

**Практическая значимость.** Определены основные критерии разработки концепт-вариантов комбинаций признаков, воплощающих свойства и характеристики так называемой «кризисной моды», для разработки актуальной коллекции костюма.

**Ключевые слова:** индустрия моды, модный проектный образ, модные тенденции, «fast-fashion», «mass market», кризисная мода, объект моды, стилевое направление

## **BASIC DESCRIPTIONS OF PROJECT APPEARANCE FORMING IN MODERN FASHION INDUSTRY**

CHOUPRINA N.

*Kyiv National University of Technologies and Design*

**Purpose.** Description of basic stylish parameters of project appearance forming in the context of “crisis fashion” as basic tendency of industry of fashion clothes is aimed.

**Methodology.** Completed scientific approach to the analysis of information and projective material allowed to define evolution of changes of stylistic presentations and typology of projective images in fashion industry, and also conducted their classification. On some stages of the represented research, in the aim of realization of its certain tasks, the methods of activation of creativity in fashion industry are applied.

**Findings.** The questions of description of fashion trends of mass fashion are considered as design-object of modern industry of fashion clothes. Classification of organizing concepts, vividly-stylistic and project-compositive decisions for forming of actual fashionable appearance is conducted. Basic principles of planning of fashion clothes of the different settings are formed. It is grounded, that aesthetics of luxury and glossy tendencies left off to be dominant main stream in the fashion clothes of mass consumption (“mass market”).

**Originality.** The stage-by-stage algorithm of morphological synthesis of structure elements of projective image in modern fashion industry is developed.

**Practical value.** The basic criteria of development of concept-variants of indication combinations that realize certain properties and characteristics of so-called “crisis fashion” are formed, for the development of actual suit collection.

**Keywords:** *fashion industry, fashion projective image, fashion tendencies, “fast-fashion”, “mass market”, crisis fashion, fashion object, stylish direction.*

ЗАТУЛОВСЬКА Г.А.

Київський національний університет технологій та дизайну

## **АКТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ШРИФТОВОГО ХУДОЖНЬОГО ПЛАКАТУ**

**Мета.** Дослідити явище шрифтового художнього плакату в світлі його сучасних тенденцій. Аналізуючи зразки плакатів кінця ХХ початку ХХІ ст., прослідкувати певні тенденції змін композиційного і стилістичного характеру їх художнього оформлення.

**Методика.** Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань використано такі методи мистецтвознавчого дослідження, як метод порівняльного аналізу, метод аналізу композиційно-художньої виразності плакатних творів, історично-художній аналіз зразків мистецтва шрифтового плакату, шрифтової реклами, шрифтових композицій.

**Результати.** Автор припускає, що основними напрямками розвитку шрифтового художнього плакату в найближчі роки стануть модернізм та постмодернізм, в крайніх їх вираженнях, а також еkleктичне змішання різних стилів та видів мистецтва.

**Наукова новизна.** Аналізуючи твори сучасного художнього плакату, автор статті виокремлює актуальні тенденції та дає припущення щодо можливих перспектив подальшого розвитку даного виду мистецтва.

**Практична значимість.** В останні роки шрифтовий плакат отримує все більшого поширення як торгівельна реклама, як частина процесу навчання в мистецьких навчальних закладах, як засіб реклами комерційних шрифтів і як витвір художнього мистецтва. Зважаючи на дані тенденції, дослідження може мати широке практичне застосування.

**Ключові слова:** плакат, шрифтові композиції, типографія, модернізм, постмодернізм, тенденції.

**Вступ.** Останні десятиліття відзначаються впровадженням інформаційних технологій в проектну діяльність графічного дизайнера. Активна комп'ютеризація, що розпочалася в світовому масштабі в 1990-х рр. принесла в графічний дизайн елементи комп'ютерної графіки, безліч нових формальних підходів та рішень, з'явилася нова естетика дизайну. При цьому, як і в попередні періоди, дизайнери орієнтуються на глибокі традиції графічного дизайну та типографії, поєднуючи класичний досвід з новітніми досягненнями в області візуальних технологій. Сьогодні художник плаката та шрифту в найменшій мірі обтяжений проблемами технічної реалізації задуманого і спроектованого, порівняно з художниками минулого. [2] Ця обставина, а також безперервне вдосконалення комп'ютерних технологій, посилення міжнародної взаємодії художників, співіснування двох основних протилежних по суті напрямків типографії (сучасний функціоналізм і постмодернізм), дозволяють говорити про ще більш активний розвиток шрифтового художнього плаката в майбутньому.

Об'єктом дослідження виступає сучасний шрифтовий плакат. При написанні статті було використано різноманітні методи мистецтвознавчого дослідження: метод порівняльного аналізу, метод аналізу композиційно-художньої виразності плакатних творів, історично-художній аналіз зразків мистецтва шрифтового плакату, шрифтової реклами, шрифтових композицій.

**Постановка завдання.** Дане дослідження присвячене проблемі сучасного етапу розвитку мистецтва шрифтового художнього плаката. Мета дослідження – дослідити явище шрифтового художнього плаката в світлі його сучасних тенденцій. Аналізуючи зразки плакатів кінця ХХ початку ХХІ ст., прослідкувати певні тенденції змін композиційного і стилістичного характеру їх художнього оформлення.

**Результати дослідження.** Основним художнім напрямком, який визначає форму і зміст типографічного мистецтва останніх років, прийнято вважати постмодернізм, що зародився півстоліття тому. В останні роки шрифтовий плакат отримує все більшого поширення як торгівельна реклама, як частина процесу навчання в мистецьких навчальних закладах, як засіб реклами комерційних шрифтів і як витвір художнього мистецтва. [3] Існують підстави для того, щоб з безлічі сучасних прийомів, і принципів роботи з великими шрифтовими композиціями виділити найбільш перспективні, тобто здатні отримати подальший розвиток і найбільше вплинути на майбутній розвиток шрифтового художнього плакату. Враховуючи ці тенденції і принципи, можна зробити ряд припущень, які стосуються можливого майбутнього композиції та ідейного наповнення мистецтва шрифтового плакату.

У 2006 р. в лондонській Галереї Генрі Пікока (the Henry Peacock Gallery) відбулась унікальна виставка плакату «Система, адресована суспільству» (Public Adress System). Організатори виставки запросили 39 відомих дизайнерів і запропонували їм засобами типографії створити плакати, які ілюструють будь-яку цитату на їх власний вибір. У підсумку експозиція була зібрана з плакатів зовсім різних ідейних напрямлень – від соціальних закликів до цитат на тему мистецтва. Деякі з плакатів були на гостро-актуальні теми – наприклад, плакат британської студії «FL33» демонстрував глядачеві текст промови Далай Лами перед Європейським парламентом про необхідність та можливі шляхи підтримки миру на Землі. Цей шрифтовий плакат дуже простий за формою і надзвичайно глибокий за змістом. Три фігури – воїна, вікінга і сучасного солдата – зображені у вигляді силуетів, заповнених текстом, орієнтованим по лівому краю кожної з фігур, праві межі силуетів дотримані менш строго. Текст набраний дрібно, простим шрифтом, з колірним виділенням ключових фраз. Виділення зроблено не ідеально рівно, імітуючи маркування кольоровим фломастером. Малий кегль викликає у глядача бажання підійти ближче і поринути в читання, а мінімум кольорів (чорний і помаранчевий) у поєднанні з білим фоном задають вдумливо-серйозний настрій плакату. [2]

Експонати виставки, присвячені мистецтву, всупереч загальноприйнятим уявленням про способи мистецтва були гранично прості у виконанні і позбавлені будь-яких декоративних елементів, крім найпростішої геометрії. Засобами типографії, за допомогою найпростіших фігур і ліній вони візуально виражають суть викладеного тексту.

Плакати соціальної спрямованості у зв'язку з труднощами завдань, які вони покликані виконувати, вимагають від сучасного художника особливо гострих рішень, таких, що матимуть найбільший вплив на глядача. Зазвичай такі рішення будуються на образотворчому матеріалі фотографії, рідше – малюнку. Що стосується шрифтових плакатів, проблематика теми і неочевидність ілюстративних можливостей шрифту в сумі народжують у вищій мірі унікальні твори мистецтва, в яких ідея визначає все: і засоби, і форму. На третій день після теракту у США 11 вересня 2001 року канадський дизайнер Ендрю Льюїс (Andrew Lewis) відправив електронною поштою понад вісімдесяти дизайнерам з різних країн прохання написати від руки фразу: «11 вересня 2001». Із сімдесяти дев'яти отриманих у відповідь файлів художник склав композицію

плаката, якому дав назву «11 вересня 2001» (11 September 2001). Плакат мав суцільний чорний фон на якому розміщувались різнокольорові рукописні слова на різних мовах. Льюїс використав почерки людей в класичній вертикальній прямокутній композиції, без якогось помітного новаторства. Це була робота-відгук на колосальну трагедію, тому ідея і суть плаката в даному випадку вимагали ширості та простоти рішення. [2].

Простота засобів художньої виразності і композиційних рішень соціально-політичних шрифтових художніх плакатів вже сьогодні впливає на рекламний плакат. Сьогодні все більше і більше художників плаката вдаються до засобів простої типографії з метою створення оригінальної, ясної і ефективною реклами.

Плакат дизайн-студії Філіпа Апелуага (Philippe Apeloig) для Театру Шатель в Парижі (Theatre du Chatelet) (рис. 1) містить всього лише кілька слів, найбільше з яких – «chatelet» – розбито на три склади, надруковані строго один під іншим: cha, -te-, let.. Така розбивка, в поєднанні зі словами «Музикальний театр Парижа», по одному під кожним з трьох складів, підкреслює, за задумом автора, цінність і унікальність театру як місця гармонізації звуків. Якщо говорити з позиції теорії музики, дві риси з боків «te», позначають, дві паузи між складами. [2]



châ  
THÉÂTRE  
-te-  
MUSICAL  
let  
DE PARIS

**Рис. 1.** Плакат дизайн-студії Філіпа Апелуага для Театру Шатель в Парижі

Мінімалістський напрямок в дизайні шрифтових художніх плакатів надзвичайно широко поширений в сучасному Китаї. Там на сьогоднішній день сформувався національно-міжнародний модернізм, заснований на глибинній різниці письменностей Китаю і Європи. Більшість подібних робіт засновані на грі з формою та смислом ієрогліфів. Плакати Ван Хуна (Wang Hong) присвячені ієрогліфам, пов'язаними з традиційним китайським образотворчим мистецтвом. Кожен з його плакатів виглядає як чорний лист з складним білим знаком в центрі і дрібним текстом по лівому і правому краях. В одному випадку Ван поєднав знак «каліграфія» і «живопис» за рахунок спільних елементів так, що стало можливим прочитати третій ієрогліф – «джерело». Отже, ідея плакату полягає у тому, що історично у каліграфії та живопису спільне джерело. В іншому випадку Ван виконав ієрогліфи «кисть» і «туш», склавши з їх допомогою ієрогліф «скарб». [1] Ці плакати демонструють смислові лінгвістичні можливості китайського письмового знака, здатного висловити відразу кілька понять, залишаючись при цьому єдиним цілим.

Модернізм (а до нього можна віднести плакати, про які йшлося вище) і постмодернізм вже кілька десятиліть існують і розвиваються паралельно. Розпочата ще наприкінці ХХ ст. традиція графічних і емоційно перенасичених шрифтових плакатів актуальна і сьогодні. Плакати Кріса Рубіно (Chris Rubino) для конференції «Креативність зараз!» («Creativity Now!»), повністю заповнені шрифтами в стилі ретро і орнаментами в стилі афіш ХХ-ХХІ століть. Весь текст на плакатах інформативний, і саме його велика кількість стала первинною причиною вибору стилістики старих шрифтових афіш. Від прямого наслідування плакати Рубіно відрізняються в першу чергу колірним поєднаннями і сучасністю поєднань шрифтів і візерунків. [4] Цей приклад є показовим не тільки як представник тенденції до складної типографії, а і як приклад сучасного постмодернізму, заснованого на творах мистецтва минулої епохи.

Інтерес до мистецтва минулого виник в різних країнах майже одночасно і полягає в людському бажанні звернутися до власної історії і через неї - до власної індивідуальності, яка з'явилась на тлі загальної стандартизації та глобалізації. Тенденція до переосмислення своєї історії і культурної спадщини надзвичайно актуальна в сучасному Китаї. Про це свідчить перевага старовинного, більш складного, написання ієрогліфів в новітньому мистецтві. Це говорить про особисте прагнення людей долучитися до стародавніх традицій рідної культури. Аналогічні процеси переосмислення традицій відбуваються сьогодні в тій чи іншій мірі у всіх розвинених країнах світу. У Росії найбільш популярним сьогодні є стиль радянського конструктивізму і дореволюційної афіші, в США – шрифтова еkleктика кінця ХІХ - початку ХХ ст., тощо. [6]

Особливе місце в новітньому дизайні постмодернізму займають створені на комп'ютері ефекти традиційної ручної праці. Комп'ютерний ефект ручного письма або старовинної типографії може бути названий новим для сучасного мистецтва прийомом, який сьогодні продовжує розвиватися і має величезний потенціал розвитку в найближчому майбутньому. Досить поширеною сьогодні є тенденція до використання каліграфії. Минуле століття привнесло в мистецтво плаката унікальну каліграфію з підкреслено рукотворними краями і помарками. Ці «помарки» породили в підсумку цілий напрям, «сучасну каліграфію», основною цінністю якої вважається недбалість, жвавність і щирість. Якщо класична каліграфія прагне до одноманітності букв, до того, щоб одні й ті ж знаки в різних словах максимально повторювали один одного за характером і пропорціям, то сучасна каліграфія виходить з особливостей людського почерку, в якому однакова буква має нескінченне число написань при загальній конструкції. [5]

**Висновки.** На сьогоднішній день можна виділити два основних художніх напрямки шрифтового плакату: мінімалістсько-функціональний і складно-експресивний. Активний розвиток різних художніх напрямків в ХХ ст. остаточно сформувало новий вигляд сучасного шрифтового художнього плаката: асиметрична композиція тексту і функціоналізм. Крім модерністських, сьогодні існує велика кількість складних і художньо або інформаційно-насичених шрифтових плакатів.

Проаналізувавши зразки сучасних творів, можна припустити, що шрифтові плакати, прості за формою і складні за змістом, продовжать своє існування в

подальшому розвитку сучасного шрифтового плакату. В найближчому майбутньому їх функціональне призначення, як і сьогодні, полягатиме в двох основних галузях: соціально-політичній і рекламній. У сфері реклами найпростіша типографія, можливо, буде завойовувати все більший простір, до тих пір поки не стане домінувати. Після цього, за законами реклами, прагнучи виділитися із загальної маси, дизайнери почнуть вдаватися до візуально більш складних шрифтових композицій. Таким чином, найбільш імовірним сьогодні представляється співіснування простого і складного декоративного шрифтового художнього рекламного плаката, з періодичними змінами домінуючого типу.

Як висновок можна відмітити, що, безсумнівно, найближче майбутнє продовжить традиції модернізму і постмодернізму. Тенденція до змішання і взаємопроникнення різних видів і жанрів мистецтв вже сьогодні надає окремим шрифтовим художнім плакатам унікальні форми і дає їм можливість використання несподіваних матеріалів і способів нанесення тексту. Художники намагаються максимально загострювати обраний ними стиль художньої виразності – або максимально спростити плакат, або перенаситити всю плакатну площину. Таке прагнення до крайнощів неминуче призведе до певного тупику, з якого народиться щось абсолютно нове, непередбачуване сучасними мистецтвознавцями, оскільки буде, в значній мірі визначено майбутніми відкриттями і новаторством у сфері технологій дизайну.

#### Список використаної літератури

1. Кричевский В. Типографика в терминах и образах. – М.: Слово, 2000. – 144 с.
2. Риверз Ш. Новое в дизайне постеров. – М.: РВП-холдинг, 2001.
3. Феличи Дж. Типографика: шрифт, вёрстка, дизайн. / Пер. с англ. и коммент. С.И. Пономаренко. – СПб: БВХ-Петербург, 2008
4. Foster J., FUSZION Collaborative. New Masters of Poster Design. Poster Design for the Next Century. – Massachusetts: Rockport Publishers, Inc. 256 p.
5. Hill W. The Complete Typographer. – London: Quarto Publishing, 2005. – 192 p.
6. Vartanian I. TypoGraphics Switzerland. – Roto Vision, 2003. – 192 p.

## АКТУАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ШРИФТОВОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ПЛАКАТА

ЗАТУЛОВСКАЯ А.А.

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**Цель.** Исследовать явление шрифтового художественного плаката в свете его современных тенденций. Анализируя образцы плакатов конца XX начала XXI в., проследить определенные тенденции изменений композиционного и стилистического характера их художественного оформления.

**Методика.** Для достижения поставленной цели и решения задач использованы такие методы искусствоведческого исследования, как метод сравнительного анализа, метод анализа композиционно-художественной выразительности плакатных

произведений, исторически-художественный анализ образцов искусства шрифтового плаката шрифтовой рекламы, шрифтовых композиций.

**Результаты.** Автор предполагает, что основными направлениями развития шрифтового художественного плаката в ближайшие годы станут модернизм и постмодернизм, в их крайних выражениях, а также эклектическое смешение разных стилей и видов искусства.

**Научная новизна.** Анализируя произведения современного художественного плаката, автор статьи выделяет актуальные тенденции и дает предположения относительно возможных перспектив дальнейшего развития данного вида искусства.

**Практическая значимость.** В последние годы шрифтовой плакат получает все большее распространение как торговая реклама, как часть процесса обучения в художественных учебных заведениях, как средство рекламы коммерческих шрифтов и как произведение художественного искусства. Учитывая данные тенденции, исследования может иметь широкое практическое применение.

**Ключевые слова:** *плакат, шрифтовые композиции, типография, модернизм, постмодернизм, тенденции.*

## CURRENT FEATURES OF DEVELOPMENT OF MODERN FONT ART POSTER

ZATULOVSKA H.

*Kyiv national University of Technologies and Design*

**Purpose.** The purpose of the article refers to research of the phenomenon of font art poster in the light of modern trends. Analysis of the samples of posters of the late twentieth-early twenty-first century in order to follow certain compositional and stylistic nature trends of their decorations.

**Methodology.** To achieve the goals and objectives used the following methods of artistic research as a method of comparative analysis, method of analysis of composition and artistic expression posters works of art-historical analysis of samples art poster font font advertising, typographic compositions.

**Findings.** The author suggests that the main directions of development of font art poster in the coming years will be modernism and postmodernism, in their extreme expressions, as well as an eclectic mix of different styles and types of art.

**Originality.** Analyzing works of modern art poster, the author of the article highlights the current trends and makes predictions about the possible future development of this art form.

**Practical value** In recent years typographic poster is becoming more common as trade advertising, as part of the learning process in art schools, as a means of advertising commercial fonts and as a work of art. Given these trends, research can have a wide practical application.

**Keywords:** *poster, print composition, typography, modernism, postmodernism, trends.*