ієрогліфи). Мон застосовувався на одязі, прапорах, наметах та іншій військовій техніці в якості засобу ідентифікації. Ю. Камекура розглядає мон як результат тандему трикутника і циркуля. Він убачає в мон потенціал переродження в найновішому часі відповідно до принципів дизайну та методів виробництва.

К. Масару і Ю. Камекура досліджують дизайн гербів та в їх складі відзначають наявність легко зрозумілих за змістом узорів та символів: наприклад, монети для торговців або рослини рису для фермерів. Завдяки цьому герби стають зрозумілими для більш великого кола. К. Масару вважає фамільні герби однією з "найдосконаліших систем візуальної мови у світі" через властиву їм простоту та змістовність. Він бачить піктограму наступником мону і гербу. Ю. Камекуру надихає ідея дизайну мон і це помітно в кількох його дизайн-проєктах, в тому числі створених для використання і за межами Японії. Можливо найважливішим принципом, який Ю. Камекура засвоює в результаті досліджень мон (гербів), є центрична композиція (розміщення зображення у центрі). На це вказує австрійський

графічний дизайнер, представник Баухаусу Герберт Байер у своїй передмові до однієї з монографій Ю. Камекура: "Він [Ю. Камекура] рідко повертається до динамічної симетричної композиції або до несиметричної організації елементів. Він знає, наскільки ефективним для візуального сприйняття є одне центральне зображення: воно концентрує і привертає до себе увагу та інтерес перехожих, навіть на відстані. Шрифт зазвичай має другорядне значення, але він завжди розміщується на тому ж рівні, підтримує зображення і є чітким і прозорим" [5, 72].

Отже, принципи виявленої характерної форми мон (гербів) використовуються в строго симетричній композиції емблеми Токіо 1964 року, центром якої є червоне коло, яке несе символічне значення. Для деяких, це – буквально, символ сонця; для інших – пряме посилання на прапор Японії. Ю. Камекура воліє уникати прямих асоціацій з прапором і стверджує, що його дизайн обумовлений, головним чином, аспектами композиції. В ході дизайнерської дискусії, яка опублікована в журналі "Kokoku Bijutsu" в 1962 році, Ю. Камекура стверджує, що поява червоного кола пояснюється особливостями інтернаціональної позиції споживачів, а не його власними намірами, як дизайнера. В цій дискусії, він заявляє, що більшість людей за межами Японії не сприймають червоне коло, як японський прапор, тому що композиція емблеми вертикальна, а співвідношення між червоним колом і білим простором навколо відрізняється від того, що на прапорі. Отже, людям за межами Японії емблема більше нагадує сонце. Тим не менш, коли японці дивляться на емблему, вона нагадує їм про прапор: це пояснюється почуттям патріотизму [5, 73].

Водночас Ю. Камекура визнає, що був натхненний японським прапором, хоча і заявляє, що його скоріше приваблює не національне значення символу, а саме червоний колір сонця, що сходить. Червоне сонце, що сходить, уособлює захват і хвилювання, світанок нового Олімпійського дня, а форма сонця подібна до форми Олімпійських кілець. Червоний колір і мотив японського прапора є зручними засобами, які використовує Ю. Камекура для пояснення свого дизайну. Ті самі засоби виявляються вираженням модерністського духу: хроматичний склад, шрифт і геометрія емблеми відповідають законам сучасного графічного дизайну. Незважаючи на першочергову мету Ю. Камекура – модерністський підхід до дизайну емблеми – організатори Олімпійських ігор висловлюють задоволення "новим розумінням динамічної простоти Сонця, що сходить" та новим розумінням спірних символів, що пов'язані з роллю Японії в епоху війни, таких як національний гімн та хризантема – офіційна квітка Олімпійських ігор.

Не всі значення емблеми можливо пояснити на користь формальних модерністських устремлень Ю. Камекура. Використання мотиву японського прапору теж є не випадковим і, крім того, неоднозначним. XVIII Олімпійські ігри вважаються символічною подією післявоєнної епохи Японії: символом миру, демілітаризації та модернізації. Але є і зворотна думка, що дизайн Олімпійських ігор має воєнний відтінок значення і створює наступність з попередньою мілітаризованою епохою. У дослідженнях вчених розглядаються аналогії між передвоєнними та повоенними поглядами, а також характеристики скасованих ігор в 1940 році і тих, що відбуваються в 1964 році.

На думку історика Олімпійських ігор К. Тагсолд, вивчення церемонії відкриття ігор 1964 року свідчить про те, що класичні символи японського націоналізму, такі як "сонячний круг", прапор і національний гімн, що мають заплямовану репутацію після Другої світової війни, відроджуються заново на церемонії відкриття Олімпійських ігор 1964 року і визнаються на національному та міжнародному рівнях [3, 120].

Внесок японських дизайнерів в здійснення процесу відродження класичних символів Японії в сучасному інтерпретуванні є незаперечним. І це не випадково. Під впливом російського конструктивізму та німецького Баухаусу графічні дизайнери Олімпійських ігор Ю. Камекура і Х. Хара відіграють активну роль у поширенні націоналістичних поглядів у воєнний період Японії. Х. Хара є арт-директором полемічних пропагандистських журналів "Nippon" і "Front", де також працює Ю. Камекура. Ці журнали фінансуються приватними спонсорами, але вносять свій вклад у розвиток націоналістичної ідеї довоєнної Японії. В журналах використовуються ультрасучасні засоби і методи, наприклад, фотомонтаж. Х. Хара має досвід створення плакату для реклами Олімпійських ігор 1940 року (які не відбулися через Другу світову війну). Плакат, центр якого – абстрактний символ гори Фудзі, є прикладом модернізму. Чисельні ознаки модернізму – шрифт без зарубок, строгі геометричні форми, зміщення у розташуванні фігур, фотографіка та фотомонтаж замість ілюстрації – присутні і в дизайні для Олімпійських ігор 1964 року.

Траєкторія дизайну Ю. Камекура і Х. Хари піднімає важливі питання про ідеологічну роль і обмеження значень дизайну, такі як революційна мова і політична відповідальність графічного дизайну. Але окрім намірів дизайнерів, найважливішим аспектом для розуміння функцій Олімпійського дизайну є контекст, в рамках якого він "працює". Велика кількість значень вбудована у візуальну культуру Олімпійських ігор, адже в момент проведення Олімпіади ця візуальна культура і мова виступають в якості національної культури.

Підводячи підсумки, варто зазначити, що графічний дизайн Олімпійських ігор 1964 року в Токіо свідчить про дедалі зростаючі можливості технологій, раціоналізацію, демілітаризацію та перехід до модернізму. Графічний дизайн ігор в Токіо може розцінюватися як символ післявоєнної епохи Японії. І хоч ця епоха фактично ніяк не пов'язана з довоєнним періодом, все ж таки японські дизайнери не відмовляються від минулого країни і вважають дизайн Олімпійських ігор засобом вираження національної ідентичності та національно-культурної своєрідності країни. Графічний дизайн стає вагомим чинником збереження традицій країни. У мові графічного дизайну Олімпійських ігор у Токіо використовуються художні прийоми

модернізму та композиційні принципи дизайну гербів (мон), що відомі з часів середньовічної Японії. Прийоми модернізму простежуються у використанні шрифту без зарубок, строгих геометричних форм, символів замість художнього відтворення дійсності, відсторонення образів від конкретних об'єктів. Звідси виникає і символічний спосіб представлення інформації за допомогою іконок – піктограм. Дизайн-система Олімпійських ігор 1964 року визнається такою, що стоїть біля витоків тотального міжнародного дизайну, а перше використання піктограм є успішним кроком до появи системи навігації та удосконалення інтернаціональної графічної мови Олімпійських ігор.

Перспективи подальших розвідок полягають у визначенні характерних рис інтернаціональної графічної мови дизайн-систем та вивченні концепцій візуальних образів літніх Олімпійських ігор.

Література

1. Кашеева Е. В. Отто Нейрат и Герд Арнц – прародители современной информационной графики [Текст] / Е. В. Кашеева. - М.: Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 764-766.
2. Kinser-Saiki M. 12 Japanese Masters / Maggie Kinser-Saiki. – New York: Graphis – 2002, 304 p.
3. Niehaus, A., Seinsch, M. (eds.) Olympic Japan. Ideals and Realities of (Inter)Nationalism / A. Niehaus, M. Seinsch – Würzburg: ERGON Verlag – 2007.
4. Sport, memory and nationhood in Japan : remembering the glory days / edited by Andreas Niehaus, Christian Tagsold. – London: Routledge, 2012.
5. Traganou J. Olympic Design and National History: The Cases of Tokyo 1964 and Beijing 2008 / Jilly Traganou // Hitotsubashi Journal of Arts and Sciences 50 – December 2009 – pp.65-79.
6. Yuichiro Kojiro, Forms in Japan / Kojiro Yuichiro – 1965. Режим доступу: http://www.archive.org/stream/formsinjapan036956mbp/formsinjapan036956mbp_djvu.txt.

References

1. Kashcheyeva, E. V. (2013). Otto Neurath and Gerd Arntz as founders of contemporary infographics . Molodoi uchenyi, 6, 764-766 [in Russian].
2. Kinser-Saiki, M. (2002). 12 Japanese Masters. New York: Graphis.
3. Niehaus, A., Seinsch, M. (Eds.). (2007). Olympic Japan. Ideals and Realities of (Inter)Nationalism. Würzburg: Ergon Verlag.
4. Niehaus, A., Tagsold, C. (Eds.). (2012). Sport, memory and nationhood in Japan: remembering the glory days. London: Routledge.
5. Traganou, J. (2009). Olympic Design and National History: The Cases of Tokyo 1964 and Beijing 2008. Hitotsubashi Journal of Arts and Sciences, 50, 65-79.
6. Kojiro, Y. (1965). Forms in Japan. Retrieved from http://www.archive.org/stream/formsinjapan036956mbp/formsinjapan036956mbp_djvu.txt.