УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ИСКУССТВ»

Объект авторского права
УДК 769.91.01.036:069.9(510)

СЫ СЮЙЖАНЬ

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПЛАКАТ В КИТАЕ: ИСТОКИ САМОБЫТНОСТИ И ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СПЕЦИФИКИ

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата искусствоведения
по специальности 17.00.06 – техническая эстетика и дизайн

Минск, 2026

Научная работа выполнена в учреждении образования «Белорусская государственная академия искусств»

Научный руководитель	**Стрикелева Кристина Александровна**, кандидат искусствоведения, доцент, профессор кафедры теории и практики коммуникативного дизайна учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств»
Официальные оппоненты:	**Шауро Григорий Федорович,** доктор искусствоведения, профессор, заведующий кафедрой декоративно-прикладного искусства учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»
	Кляуззе Венедикт Петрович, кандидат искусствоведения, доцент кафедры дизайна Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. М. Широкова»
Оппонирующая организация	**Государственное научное учреждение «Центр исследований белорусской культуры, языка и литературы Национальной академии наук Беларуси», филиал «Институт искусствоведения, этнографии и фольклора им. К. Крапивы»**

Защита состоится 26.11.2026 г. в 15:00 на заседании совета по защите диссертаций К 09.02.01 при учреждении образования «Белорусская государственная академия искусств» по адресу: 220012, г. Минск, проспект Независимости, 81, ауд. 204; e-mail: ots@bdam.by; тел. ученого секретаря: +375444520395.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств».

Автореферат разослан «23» октября 2026 г.

Учёный секретарь совета
по защите диссертаций К 09.02.01
кандидат искусствоведения А.Е. Шифрин

ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях особую значимость приобретает визуальная коммуникация как средство формирования культурной самобытности и самовыражения. Выставочный плакат, как элемент визуального языка, является не только инструментом информирования и рекламы, но и важным культурным артефактом, отражающим ценности, эстетические предпочтения и исторические коды общества. Исследование процессов сохранения и трансформации национально-культурной специфики в дизайне плаката становится особенно актуальным в контексте глобального обмена визуальными кодами и универсализации художественных практик.

Актуальность исследования для Китая имеет особое значение. В стране с глубокой культурной традицией и богатым наследием визуального искусства выставочный плакат продолжает оставаться важной частью культурного ландшафта. В XXI веке Китай занимает одно из ведущих мест в мировой системе выставочной индустрии, активно формируя международный культурный имидж через масштабные выставочные проекты и форумы, которые продемонстрировали стратегическую роль визуальной коммуникации в репрезентации национальной идентичности. В этой системе выставочный плакат выступает не только как рекламный или информационный носитель, но как самостоятельный художественно-коммуникативный феномен, формирующий визуальный код события и транслирующий культурные смыслы. Современная китайская графическая культура развивается в условиях интенсивной глобализации, цифровизации и межкультурного взаимодействия. С одной стороны, она интегрируется в международный дизайн-дискурс, усваивая универсальные принципы визуальной коммуникации; с другой – опирается на многовековые традиции каллиграфии, символики цвета, философско-эстетические принципы даосизма и конфуцианства, категорию «пустоты» и иероглифическую образность. Дизайнеры стремятся не только адаптировать плакат к новым условиям, но и сохранить визуальные коды, укоренённые в философии, эстетике и символике китайской культуры. В результате формируется сложная система визуального синтеза, в которой традиционные художественные архетипы переосмысливаются средствами современной графики. Несмотря на активное развитие китайского дизайна и расширение выставочной практики, проблема генезиса художественной самобытности выставочного плаката и механизмов формирования его специфики остаётся недостаточно разработанной в искусствоведческой и дизайнерской науке. Большинство исследований сосредоточено либо на традиционном искусстве Китая, либо на современной графике в целом, тогда как выставочный плакат как особый тип визуально-коммуникативной формы, находящийся на пересечении искусства, дизайна и культурной политики, требует самостоятельного

комплексного анализа. Актуальность исследования также определяется необходимостью выявления закономерностей трансформации национального художественного кода в условиях глобального визуального пространства. Осмысление истоков самобытности китайского выставочного плаката позволяет определить устойчивые структурные элементы его визуального языка, выявить механизмы кодирования культурных смыслов и обозначить тенденции дальнейшего развития. Таким образом, исследование направлено на восполнение теоретического пробела в изучении китайского выставочного плаката, выявление его историко-культурных оснований и художественной специфики, а также на формирование целостного представления о нём как о феномене современной визуальной культуры Китая. Исследование позволяет выявить механизмы интеграции традиционных и современных элементов, что особенно ценно для понимания путей развития китайского дизайна как уникального художественного направления.

Актуальность исследования для Беларуси заключается в возможности заимствования продуктивного опыта осмысления и сохранения культурной самобытности в условиях глобализации. Анализ художественно-коммуникативной специфики китайского плаката позволяет расширить теоретико-методологическую базу отечественного дизайна, обогатить образовательные программы в области визуальных коммуникаций и способствовать формированию собственного национального визуального языка. Кроме того, учитывая расширяющееся культурное и экономическое сотрудничество между Беларусью и Китаем, подобные исследования содействуют углублению межкультурного диалога и укреплению профессиональных связей в сфере искусства и дизайна.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными программами (проектами), темами

Тема диссертации непосредственно связана с выполнением плановых научных исследований учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств»: «Визуальное искусство XX – начала XXI вв.: контексты и актуальные проблемы развития» (ГР 20213669 от 18.10.2021); «Проблемы развития пластических и пространственно-временных видов искусства и дизайна в национальном и международном контексте: традиции и современность» (ГР 20213668 от 18.10.2021).

Актуальность темы также определяется её соответствием задачам развития креативных индустрий, которые рассматриваются в стратегических документах Республики Беларусь как значимый фактор социально-экономического роста и повышения международной конкурентоспособности национальной культуры.

Цель и задачи исследования

Цель исследования – выявить истоки, факторы и механизмы становления самобытности и художественной специфики выставочного плаката в Китае.

Для достижения этой цели предполагается решение следующих *задач*:

– выявить и обосновать теоретико-методологический подход к исследованию выставочного плаката, обеспечивающий его целостное рассмотрение как элемента визуальной системы выставки и средства репрезентации её концепции;

– определить качественные характеристики и формообразующие принципы выставочного плаката;

– выявить исторические этапы и особенности эволюции китайского выставочного плаката в контексте социокультурных преобразований;

– раскрыть механизм интеграции национально-культурных кодов в визуально-образную структуру китайского выставочного плаката через анализ факторов и принципов его формообразования.

Объект и предмет исследования

Объектом исследования является выставочный плакат в Китае.

Предмет исследования – истоки, факторы и формообразующие принципы, определяющие самобытность и художественную специфику китайского выставочного плаката.

Научная новизна исследования

В работе обосновано понимание выставочного плаката как средства визуальной коммуникации, которое, помимо традиционно признанных функций информирования и эмоционального воздействия на зрителя, выражает концепцию выставки и символизирует её содержание, включая национально-культурные ценности.

Впервые в отечественном искусствоведческом и дизайнерском дискурсе проведён системный анализ китайского выставочного плаката как средства визуального выражения его культурной самобытности.

Автором выявлены истоки, обоснованы этапы и особенности эволюции китайского выставочного плаката и продемонстрировано как изменения политико-экономических и технологических условий формировали его визуальные и семантические особенности.

В диссертации выявлены и систематизированы качественные характеристики и формообразующие принципы китайского выставочного плаката.

Определена совокупность ключевых факторов, формирующих самобытность и культурную специфику китайского выставочного плаката в условиях глобализации и цифровизации визуальных коммуникаций.

Раскрыт механизм интеграции национально-культурных кодов в визуально-образную структуру китайского выставочного плаката.

Положения, выносимые на защиту

1. Интегративный (междисциплинарный и системный) подход к исследованию выставочного плаката обусловлен сложной природой данного феномена как синтетического визуального явления, функционирующего на пересечении дизайна, искусства и визуальной коммуникации. Установлено, что данный подход позволяет преодолеть ограниченность однодисциплинарных трактовок и обеспечивает целостное рассмотрение выставочного плаката как элемента визуальной системы экспозиции и как самостоятельного средства художественной, семантической и коммуникативной репрезентации концепции выставки. В рамках интегративного подхода раскрывается его роль в формировании первичного визуального образа экспозиции и когнитивной установки её восприятия.

2. Эффективность выставочного плаката как средства визуального кодирования концепции выставки определяется системой взаимосвязанных качественных характеристик, формирующих его коммуникативный и художественный потенциал. К числу ключевых характеристик отнесены: коммуникативная точность, визуальная выразительность, композиционная гармония, степень интеграции в визуальную систему выставки, узнаваемость и запоминаемость, когнитивная уместность и культурно-социальная релевантность. Данные характеристики формируются через совокупность формообразующих принципов, систематизированных в две группы: проектные (целостность, информационная ясность, эмоциональная выразительность, культурная чувствительность, адаптивность) и семиотические (многослойность знака, метафоричность, кодовая релевантность, иконичность, символичность, контекстуальная соотнесённость). Согласованная реализация указанных принципов обеспечивает повышение эффективности визуального сообщения и расширение его интерпретационного потенциала.

3. Эволюция китайского выставочного плаката как целостного явления визуальной культуры, развивается под воздействием политико-идеологических, технологических и социокультурных факторов. Авторская периодизация

развития выставочного плаката, включает этап формирования ранних (протоплакатных) форм визуальной коммуникации (до 1840 г.), этап формирования предпосылок современного плаката (1840–1911), этап формирования национальной художественной парадигмы (1912–1949), этап развития в условиях социалистической визуальной культуры (1949–1978), а также этап профессионализации дизайна и интеграции в глобальный визуальный контекст (1978–2020). На каждом этапе трансформируются функции плаката, его визуальный язык и семантическая структура, что определяет формирование художественной специфики и степени выраженности национально-культурной идентичности.

4. Ключевыми качественными характеристиками китайского выставочного плаката выступают его национально-культурная специфика и самобытность, понимаемая как способность плаката «говорить» языком китайской эстетики в глобальном выставочном контексте. Принципы формообразования современного китайского выставочного плаката определяются синтезом базовых принципов дизайна (проектных и семиотических), культурного наследия Китая, современных технологий и активным обращением в актуальных практиках к национально-культурной традиции. Механизм интеграции национально-культурных кодов в визуально-образную структуру китайского выставочного плаката реализуется через систему данных принципов под воздействием совокупности факторов (культурно-исторических, философско-эстетических, художественно-коммуникативных, дизайнерских, технологических). Данный механизм обеспечивает синтез традиционного художественного наследия, международного дизайнерского опыта и современных технологических решений. Интеграция национально-культурных кодов осуществляется посредством их трансформации, стилизации и адаптации в рамках современного визуального языка, а не через прямое воспроизведение. Взаимодействие факторов и принципов определяет характер визуального высказывания, степень выраженности национально-культурной идентичности и особенности художественно-образной организации выставочного плаката.

Личный вклад соискателя учёной степени

Результаты исследования получены автором самостоятельно и отражены в научных публикациях. В публикациях изложены разработанные лично автором научные результаты. В соавторстве опубликованы 3 статьи в научных изданиях, рекомендованных ВАК: «Выставка как феномен современной культуры» (научный руководитель участвовал в обсуждении целей и задач, результатов и научном редактировании текста), «Средства визуальной коммуникации в

контексте современной выставки» (диссертанту принадлежит существенный вклад в концепцию исследования и подготовку публикации), «Выставочный плакат как объект дизайн-проектирования: от идеи к репрезентации экспозиционного замысла» (диссертантом выполнена основная часть работы, включая сбор материала, проведение анализа и подготовку статьи к публикации).

В рамках работы проведён ретроспективный анализ эволюции китайского выставочного плаката в контексте социокультурных преобразований, от доплакатной эпохи до цифровой современности. В русскоязычный научный дискурс введены этапы становления и эволюции китайского выставочного плаката. Сформулированы ключевые принципы формообразования современного китайского выставочного плаката. Выделена совокупность факторов, определяющих художественную самобытность и культурную специфику китайского выставочного плаката.

Апробация диссертации и информация об использовании её результатов

Основные положения диссертации отражены в выступлениях на 6 научно-практических конференциях республиканского и международного уровня: XIII международный научный форум «Диалог искусств и арт-парадигм» (Саратов, 24 апреля 2024); XV международная научно-практическая конференция «Государство и творческая личность» (Минск, 16 апреля 2024); Научный семинар «Визуальное искусство XX - начала XXI вв.: контексты и актуальные проблемы развития» (Минск, 13 июня 2023); XIV международная научно-практическая конференция «Государство и творческая личность» (Минск, 14 апреля 2023); Республиканская научно-творческая конференция XIV Нефёдовские чтения «Белорусское искусство: история и современность» (Минск, 2023); Международная научная конференция «Историческая память и межкультурная коммуникация» (Минск, 24 июня 2022).

Результаты исследования применяются в научной деятельности учреждения образования «Белорусская государственная академия искусств» (акт о внедрении от 13.06.2023 г.), образовательном процессе Хэнаньского технологического университета (акт о внедрении от 10.02.2025 г.), Сюйчанского университета (акт о внедрении от 10.02.2025 г.), Анъянского института технологии (акт внедрения от 12.11.2023г.).

Опубликованность результатов диссертации

Результаты исследования отражены в 7 статьях в рецензируемых изданиях, рекомендованных ВАК (3, 49 авт. л.), 1 статье в коллективной монографии, 5 статьях в материалах научных конференций, форумов и семинаров (1,92 авт. л.).

Общий объем опубликованных материалов составляет 5,41 авт. л.

Структура и объем диссертации

Композиционно работа разделена на введение, общую характеристику, три главы, которые включают 13 разделов, заключение, список использованных источников, список публикаций соискателя и четыре приложения. Полный объем диссертации составляет 185 страниц: основной текст – 113 страниц, библиографический список – 10 страниц (8 страниц – список использованных источников, 2 страницы – публикации соискателя). Приложение занимает 59 страниц и включает три приложения с иллюстративным материалом (102 изображения) и одно приложение с актами о практическом использовании результатов диссертации (4 наименования на китайском и русском языках). Общее количество использованных источников – 120 наименований на китайском, русском, английском языках и 13 авторских публикаций на русском и английском языках.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Во **Введении и Общей характеристике работы** обосновывается выбор темы исследования и её актуальность; определены цель и задачи исследования, научная новизна; сформулированы основные положения, выносимые на защиту; представлены сведения об апробации и опубликованности основных результатов исследования, а также о структуре и объёме диссертации.

Глава 1 «ВЫСТАВОЧНЫЙ ПЛАКАТ КАК СРЕДСТВО СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ» формирует теоретико-методологическую основу исследования и задаёт концептуальные рамки анализа. Глава состоит из пяти разделов.

В разделе 1.1 «Теоретико-методологические основы исследования» представлен анализ научной литературы, выявлена степень разработанности проблемы, обоснованы концепция и методология исследования. Источниковая база включает китайские, русскоязычные и англоязычные исследования и структурирована по трём направлениям, отражающим переход от социокультурного анализа выставки к изучению визуального языка плаката и специфики национально-культурных кодов.

Первое направление связано с исследованием выставки как культурного, социального и экономического феномена. В китайской научной традиции выставка рассматривается преимущественно в аспекте проектирования экспозиционной среды и экономики (Пань Цзе, Лю Дейка, Ху Сижу, Ван Чуньцай). В зарубежных исследованиях раскрываются её институциональные и

экономико-организационные аспекты (Дж. Голдблатт, М. Кирхгеорг, Д. Дерни, Ф. Хьюз; материалы AUMA, CEIR).

Второе направление охватывает теорию визуальной коммуникации и семиотику плаката, где он трактуется как знаково-коммуникативная система и визуальный текст; анализируются механизмы смыслообразования, визуального кодирования и интерпретации (Чжоу Сянь, Чэнь Шуцзюнь, Пэн Лу, Пэн Че, Чжу Юнмин). Взаимосвязь интернационализации и локализации, вербально-текстовые аспекты плаката, а также роль китайских иероглифов и типографики в условиях глобализации рассматриваются в работах Хау Фан, Ке Мэнцзе, Е Юйтяня, Чиа Эвенсиа, Пэн Синьхуна, Хэ Фэна, Ли Сяньчжэня, Цзинь Дуна, Чжоу Бо, Линь Цунчжэня. Теоретическую основу исследования составляют работы по семиотике (Р. Барт, У. Эко), визуальному анализу и теории графического дизайна (Д. Кроу, Ф. Сент-Мартен), а также психологии визуального восприятия (Р. Арнхейм).

В русскоязычной научной традиции плакат осмысляется как художественно-коммуникативный феномен в историко-культурном контексте (В. К. Охочинский, Б. С. Бутник-Сиверский, Н. И. Бабурин). Вопросы графического дизайна, визуального языка, а также семиотические и коммуникативные аспекты рассматриваются в исследованиях Э. М. Глинтерник, Е. В. Черневич, С. И. Серова, К. Дыдо, Д. А. Леонтьева, Б. Ф. Ломова, Е. В. Жердева, Е. Е. Бразговской. Жанровая специфика плаката представлена в работах, посвящённых политическому и военному (Г. Л. Демосфенова, Н. Н. Ватолина, В. Н. Ляхов), зрелищному и театральному (А. Д. Боровский, К. В. Лапина), а также шрифтовому плакату и типографике (В. И. Кричевский, Е. В. Черневич, В. В. Лаптев, Лю Цзянь).

Третье направление связано с изучением национально-культурной специфики и процессов локализации в дизайне. Существенный вклад в разработку «китайского стиля» и интеграции традиционных элементов внесли Чжао Нун, Ван Ли, Ван Сюнь, Чэнь Юаньчуань, Тянь Вэйчжун. Однако, несмотря на значительный массив публикаций, отсутствует системный анализ механизмов выражения национально-культурных кодов в выставочном плакате.

Анализ литературы показал, что исследования плаката носят фрагментарный характер и сосредоточены преимущественно на его историко-стилистических и жанровых аспектах. Комплексный междисциплинарный подход к изучению выставочного плаката как элемента визуальной системы выставки и средства репрезентации её концепции остаётся недостаточно разработанным, что определяет исследовательскую позицию работы.

Концептуально исследование основывается на понимании китайского выставочного плаката как интегративной визуально-коммуникативной системы,

обеспечивающей репрезентацию концепции выставки через трансформацию традиционных культурных кодов в современные визуальные решения.

Методологической основой исследования является интегративный подход, объединяющий междисциплинарный и системный принципы. Он реализуется через рассмотрение плаката во взаимосвязи культурного, историко-художественного, коммуникативного, социального и семиотического аспектов и его анализ как элемента визуальной системы выставки — от уровня культурного феномена до объекта дизайн-проектирования.

В **разделе 1.2 «Выставка в контексте современной культуры»** выставка рассматривается как культурный феномен и основа визуальной коммуникации, играющая ключевую роль в формировании выставочного плаката. Анализируются теоретические подходы к пониманию выставки как формы культурной коммуникации, её эволюция, функции и значение в современных социокультурных, экономических и технологических условиях. Рассматриваются принципы организации выставочного пространства и его взаимодействие с визуальным образом плаката как инструмента, способного не только представлять, но и формировать восприятие экспозиции, вовлекая зрителя в диалог с её содержанием. Особое внимание уделяется тому, как тематика и концепция выставки влияют на визуальные и функциональные характеристики плаката, определяя его графическую структуру, шрифтовые и цветовые решения. Показывается, что успешность современной выставки, в первую очередь, определяют её концептуальность и многофункциональность, влияющие на отбор содержания и выбор средств его визуальной реализации. В качестве условий формирования содержания выставки выступают уникальность и новизна концепции; многоуровневый подход к формированию содержания, его символических качеств и форматов представления; поддержание культурного плюрализма и инклюзивности.

Раздел 1.3 «Средства визуальной коммуникации в решении задач репрезентации содержания выставки» посвящён анализу средств визуальной коммуникации в современном выставочном пространстве. Рассматриваются теоретические подходы к пониманию визуального языка и визуального текста, а также модусы восприятия, формирующие многослойное взаимодействие с аудиторией. Анализируются форматы визуальной информации, применяемые на выставках, их функции и восприятие, а также семиотические и проектные принципы, лежащие в основе визуального нарратива выставки, в котором плакат выступает как значимый элемент системы визуального взаимодействия и восприятия экспозиции. Особое внимание уделяется плакату как визуальной структуре, способной не только информировать, но и создавать концептуальную и эмоциональную атмосферу.

В **разделе 1.4 «Выставочный плакат в системе средств визуальной коммуникации»** выставочный плакат рассматривается как ключевое средство визуальной коммуникации в экспозиционном пространстве. Освещается его эволюция от информационного носителя до самостоятельного художественного феномена, обладающего высокой коммуникативной эффективностью. Анализируются функции плаката, его роль и условия формирования целостного восприятия экспозиции. Плакат рассматривается как связующий элемент (между физическим пространством, концепцией выставки и аудиторией), формирующий визуальное, образовательное и эмоциональное воздействие на посетителей. Особое внимание уделяется анализу графико-композиционных особенностей плаката, его выразительных и смысловых возможностей в раскрытии концепции выставки и формировании зрительского восприятия через взаимодействие с другими компонентами экспозиции – экспонатами, пространством и навигационными элементами. Особое внимание уделено контекстуальному и межкультурному измерению плаката как медиатора, объединяющего локальные традиции и глобальные визуальные практики.

Раздел 1.5 «Выставочный плакат как объект дизайн-проектирования» посвящён выставочному плакату как специфическому объекту дизайн-проектирования, который сочетает визуальные, функциональные и коммуникативные аспекты. Современный выставочный плакат трактуется как результат стратегического проектирования, ориентированного на создание вовлекающей коммуникации, объединяющей традиции, инновации и культурную идентичность. Раскрывается его роль как средства визуальной репрезентации концепции выставки и инструмента формирования эмоционально-смыслового отклика аудитории. Анализируется структура визуального языка плаката; рассматриваются функциональные, эстетические и культурные качества его эффективности; принципы разработки, обеспечивающие целостность и выразительность визуального послания.

Глава 2 «ОСОБЕННОСТИ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ВЫСТАВОЧНОГО ПЛАКАТА В КИТАЕ» посвящена историческому становлению выставочного плаката в Китае, что позволяет проследить его эволюцию и влияние культурных факторов на развитие этой формы дизайна. Глава состоит из пяти разделов, охватывающих основные этапы развития визуальной коммуникации и выставочного плаката в Китае до 2020 года.

В **разделе 2.1 «Формирование ранних (протоплакатных) форм визуальной коммуникации (до 1840 года)»** на основе анализа государственной и народной парадигм раскрывается становление визуальной коммуникации в Китае до появления плакатной формы. Архетипы визуальной политики власти (от шелковых «лу бу» и печатных табличек «янвэнь» до системы «паньвэнь» с

киноварными печатями) рассматриваются как визуальные носители ее легитимности и ритуала. В параллельной плоскости прослеживается развитие народной визуальной культуры (от рыночных вывесок и ксилографий до топографий и стел); подчеркивается ее потенциал к эстетическому сопротивлению, локализации культурных кодов и демократизации технологий; выявляется генофонд визуальной грамматики, предшествующий западной индустриализации. Тем самым в исследовании закладываются основания для анализа незападной современности китайского дизайна.

Раздел 2.2 «Формирование предпосылок современного плаката (1840–1911 гг.)» раскрывает, как период 1840–1911 гг. стал временем формирования предпосылок современного китайского выставочного плаката. Технологические новации (литография, фотопечать и свинцовый шрифт) трансформировали визуальную культуру, распространили массовую визуальность, рационализировали текстовую подачу и заложили основу для современного плаката. Важную роль сыграл колониальный контекст: западные силы через торговлю, миссионерство и культурную экспансию активно воздействовали на местную медиасреду. В этих условиях плакат становится ареной визуального столкновения и культурной гибридизации, где переплетаются западные формы и традиционные китайские художественные приемы (каллиграфия, гоухуа, модульная структура, символика Инь-Ян). Формируются первые основы визуального языка и художественно-коммуникативных принципов плаката, который начинает выполнять рекламную, информационную и культурно-репрезентативную функции, ориентируясь на массовую аудиторию и создавая предпосылки для дальнейшего развития современного китайского графического дизайна.

В **разделе 2.3 «Формирование национальной художественной парадигмы (1912–1949 гг.)»** показано, что период культурного просвещения в Китае характеризуется формированием новой художественной парадигмы, включающей переосмысление визуальной коммуникации, в рамках которой закладываются основы выставочного плаката как средства национальной визуальной коммуникации. Плакаты интегрируют традиционные художественные приёмы с модернизацией визуального языка и западными графическими технологиями. Они выполняют образовательные, идеологические и коммуникативные функции, стимулируя эмоциональное и интеллектуальное вовлечение зрителя, поддерживают национальную мобилизацию и формирование культурной идентичности. Этот период закладывает основы профессионализации графического дизайна и синтеза традиций с современными подходами в китайской визуальной культуре.

Раздел 2.4 «Развитие в условиях социалистической визуальной культуры (1949–1978 гг.)» описывает трансформацию китайской визуальной культуры в период социализма. Формируется социалистическая визуальная парадигма, основанная на синтезе советской монтажной эстетики и традиционной китайской графической грамматики. Плакат выполняет пропагандистские, воспитательные и дисциплинарные функции, стандартизирует визуальные коды и формирует коллективистскую модель восприятия. Период характеризуется технологической модернизацией и символической реструктуризацией образов, что обеспечивает локализацию интернациональных форм и закрепление национальной идентичности в условиях жёстко программируемой эстетики власти.

В **разделе 2.5 «Профессионализация дизайна и интеграция в глобальный визуальный контекст (1978–2020 гг.)»** рассмотрены ключевые моменты развития дизайна в Китае в этот период. Показано, что выставочный плакат проходит путь от идеологического инструмента к самостоятельному объекту профессионального дизайн-проектирования. Под воздействием реформ, рыночной трансформации, глобализации и цифровой революции формируется новая проектная парадигма, основанная на синтезе традиции и инновации. Выделены этапы «ледокола», рыночной и глобальной интеграции и периода «культурной уверенности», в рамках которых плакат осваивает цифровые, интерактивные и мультимедийные форматы. Профессионализация раскрывается как механизм взаимодействия национальной воли, рыночной логики и культурной субъектности, определяющий современную визуальную идентичность Китая.

Глава 3 «ТЕНДЕНЦИИ В ФОРМООБРАЗОВАНИИ ВЫСТАВОЧНОГО ПЛАКАТА В КИТАЕ» исследует современные тенденции в проектировании китайских выставочных плакатов, акцентируя внимание на национальной самобытности, технологических инновациях и изменениях в графическом языке. В главе раскрывается механизм интеграции национально-культурных кодов в визуально-образную структуру китайского выставочного плаката через анализ факторов и принципов формообразования. Глава состоит из трех разделов.

В **разделе 3.1 «Проектные принципы и визуальный язык выставочного плаката»** анализируются качественные характеристики китайского выставочного плаката и принципы его формообразования. Показано, что современный китайский выставочный плакат формируется на пересечении традиционной эстетики, философских и мифологических кодов, современных медиа-технологий. Анализируется эволюция визуального языка от статических символов и декоративных мотивов к многослойной и метафорической

коммуникации, включающей цифровые и AR-интерфейсы. Показано, что сочетание минималистичных и декоративных подходов, использование традиционных символов и принципов композиции, а также внимание к восприятию аудитории обеспечивает эффективное эмоциональное и когнитивное вовлечение, превращая плакат в инструмент культурного диалога и укрепления национальной идентичности.

В **разделе 3.2 «Цифровые технологии и инновации в проектировании выставочных плакатов»** акцент делается на влиянии цифровых технологий на формирование визуального языка китайских выставочных плакатов. Показано, что использование цифровых и мультимедийных средств, дополненной реальности, расширяет выразительные возможности выставочного плаката, делает его более динамичным и интерактивным, превращает в интерфейс, способный к многоканальному взаимодействию со зрителем, сохраняя при этом национальную идентичность и отражая глобальные тенденции в дизайне.

Раздел 3.3 «Факторы национально-культурной самобытности» посвящен анализу факторов национальной идентичности в китайском выставочном плакате. Рассматриваются влияния традиций, символики и философии на дизайн плакатов, а также использование таких элементов, как пустое пространство и принципы инь-ян и ци, в оформлении. Особое внимание уделено роли культурной идентичности в формировании уникального визуального языка, который сохраняет свою специфику в условиях глобализации и технологических изменений. Исследуются факторы, под воздействием которых формировалась самобытность китайского выставочного плаката и которые являются основой для сохранения и трансформации идентичности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основные научные результаты диссертации

1. Проведен анализ китайских, русскоязычных и англоязычных источников, выявлены теоретико-методологические подходы к изучению выставочного плаката как средства визуальной коммуникации. Проведен анализ теоретических подходов к интерпретации выставки как культурного, социального, экономического и художественного феномена. Установлено, что современная выставка выступает многофункциональной культурной, социальной и художественной практикой, интегрирующей концепцию, смысловые и национально-культурные коды в визуальное пространство, и эволюционирует к многослойной, эмоционально-экспрессивной, интерактивной и концептуальной форме. Установлено, что комплексный анализ плаката с учётом интеграции национально-культурных кодов недостаточно разработан. Это позволило обосновать применение интегративного (междисциплинарного и

системного) подхода для исследования плаката как элемента комплексной визуальной системы выставки и средства репрезентации её концепции, а также для выявления закономерностей формирования художественных, семантических и коммуникативных характеристик и принципов формообразования китайского выставочного плаката. С позиций интегративного подхода выставочный плакат рассматривается как визуально-коммуникативный инструмент интерпретации и репрезентации концепции выставки, объединяющий культурологический, историко-искусствоведческий, функционально-коммуникативный, социологический, психологический и семиотический аспекты анализа. Доказано, что методологически корректное исследование выставочного плаката возможно только в рамках интегративного (междисциплинарного и системного) подхода, позволяющего рассматривать его как компонент визуальной системы современной выставки и как средство художественной, семантической и коммуникативной репрезентации её концепции [4-А; 5-А; 6-А; 9-А; 11-А].

2. Показано, что выставочный плакат – ключевое средство визуального кодировании концепции выставки, визуальный медиум, сочетающий функции информирования, репрезентации, символизации и эмоционального воздействия. Концептуальные, функциональные и визуальные качества плаката определяются содержанием выставки (уникальностью и новизной концепции; комплексностью реализации её мультифункциональности, региональных особенностей, соответствием целевой группе, балансом между коммерческими интересами и социальной ответственностью участников выставки), многослойностью отражения содержания средствами визуальной коммуникации (местом и ролью плаката в системе средств визуальной коммуникации выставки, обеспечением для аудитории возможности погружения в содержание на разных уровнях сложности), используемыми принципами формообразования плаката. Ключевую роль в кодировании содержания выставки играют средства визуального выражения, такие как «словарь форм» (формирует основу визуального выражения), визуальный язык (обеспечивает структуру и интерпретацию визуального выражения), визуальный текст (связывает смысловые компоненты в единую целостность), а также используемые модусы (денотативный, символический, метафорический и коннотативный), позволяюшие усиливать как объективное, так и эмоциональное содержание.

Определена система качественных характеристик выставочного плаката: коммуникативная точность, визуальная выразительность, композиционная гармония, интеграция в визуальную систему выставки, узнаваемость, когнитивная уместность и культурно-социальная релевантность. Выявлена совокупность формообразующих принципов выставочного плаката, обеспечивающих ему целостность визуального образа и передачу смысла:

проектных (целостность, информационная ясность, эмоциональная выразительность, культурная чувствительность, адаптивность) и семиотических (многослойность знака, метафоричность, кодовая релевантность, иконичность и символичность, контекстуальная соотнесённость) [4-А; 5-А; 6-А; 9-А; 11-А; 13-А].

3. Системно проанализирован китайский выставочный плакат как форма визуальной репрезентации культурной идентичности, позволяющая рассматривать его как уникальный культурный феномен. Китайский выставочный плакат в ходе исторического развития превратился из инструмента политической пропаганды в средство культурного диалога, уникальный культурный феномен, в котором хронологическая эволюция западного дизайнерского мышления имплантировалась в местный контекст, образуя сложную игру между традиционными символами, технической рациональностью и рыночной логикой.

Историческая логика рождения выставочных плакатов в Китае прослежена в двойном измерении материальности медиа и эстетики идеологической регуляции. Показано, как трансформация политико-экономических и технологических условий отразилась на визуальных и семантических особенностях плаката. Понимание генеративного механизма незападной современности выставочных плакатов в Китае, их функциональных атрибутов и эстетической парадигмы позволили нам выделить следующие периоды эволюции китайского выставочного плаката:

Этап формирования ранних (протоплакатных) форм визуальной коммуникации (до 1840 г.). Практика визуальной политики от династий Цинь (221 до н.э. – 207 до н.э.), Хань (206 до н.э. – 220 н.э.) до Мин (1368 – 1644 гг.) и Цин (1644 – 1911 гг.) не только конструировала ритуалы распространения государственного дискурса, но и совершенствовала технологическое сопровождение эстетики власти через выбор материалов (шелк, шелковые/гравированные пластины/ киноварь), итерации технологий (печать и официальная каллиграфия/ печать на гравированных пластинах/ наложение цветных надписей) и кодирование символов (шрифты печати Цзючжи/ узоры с рыбьими хвостами/ фронтальная система). Визуальный медиум уже не просто носитель информации, он становится визуальным проявлением «микрофизики власти». До 1840 г. Китай находился в условиях закрытой имперской системы. Система официальных объявлений (Лу Бу, пэньвэнь) и народная визуальная парадигма (чжоуфан, Няньхуа) сформировали устойчивое состояние с точки зрения технологии (рукописное копирование/ деревянная печать) и структуры власти (вертикальное распространение императорской власти/ горизонтальное взаимодействие рынка), и еще не подверглись воздействию западных

промышленных технологий и колониальной современности. Это и составило изначальный оригинальный генофонд китайской визуальной коммуникации.

Этап формирования предпосылок современного плаката (1840 - 1911 гг.). Технологическая революция и вмешательство колониальной современности ознаменовали конец предыдущей эпохи. Такие события, как открытие торговых портов после Опиумной войны (1842 г.) и внедрение литографии (1876 г.), нарушили традиционную медиа-экологию и привели к столкновению китайской и западной визуальной грамматики (например, дизайн Общества убеждения Наньяна), а технологические итерации (фотонабор/ ведущий шрифт) и трансформация социальной структуры (полуколонизация) совместно подтолкнули современную трансформацию медиа-функции плаката.

Этап формирования национальной художественной парадигмы (1912 - 1949 гг.). Визуальная практика периода культурного просвещения была, по сути, культурной мобилизацией идей Просвещения через визуальные средства. Этот процесс преодолел закрытый характер традиционной литературной живописи и каллиграфии, превратив дизайн в носителя идей в публичной сфере, и сосредоточился на создании визуальной грамматической системы, которая была одновременно критической и коммуникативно эффективной.

Этап развития в условиях социалистической визуальной культуры (1949 - 1978 гг.). После основания Нового Китая в 1949 году произошел полный разворот в сторону социалистического лагеря. Советская монтажная эстетика и местные политические движения (например, крупношрифтовые плакаты Культурной революции) изменили конфигурацию механизма визуального производства, а технология (трафаретная печать), символы (эстетика красного света) и социальная структура (плановая экономика) сформировали в высшей степени однородную систему эстетики власти. Экстремальные практики плановой экономической системы (образцовый театр/ плакаты с большими персонажами) достигли вершины эстетики власти, обеспечив критический ориентир для последующих рыночных преобразований. Историческая точка 1978 г. не только знаменует собой трансформацию политической экономики, но и метафорически представляет собой незавершенный нарратив визуальной современности.

Этап профессионализации дизайна и интеграции в глобальный визуальный контекст (1978 - 2020 гг.). Эстетика «красного света» эпохи плановой экономики встретилась с волной рыночной экономики. Подавленные народные визуальные гены (такие как потребительское послевкусие шанхайской лунной открытки, шанхайских месячных досок) заменены новой эстетикой рыночной экономики и в условиях реформ и открытости становятся потенциальной силой

для реконструкции субъективности китайского дизайна. Этот досовременный опыт, столкнувшись с влиянием современной литографии и колониальных выставок, проникает в визуальную грамматику современных плакатов подобно культурным генам, придав современному китайскому дизайну уникальную «многослойную структуру».

Закономерности эволюции китайского выставочного плаката проявляются через: влияние политико-идеологической среды (на ранних этапах плакат функционировал как инструмент власти и пропаганды, формируя визуальные архетипы, эстетические стандарты и медиа-структуры под контролем государства, что закладывало основу последующей художественной и культурной самобытности); влияние технологических изменений (новые технологии печати и тиражирования (литография, фотонабор, цифровой дизайн) напрямую влияли на формообразование и графический язык плакатов); интеграцию внешних культурных практик (западные дизайнерские подходы и визуальные стратегии постепенно внедрялись в местный контекст, создавая синтез традиционных и современных элементов); социально-культурную адаптацию (плакат менял свои функции и визуальные формы в зависимости от задач общества — от политической мобилизации к культурному диалогу и презентации национальной идентичности); постепенную профессионализацию дизайна (начиная с конца 1970-х, художественные и технические стандарты плакатного дизайна стали более системными, включая формальные принципы композиции, цвет, семиотику и функциональность) [1-А; 2-А; 3-А; 7-А; 8-А; 9-А; 11-А; 12-А; 13-А].

4. Показано, что самобытность китайского выставочного плаката проявляется в системной интеграции философских установок, символической образности и проектной логики (целостном воплощении национально-культурных кодов в дизайнерском решении). Ключевыми качественными характеристиками выставочного плаката выступают его национально-культурная специфика (видимая, «эмблематическая» принадлежность к национальной культуре) и самобытность, понимаемая как способность «говорить» языком китайской эстетики в глобальном выставочном контексте. Принципы формообразования современного китайского выставочного плаката определяются синтезом базовых принципов дизайна (проектных и семиотических), заимствованных из международного опыта; современных технологий; культурного наследия Китая (философские концепции гармонии; традиционные мифологические образы, символика и знаки, символичность цвета, живописные мотивы; каллиграфические формы и декоративные приёмы письма; семантическая насыщенность); активным обращением в актуальных практиках к национально-культурной традиции и установкой на целостность

визуального образа, эмоциональную выразительность при визуальной сдержанности, многослойность смыслов, социальную и культурную чувствительность. Указанные формообразующие принципы, синтезирующие традиционное наследие, международный дизайнерский опыт и современные технологии выступают определяющим элементом механизма интеграции национально-культурных кодов в китайский выставочный плакат. Полное раскрытие механизма сформировалось под воздействием культурно-исторических, философско-эстетических, художественно-коммуникативных, дизайнерских, социально-коммуникативных и технологических факторов. На формообразование выставочного плаката повлияли философия конфуцианства и даосизма, классическое искусство, каллиграфия и орнаментальная система, которые продолжают определять визуальный стиль, несмотря на глобальные влияния. Использование мифологических и космогонических образов, культурной памяти и традиционных визуальных форм являются основой для сохранения и трансформации идентичности. Китайские дизайнеры активно переосмысляют наследие, сочетая его с современными визуальными задачами и обеспечивая узнаваемость и выразительность плакатов на международной арене. Использование цифровых и мультимедийных средств, в том числе дополненной реальности, расширяет выразительные возможности выставочного плаката, делает его более динамичным и интерактивным, превращает в интерфейс, способный к многоканальному взаимодействию со зрителем. Стремление к культурной преемственности и переосмыслению традиционного кода делает китайский выставочный плакат актуальным, инновационным и идентифицируемым. Таким образом механизм интеграции национально-культурных кодов в китайский выставочный плакат реализуется через формообразующие принципы, синтезирующие традиционное наследие, международный дизайнерский опыт и современные технологии под воздействием культурно-исторических, философско-эстетических, художественно-коммуникативных, дизайнерских, социально-коммуникативных и технологических факторов [2-А; 3-А; 7-А; 9-А; 10-А; 12-А; 13-А].

Рекомендации по практическому использованию результатов

Практическая значимость результатов диссертационного исследования представлена возможностью их использования в учебном процессе и научной деятельности вузов, что подтверждено актами внедрения [Приложение Г, Акты внедрения от 10.02.2025, 10. 02.2025, 13.06.2023, 12.11.2023]. Результаты исследования могут использоваться при обучении в области дизайна и при разработке профильных учебных курсов. Исследование предоставляет теоретическую основу для практики выставок, содействуя выражению

китайской визуальной культуры в глобальном контексте. Материалы диссертации могут быть использованы в практике проектирования выставочных плакатов. Выявленные принципы формообразования позволяют разработать методические рекомендации для специалистов в сфере визуальной коммуникации.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

Статьи в научных рецензируемых журналах

1–А. Сюйжань Сы. Семиотический анализ в дизайне и переосмысление китайских традиционных узоров / Сюйжань Сы // Артэфакт. – 2024. – № 21. – С. 22–28.

2–А. Сюйжань Сы. Символы бумажного искусства как средство культурного и эстетического выражения в дизайне плакатов / Сюйжань Сы // Вести Института современных знаний. – 2024. – № 2. – С. 83–87.

3–А. SiXuran. Researching historical prototypes of chinese exhibition posters and tracing their evolution / SiXuran // Артэфакт. – 2024. – № 21 : Спец. вып. [на англ. яз.]. – С. 29–35.

4–А. Сюйжань Сы. Выставка как феномен современной культуры / Сюйжань Сы, К. А. Стрикелева // Вести института современных знаний. – 2025. – № 3. – С. 106–110.

5–А. Сюйжань Сы. Средства визуальной коммуникации в контексте современной выставки / Сюйжань Сы, К. А. Стрикелева // Артэфакт. – 2025. – № 23. – С. 146–152.

6–А. Сюйжань Сы. Выставочный плакат как объект дизайн-проектирования: от идеи к репрезентации экспозиционного замысла / Сюйжань Сы, К. А. Стрикелева. // Артэфакт. – 2025. – № 24. – С. 82–90.

7–А. SiXuran. Principles of form-generation in the contemporary chinese exhibition poster / SiXuran // Артэфакт. – 2025. – № 25 : Спец. вып. [на англ. яз.]. – С. 91–96.

Статья в коллективной монографии

8–А. Сюйжань Сы. Зарождение и развитие дизайна визуальной коммуникации в музейных выставках / Сюйжань Сы // Визуальное искусство XX – начала XXI вв.: контексты и актуальные проблемы развития : коллектив. монография по результатам науч. семинара, Минск, 13 июня 2023 г. / Белорус. гос. акад. искусств ; редкол.: М. Г. Борозна [и др.]. – Мн., 2023. – С. 72–75.

Материалы научных конференций

9–А. Сюйжань Сы. Коммерческий рекламный плакат в условиях современности: подходы к проектированию, выразительности / Сюйжань Сы // Историческая память и межкультурные коммуникации : материалы Междунар. науч. конф., Минск, 24 июня 2022 г. / Белорус. гос. акад. искусств ; редкол.: М. Г. Борозна (пред.) [и др.]. – Мн., 2022. – С. 161–169.

10–А. Сюйжань Сы. Исследование использования дизайна китайских иероглифов в выставочных плакатах / Сюйжань Сы // Белорусское искусство:

история и современность : материалы Респ. науч.-творч. конф. XIV Нефёдовские чтения, Минск, 2023 г. / Белорус. гос. акад. искусств ; редкол.: М. Г. Борозна [и др.]. – Мн., 2023. – С. 379–383.

11–А. Сюйжань Сы. Выставка как феномен современной культуры и ее основные атрибуты / Сюйжань Сы // Государство и творческая личность : материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 14 апр. 2023 г. / Белорус. гос. акад. искусств ; редкол.: М. Г. Борозна [и др.]. – Мн., 2023. – С. 270–274.

12–А. Сюйжань Сы. От пиктограмм к плакатам: трансформация костяного оракульного письма в современном дизайне / Сюйжань Сы // Государство и творческая личность : материалы XV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 16 апр. 2024 г. / Белорус. гос. акад. искусств ; редкол.: М. Г. Борозна [и др.]. – Мн., 2024. – С. 208–212.

13–А. Сюйжань Сы. Визуальная эстетика плакатов как средство репрезентации музейных культурных ценностей / Сюйжань Сы // Диалог искусств и арт-парадигм: статьи, очерки, материалы : по материалам XIII Междунар. науч. форума, Саратов, 24 апр. 2024 г. / Саратов. гос. консерватория им. Л. В. Собинова ; ред.-сост. А. И. Демченко. – Саратов, 2024. – С. 133–138.

РЕЗЮМЕ

Сы Сюйжань

ВЫСТАВОЧНЫЙ ПЛАКАТ В КИТАЕ: ИСТОКИ САМОБЫТНОСТИ И ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СПЕЦИФИКИ

Ключевые слова: выставка, визуальная коммуникация, средства визуальной коммуникации выставки, выставочный плакат, дизайн выставочного плаката, проектные принципы выставочного плаката, культурная идентичность китайского выставочного плаката

Цель исследования: выявить истоки, факторы и механизмы становления самобытности и художественной специфики выставочного плаката в Китае.

Методы исследования: исторический, периодизации, сравнительный, контент-анализ, кейс-анализ, семиотический, композиционно-структурный.

Полученные результаты и их новизна: обосновано понимание выставочного плаката как средства визуальной коммуникации, выражающего концепцию выставки и символизирующего её содержание, включая национально-культурные ценности. Проведён системный анализ китайского выставочного плаката как средства визуального выражения его культурной самобытности. Выявлены истоки, обоснованы этапы и особенности его эволюции с учётом политико-экономических и технологических условий. Выявлены и систематизированы качественные характеристики и формообразующие принципы китайского выставочного плаката. Определены ключевые факторы формирования его самобытности и культурной специфики. Раскрыт механизм интеграции национально-культурных кодов в визуально-образную структуру китайского выставочного плаката.

Рекомендации по использованию: результаты исследования могут использоваться в учебном процессе и научной деятельности вузов, при разработке профильных учебных курсов в области дизайна, в практике проектирования выставочных плакатов, а также при разработке методических рекомендаций для специалистов в сфере визуальной коммуникации.

Область применения: теория и история дизайна, дизайн визуальных коммуникаций, дизайн выставочных пространств, искусствоведение.

РЭЗЮМЭ

Сы Сюйжань

ВЫСТАВАЧНЫ ПЛАКАТ У КІТАЕ: ВЫТОКІ САМАБЫТНАСЦІ І МАСТАЦКАЙ СПЕЦЫФІКІ

Ключавыя словы: выстава, візуальная камунікацыя, сродкі візуальнай камунікацыі выставы, выставачны плакат, дызайн выставачнага плаката, праектныя прынцыпы выставачнага плаката, культурная ідэнтычнасць кітайскага выставачнага плаката

Мэта даследавання: выявіць вытокі, фактары і механізмы станаўлення самабытнасці і мастацкай спецыфікі выставачнага плаката ў Кітаі.
Метады даследавання: гістарычны, перыядызацыі, параўнальны, кантэнт-аналіз, кейс-аналіз, семіятычны, кампазіцыйна-структурны.

Атрыманыя вынікі і іх навізна: абгрунтавана разуменне выставачнага плаката як сродку візуальнай камунікацыі, які выражае канцэпцыю выставы і сімвалізуе яе змест, уключаючы нацыянальна-культурныя каштоўнасці. Праведзены сістэмны аналіз кітайскага выставачнага плаката як сродку візуальнага выражэння яго культурнай самабытнасці. Выяўлены вытокі, абгрунтаваны этапы і асаблівасці яго эвалюцыі з улікам палітыка-эканамічных і тэхналагічных умоў. Выяўлены і сістэматызаваны якасныя характарыстыкі і формаўтваральныя прынцыпы кітайскага выставачнага плаката. Вызначаны ключавыя фактары фарміравання яго самабытнасці і культурнай спецыфікі. Раскрыты механізм інтэграцыі нацыянальна-культурных кодаў у візуальна-вобразную структуру кітайскага выставачнага плаката.

Рэкамендацыі па выкарыстанні: вынікі даследавання могуць выкарыстоўвацца ў навучальным працэсе і навуковай дзейнасці ВНУ, пры распрацоўцы профільных навучальных курсаў у галіне дызайну, у практыцы праектавання выставачных плакатаў, а таксама пры распрацоўцы метадычных рэкамендацый для спецыялістаў у сферы візуальнай камунікацыі.

Вобласць прымянення: тэорыя і гісторыя дызайну, дызайн візуальных камунікацый, дызайн выставачных прасторaў, мастацтвазнаўства.

ABSTRACT

Si Xuran

EXHIBITION POSTER IN CHINA: ORIGINS OF IDENTITY AND ARTISTIC SPECIFICITY

Keywords: exhibition, visual communication, exhibition visual communication tools, exhibition poster, exhibition poster design, design principles of the exhibition poster, cultural identity of the Chinese exhibition poster

Purpose of the research: to identify the origins, factors, and mechanisms underlying the formation of the identity and artistic specificity of the exhibition poster in China.

Research methods: historical method, periodization, comparative method, content analysis, case study, semiotic analysis, compositional and structural analysis.

Results and novelty: the exhibition poster is substantiated as a means of visual communication that expresses the exhibition concept and symbolizes its content, including national and cultural values. A systematic analysis of the Chinese exhibition poster as a means of visually expressing its cultural identity has been conducted. Its origins, stages, and features of evolution have been identified and substantiated with regard to political, economic, and technological conditions. The qualitative characteristics and form-generating principles of the Chinese exhibition poster have been identified and systematized. Key factors shaping its identity and cultural specificity have been determined. The mechanism for integrating national and cultural codes into the visual and figurative structure of the Chinese exhibition poster has been revealed.

Recommendations for application: the research results may be used in the educational process and academic activities of higher education institutions, in developing specialized design courses, in exhibition poster design practice, and in developing methodological recommendations for specialists in visual communication.

Field of application: theory and history of design, visual communication design, exhibition design, art studies.

Научное издание

Сы Сюйжань

Выставочный плакат в Китае: истоки самобытности и художественной специфики

Автореферат диссертации
на соискание ученой степени кандидата искусствоведения
по специальности 17.00.06 – техническая эстетика и дизайн

Подписано в печать 19.10.2026. Формат 60×84 1/16.
Бумага офсетная 80 г/м². Цифровая печать.
Усл. печ. л. 1,40. Уч.-изд. л. 1,35. Тираж 60 экз.
Заказ № 413.

Учреждение образования
«Белорусская государственная академия искусств».
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/430 от 03.10.2014 г.
Проспект Независимости 81, 220012, Минск, Республика Беларусь.

Отпечатано в учреждении образования
«Белорусская государственная академия искусств».
Проспект Независимости 81, 220012, Минск, Республика Беларусь.