

DOI <https://doi.org/10.51647/kelm.2021.1.1.12>

STREET ART TYPOGRAFIA: SPOŁECZNY I OBYWATELSKI ASPEKT KOMUNIKACJI INTERAKTYWNEJ

Marina Kostanda

aspirant Katedry Projektowania Graficznego

Charkowskiej Państwowej Akademii Projektowania i Sztuki (Charków, Ukraina)

ORCID ID: 0000-0003-2677-6168

e-mail: marinakosta277@gmail.com

Adnotacja. W artykule omówiono interaktywny zestaw narzędzi Street Art typografii w okresie drugiej dekady XXI wieku i ustalono jego wpływ na proces komunikacji wizualnej we współczesnych metropoliach z uwzględnieniem charakteru społeczno-obywatelskiego. W pracy zastosowano metody systemowo-informacyjne i wizualno-analityczne, zastosowano również metodę typologiczną i porównawczo-opisową do określania cech rozwiązań wizualno-komunikacyjnych w projektach typograficznych. W wyniku pracy zrealizowana została analiza projektów społecznych street art, która przyczyniła się do określenia kierunków skutecznego wprowadzania typografii w przestrzeń wizualną miast. Stwierdzono, że nowoczesna street art typografia jest pozycjonowana jako uniwersalne narzędzie w tworzeniu interaktywnych modeli komunikacyjnych w obrębie miasta i publicznie dostępna nie tylko do społeczności projektowej, ale także artystycznej. Na podstawie realizowanych projektów udowodniono, że uliczna komunikacja tekstowa kierunku społecznego przyciąga uwagę swoją prawdziwością i autorytetem dla społeczeństwa oraz ożywia uporządkowaną przestrzeń miejską rozwiązaniami czcionek. Na uwagę zasługuje nowość naukowa, która polega na identyfikacji wizualnych technik street art typografii wykorzystywanych przez artystów w projektach społeczno-obywatelskich poprzez inicjowanie sytuacji z różnych modeli komunikacji interaktywnej w przestrzeni miejskiej.

Słowa kluczowe: street art, typografia miejska, komunikacja interaktywna, przestrzeń miejska, typografia interaktywna, problematyka społeczno-obywatelska.

STREET ART TYPOGRAPHY: SOCIAL AND CIVIC ASPECT OF INTERACTIVE COMMUNICATION

Marina Kostanda

Postgraduate Student at the Department of Graphic Design

Kharkiv State Academy of Design and Art (Kharkiv, Ukraine)

ORCID ID: 0000-0003-2677-6168

e-mail: marinakosta277@gmail.com

The purpose of scientific work is to continue research of the interactive tools of street art typography in the period of the second decade of the 21st century and to establish the impact of typography on the process of visual communication in modern cities in terms of socio-civic character. In this work, we used the system-information and the visual-analytical methods for the analysis of interactive aspects of visual communication in the modern urban system. In the process of scientific work, we implemented an analysis of social street art projects, which complemented the already identified at the previous stage of the study areas of effective implementation of typography in the visual space of cities. The scientific novelty lies in the definition of visual techniques of street art typography used by creators in social projects by initiating situations with different models of interactive communication in the urban information space.

Key words: street art, urban typography, visual communication, urban space, interactive typography, social and civic issues.

СТРІТ-АРТ ТИПОГРАФІКА: СОЦІАЛЬНО-ГРОМАДЯНСЬКИЙ АСПЕКТ ІНТЕРАКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Марина Костанда

аспірант кафедри графічного дизайну

Харківської державної академії дизайну і мистецтв (Харків, Україна)

ORCID ID: 0000-0003-2677-6168

e-mail: marinakosta277@gmail.com

Анотація. У статті розглянуто інтерактивний інструментарій стріт-арт типографіки за період другого десятиріччя XXI ст. та встановлено її вплив на процес візуальної комунікації у сучасних мегаполісах з огляду на соціально-громадянський характер. У роботі використано системно-інформаційний і візуально-аналітичний методи, також застосовано типологічний і порівняльно-описовий методи для визначення особливостей візуально-комунікативних рішень у типографічних стріт-арт проектах. Проаналізовано соціальні стріт-арт проекти, що сприяє визначенню напрямів ефективного впровадження типографіки у візуальний простір міст. Констатовано,

що сучасна стріт-арт типографіка позиціонується як універсальний інструмент у створенні інтерактивних комунікативних моделей у межах міста і є загальнодоступною не тільки дизайнерській спільноті, а й художній. На реалізованих дизайн-проектах доведено, що вулична текстова комунікація соціального напрямку привертає увагу своєю правдивістю й авторитетністю для соціуму й оживляє шрифтовими рішеннями структурований міський простір. Зазначено наукову новизну, що полягає у визначенні візуальних прийомів стріт-арт типографіки, що використовують митці в соціально-громадянських проектах шляхом ініціювання ситуацій із різними моделями інтерактивної комунікації в урбаністичному інформаційному просторі.

Ключові слова: стріт-арт, урбаністична типографіка, інтерактивна комунікація, міський простір, інтерактивна типографіка, соціально-громадянська проблематика.

Вступ. Продовжено дослідження інтерактивних прийомів стріт-арт типографіки з огляду специфіки візуальної комунікації у громадянському суспільстві у період другого десятиріччя XXI ст.

Громадянський активізм сьогодні є базовим показником здорового розвитку міського суспільства, а всебічність і розгорнутість застосованої задля цього візуальної мови – ознака сформованих комунікаційних моделей населення певної територіальної одиниці. Відомо, що вуличне мистецтво трансформувалося із графіті в активістський соціохудожній рух, який охопив стіни мегаполісів по всьому світу в різних візуальних формах. Нині шрифтові прийоми стріт-арту продовжують передавати повідомлення на публічній арені та виступають як ефективний інструмент пропаганди, а також візуальний ретранслятор суспільного буття.

Стріт-арт типографіка певною мірою демонструє долю протестного настрою, що охоплює міське суспільство в певний період становлення під натиском політичних, економічних і соціальних негараздів. У свою чергу, вуличні митці завдяки типографічним прийомам розповідають власні історії, створюючи інтерактивні медіа точки, де розгортаються діалогові перемови або гучні реакційні «баталії», а також привносять у хаос цеглових бетонних конструкцій яскраві акценти, що одночасно естетизують простір та акцентують увагу на громадянських позиціях міського суспільства.

Інтерактивні прийоми стріт-арт типографіки доповнюють інструментарій медійних урбаністичних каналів і сприяють оновленню сталих моделей міської комунікаційної культури. Задля більш повного наукового аналізу функціональних можливостей сучасної стріт-арт типографіки, на додаток до соціально-побутового аспекту, науковий інтерес зосереджено на соціально-громадянському напрямі урбаністичних шрифтових проектів.

Всесвітньо визнаний вуличний митець Р. Бенксі у творі «Wall And Piece» (Banksy, 2006) наголошує на тому, що вся територія міста належить суспільству і що саме міська спільнота має право вибору в забарвленні комфортного для себе візуального простору. На підтримку цієї думки доречно додати роздуми американського суспільно-політичного діяча П. Лоеб, у книзі «Soul of a Citizen: Living with Conviction in Challenging Times» автор стверджує, що «участь громадськості – це сама душа демократичного суспільства». Найсерйозніші проблеми, як громадські, так і особисті, є значною мірою загальними квестіями, які можна вирішити лише спільними зусиллями (Loeb, 1999). Однак Р. Бенксі з погляду митця додає, що доступність художньої форми сприяє її силі, «графіті» у підсумку перемагає, тому що стає частиною міста. Міські стіни виступають як полотно, на якому «графіті маркує і висвітлює сучасну міську культуру», забезпечуючи естетичну цінність повсякденного життя міста через симбіоз кольорів, сенсів і стилів (Banksy, 2006).

У книзі «Street Art» А. Шварцман акцентує увагу на тому, що робота вуличних художників покликана «спілкуватися зі звичайними людьми про соціально значущі теми» (Schwartzman, 1985). Через «соціальний, політичний і економічний впливи світового мистецтва» вуличні повідомлення ефективно і майже без зусиль передаються через художню форму (Ganz, 2009).

Дж. СтOVERC у своїй статті «Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art» спирається на те, що вуличне мистецтво як писемність є «творчим засобом спілкування як із іншими художниками, так і з широкою аудиторією». Цей тип спілкування життєво важливий через його здатність зв'язувати «людей разом незалежно від культурних, мовних або расових відмінностей» (Stowers, 2005).

Із ним погоджується Лімен Чаффі у своїй книзі «Political Protest and Street Art: Popular Tools for Democratization in Hispanic Countries», де досліджує складності спілкування і різноманітність засобів передачі інформації. Автор уточнює, що системи зв'язку створені для того, щоб «уряд, місцеві організації й окремі особи представляли свої погляди, вимоги, потреби та ідеї». Через універсальний характер вуличного мистецтва воно може бути визначене як засіб масової комунікації, оскільки надає голос тим, хто «інакше немає можливості коментувати або підтримувати поточні соціальні проблеми». Л. Чаффі стверджує, що «мовні та візуальні символи допомагають формувати сприйняття», «кліше, гасла і символи становлять суть політичної риторики», які передаються вуличним мистецтвом (Chaffee, 1993).

Розгляд питання інтерактивності стріт-арт типографіки у міському інфопросторі є недостатньо вивченим, але налічується література, присвячена окремим аспектам розвитку вуличної комунікації, що свідчить про актуальність теми роботи.

Метою дослідження є аналіз візуальних прийомів стріт-арт типографіки у контексті вуличних проектів, спрямованих на покращення інтерактивної комунікації міського суспільства в контексті соціально-громадянської проблематики. Завдання роботи: проаналізувати вуличні проекти з доречним застосуванням інтерактивної типографіки, доповнити перелік і описати візуальні прийоми, які застосовують вуличні митці.

Основна частина. З розвитком технологій, глобалізації й урбанізації сучасний мегаполіс перетворюється в гучне місце, де панує комерційна рекламна комунікація, що охопила майже кожен ділянку міського простору. Антикorporaційний характер суспільного протесту впроваджується у яскравий типографічний

полілог між митцями-урбаністами, мешканцями та корпоративними компаніями. Нав'язлива комерційна реклама є негативним проявом розвитку сучасної комунікаційної культури, що заповнює непотрібною інформацією більшу частину вуличного візуального простору, ігноруючи реальні потреби мешканців. Домінуючий характер пригнічення, властивий рекламній комунікації, проявляється в маніпулюванні та формуванні суспільної думки, філігранно впроваджуючи вигідні умови корпорацій. Як наслідок, реклама стратегічно атакує міське населення, однак *боротьба з комерціалізацією міського простору* – провідна тема вуличних проєктів.

Застосування типографіки в цілях мінімізації тиску комерційної інформації на суспільство, у свою чергу, є взірцем активістської позиції дизайнерської спільноти у розробці вдалих рішень щодо виключення цієї квестії з топових причин міського інформаційного забруднення. Показовим є проєкт «BLAH, BLAH, BLAH» (рис. 1) у Мадриді (Іспанія).



Рис. 1. Проєкт «BLAH», автор SpY, м. Мадрид (Іспанія), 2013 р. [16]

Митець SpY завдяки типографіці «блокує» рекламні повідомлення, здійснивши втручання на 4 рекламних білбордах. Автор розташовує нові шрифтові плакати з гучними висловами «BLAH» для демонстрації власного ставлення щодо докучливого втручання реклами у простір міста. Типографічна задумка реалізована таким чином: білі полотна з текстом заклеєно поверх реклами католицької та саснтологічної церков. Обраний гротесковий шрифт жирного накреслення заповнив весь простір плакатів, контрастуючи з попередніми повідомленнями не тільки змістом, а й стриманою кольоровою гамою. Такий дієвий *корегуючий прийом* типографіки дозволяє майстрам *фільтрувати перенасиченість комерційної реклами* в межах міста. Інтерактив комунікативної ситуації у проєкті досягається завдяки метафоричності авторської концепції та лінійній формі взаємодії з населенням.

Аналогічний підхід використовує британець Mobstr у проєкті «Urban dialogues» (рис. 2).



Рис. 2. Проєкт «Urban dialogues», автор Mobstr, (Велика Британія), 2016 р. [8]

Він розміщує власні типографічні повідомлення на місцях, призначених для рекламних афіш, але не обмежується цим. Виходячи за рамки білбордів, митець залишає свої думки на фасадах споруд, мостів, парканів тощо. Поєднуючи техніки *корегуючої* та *трафаретної* типографіки, вуличний майстер створює дієву інтерактивну комунікацію між перехожими і міським простором. Реактивний характер візуальної взаємодії формує певну довіру і правдивість до змісту повідомлень. Авторські вислови «прийнятний» на протизвагу «неприйнятний» розташовані в єдиному візуальному просторі, але на різних носіях: перший – на роздрукованому чорно-білому постері, другий – на цегляній стіні. Єдине, що об'єднує два вирази – це гротесковий шрифт вузького напівжирного накреслення, завдяки якому візуалізовані повідомлення. Майстер підкреслює зневагу до легальності комерційної комунікації на протилежність нелегальності стріт-арту.

Окрім наслідків розповсюдження комерційної реклами, урбаністична типографіка зорієнтована на *збереження візуальної екології міста*, на яку також впливає непрофесійна діяльність вуличних митців. Неефективність стріт-арт діалогів підсилюється безмістовністю повідомлень, низьким рівнем техніки виконання, а також нерозважливістю у графічному заповненні пріоритетних інформаційних точок із важливими даними: елементи навігації міста, дорожні знаки тощо. Цей фактор підсилює проблему візуального шуму мегаполісів. Концептуальне рішення цього питання презентував французький митець Mathieu Tremblin на прикладі боротьби з низькою якістю вуличного графіті у Парижі (рис. 3).

Аби «вчистити» вулиці від недоречних написів, майстер трансформував усі каліграфічні повідомлення у шрифтову трафаретну форму. Автор порівнює проєкт зі способом «стерилізувати» дикі графіті й водночас надати можливість «прочитати» графіті-каліграфію. Митець грає з візуальною даниною та паралельно займається нормалізацією міської графіті-сцени, застосовуючи прийоми *корегуючої типографіки*. Проєкт

демонструє, як різниця у візуальній формі шрифтових повідомлень може впливати на сприймання, зчитування й аналіз інформації. Різні за візуальною інтерпретацією: авторська каліграфія або типографіка, але ідентичні за змістом меседжі можуть в одному випадку структурувати інформаційний простір міста, в іншому – забруднити візуальним мотлохом. Так, варіант із авторським типографічним рішенням, на відміну від живої каліграфії, значно полегшує процес інтерактивної комунікації в межах мегаполісу через застосування більш уніфікованої форми відтворення інформації.



Рис. 3. Проект «Urban calligraphy», Le Mans (Mathieu Tremblin), м. Париж (Франція), 2015 р. [12]

Проблема зростання тотального безробіття, збіднення міського населення – «поживне добриво» для ініціювання інтерактивного шрифтового діалогу між соціумом містян і урядом міста. *Економічна нестабільність суспільства* в багатьох країнах світу призводить до кризових етапів у функціонуванні грошових і побутових аспектів соціального життя. Проект «CRISIS» (рис. 4) влучно піднімає питання кризового становища економіки Іспанії, яка потерпає від світових боргів. Автор SpY в 2015 р. в м. Білбао на фасаді центрального банку розташував грошову слово-інсталяцію «CRISIS» із металевих євроцентів на загальну суму в 1 000 євро.



Рис. 4. Проект «CRISIS», автор SpY, м. Білбао (Іспанія), 2015 р. [16]

У цій типографічній інсталяції сформована модель реактивного характеру інтерактивної комунікації з елементами перформансу, де перехожа людина може долучитися до гри та здійснити заздалегідь заплановані автором муралу дії. У цьому проекті для комунікаційної ситуації обрано геометричний гротеск DIN Pro, що має столітню історію виникнення задля покращення навігаційної транспортної системи в Німеччині. Потужна та вражаюча концептуальна інсталяція протрималася протягом 24 годин, оскільки всі монети повільно видалялися місцевими мешканцями.

Схожий за змістом і технікою виконання проект Стефана Загмайстера – типографічна інсталяція «Obsessions Make My Life Worse But My Work Better» (рис. 5).



Рис. 5. Проект «Obsessions make my life worse but my work better», Sagmeister & Walsh, м. Амстердам (Нідерланди), 2008 р. [14]

Восени 2008 р. студія Sagmeister Inc. розпочала встановлення 250 000 євроцентів на площі Ваагдрагерхоф в Амстердамі (Нідерланди). Шрифтова композиція з монет зображувала вислів англійською «нав'язливість ускладнює моє життя, але моя робота стає краще». Дизайнер використовує шрифт, що за своєю будовою імітує готичне письмо з ефектом об'єму. Інтерактивна комунікація утворилася не тільки між перехожими містянами, а також із органами влади, яким прийшовся не до вподоби цей типографічний перформанс, що вражає якістю візуальної реалізації.

Наступний проект С. Загмайстера (Stefan Sagmeister) у співавторстві з Кеном Мікі (Ken Miki) також торкається проблеми економічної нестабільності й перегонів за легкими грошима під назвою «Money Does Not Make Me Happy» (рис. 6).



Рис. 6. S. Sagmeister & Ken Miki, проект «Money Does Not Make Me Happy», м. Лінц (Австрія), 2004 р. [14]

Типографічна композиція розташована на будівлі казино в м. Лінц. Автори граються зі змістовністю фрази, розділяючи її на дві рівнозначні частини «MONEY» на центральному фасаді та «Does Not Make Me Happy» на боковому. Влучність вислову підсилюється вдалістю спроектованої інтерактивної ситуації з урахуванням особливостей комунікативних моделей із цільовою аудиторією. Проект демонструє реактивний характер взаємодії глядачів з інтерактивним типографічним меседжем. Обраний шрифт для постеру зроблений на основі 3d букв, що імітують гори. Дизайнерська концепція репрезентує ідею мінливості грошей – кожна людина має право обрати самостійно: піддатися можливості «легкої грошової здобичі» чи зрозуміти, що є речі набагато важливіші, ніж фінансові ресурси.

До висвітлення проблеми екології, а також проблеми перенасичення товарного попиту, спричинених активною фазою розвитку культури споживання, звертаються багато вуличних митців світу через її глобальність. Зазвичай інструментарієм візуальних повідомлень є побутові та промислові відходи, що звичайна людина сприймає як сміття, однак сміття постає дуже ефектним ресурсом у рамках творчості митців, креативно проявляючись у типографічних стріт-арт інсталяціях. «Сміттєвий» прийом типографіки є формою вуличної комунікації, спрямованою на заохочення людей до відповідального ставлення до свого оточення і формування екологічної моделі існування: жити в гармонії із природою та вдумливо використовувати доступні ресурси, безкоштовно надані планетою. «Екологічна» типографіка ефектно використовується британським митцем у проектах «Game Over» (рис. 7) і «AS MESSY AS YOUR HEAD» (рис. 8).



Рис. 7. Проект «Game Over», автор Mobstr, (Велика Британія), 2016 р. [8]



Рис. 8. Митець Mobstr, проект «AS MESSY AS YOUR HEAD», Велика Британія, 2015 р. [8]

Каміння, стерті автомобільні шини, старі комп'ютерні прилади, паперові та пластикові пакети та інші сміттєві прилади митець використовує для створення інсталяційних типографічних меседжів. Креативність цих авторських проектів формує лінійний характер комунікативного інтерактиву. Об'ємні шрифтові

інсталяції є арт-об'єктами, що першочергово привертають своїм виразним виглядом, вишуканою змістовністю й обраними композиційними прийомами.

Формування сприятливих освітніх умов для дітей інколи вирішується завдяки типографіці. Особливого статусу серед вуличних типографічних проєктів набуває проблема *неоднорідності якості освіти* майбутніх поколінь міського суспільства. Потужний приклад – оздоблення фасаду Вінвудської школи (рис. 9) митцями P. Walsh і A. Thompson-Williams в Маямі (США).



Рис. 9. Проєкт «Believe», автори Patrick Walsh та April Thompson-Williams, м. Вінвуд, Маямі (США), 2016 р. [5]

До проєкту долучили місцевих мешканців, яким дозволили замалювати чисту стіну школи доречними побажаннями в техніці графіті. Повністю зафарбована стіна послугувала яскравим тлом для трафаретної фрази «BELIEVE», що демонструє віру митця у забезпечення кращої атмосфери для навчання. Шрифтовий проєкт, окрім візуального оздоблення фасаду школи, також спрямований на наголос на відсутності художньої програми в державній школі. Типографічна складова частини проєкту побудована на симбіозі *каліграфічного графіті* та *трафаретного лєтерингу*. Стосовно результатів інтерактивної складової частини типографічного діалогу, то проєкт посприяв розвитку творчої атмосфери навчального закладу, що виділило його серед інших у цьому місті, надавши статус привілейованого місця навчання.

Шрифтовий проєкт французького митця Eltono «Цей шлях» (рис. 10) у м. Варшава (Польща) реалізований завдяки долученням дітям-мешканцям, які через свої соціальні обставини багато часу проводять на вулиці. За їх підтримки вдалося розробити абстрактний геометричний алфавіт, який є композиційним елементом втіленого кольорового муралу. Інтерактивна складова частини типографіки реалізувалася саме у процесі створення проєкту: букви обиралися дітьми-містянами та малювалися на стіні однієї з будівель на вулиці Малій. Цей співавторський проєкт є взірцем покращення побутових умов мешканців, що реалізовано на основі авторського шрифту, який за будовою нагадує дитячі іграшки та конструктори.



Рис. 10. «Цей шлях», автор Eltono, Варшава (Польща), 2012 р. [10]

Покращення *просвітницького розвитку суспільства* засобами типографіки креативно представлено у проєкті TECOMERÍA A VERSOS (рис. 11) у Мадриді та Барселоні (Іспанія).



Рис. 11. Проєкт «TE COMERÍA A VERSOS», автори Voamistura, Мадрид і Барселона (Іспанія), 2014 р. [3]



Рис. 12. Рекламний постер «Thinking that life will be better in the future is stupid. I have to live now», м. Нью-Йорк (США), Sagmeister & Walsh, 2011 р. [14]

Шрифтовий проект має назву «акт любові», зроблений художниками та поетами для гуманізації міст. Вкладаючи свої зусилля у ширій і альтруїстичній формі, митці спромоглися «олюднити» візуальний простір міста за допомогою візуалізації цитат з творів сучасних поетів на пішохідних переходах. Використаний *прийом трафаретної* типографіки гармонійно взаємодіє з навігаційними системами міста: білий текст розташовується на початку пішохідної дороги, ритмічно повторюючи білі смуги. Доречність обраної інтерактивної моделі шрифтового проекту виявляється через змодельований сценарій комунікації: перехожі, не відволікаючись від траєкторії свого руху, зчитують знайомі поетичні рядки. Інтерактивна складова частини проекту реалізується, коли автори впроваджують шрифтові цитати у загальноприйнятій функціонуючій механізми з додаванням елементів романтики в бетонні ландшафти міста.

Деякий інший підхід використовує С. Загмайстер у рекламному проекті Школи візуальних мистецтв у Нью-Йорку (рис. 12), фасад якого вкритий плакатом із шрифтовим біонічним посланням «Thinking that life will be better in the future is stupid. I have to live now» (укр. «Думати, що життя буде кращим у майбутньому – це дурниця. Я повинен жити зараз»).

За концепцією плакат демонструє весь життєвий цикл гусениць і метеликів, які живуть на гілках дерев. Композиція шрифтового повідомлення будується на основі *ілюстративного лєтерингу*, де слова складаються завдяки перетину графічних гілок. Змістовність лєтерингової фрази підсилюється ілюстративним наповненням плакату, який розповідає перехожим про потребу насолоджуватися кожною хвилиною в будь-який період свого життя «від личинки до зрілості». Інтерактивність проекту має лінійний рівень комунікативної взаємодії.

Необхідним аспектом соціального життя є забезпечення *комфортних умов в орієнтуванні людей із особливими потребами* в межах міста. Переважно це стосується людей із вадами зору, для яких основним комунікативним приладдям є тактильні установки з використанням шрифту Брайля. Задля цього вуличні митці зазвичай використовують прийоми *кінестетичної типографіки* у важливих точках орієнтування на місцевості, де без сторонньої допомоги не обійтися, а саме: метрополітен, дорожні переходи тощо. Прикладами застосування типографіки є проекти митця SpY під назвою «Braille Madrid» (рис. 13) у 2006 р., а також проект «Braille tactile street signs» (рис. 14) розташований у метрополітені на станції Harris St. у м. Сідней у 2016 р. Інтерактивна інформаційна комунікація спроектована на базі візуально-тактильної форми типографіки з урахуванням ергономічних особливостей міського простору.



Рис. 13. Проект «Braille Madrid», Митець SpY, Мадрид (Іспанія). 2006 р. [16]



Рис. 14. Проект «Braille tactile street signs Harris St.», Сідней (Австралія), 2016 р. [9]

Для урбаністичного суспільства актуальне *формування нестандартних шляхів інтерактивної комунікації та діалогових ситуацій* для покращення наочних соціальних зв'язків у сучасну електронну епоху. Прояв урбаністичної *інтерактивної типографіки* можна простежити на прикладі проекту «THE CURIOUS FRONTIER OF RED» (рис. 15) митця Mobstr.

На фасаді занедбаного будівлі, яка оминалася увагою комунальних організацій, розгорнулася комунікативна історія між митцем і комунальними робітниками. Кожне нове висловлювання автора замальовувалося червоною фарбою, але його візуальні послання щоразу з'являлися на стіні. Наприкінці вся будівля виявилася пофарбованою у червоний. Без штучно створеної діалогової ситуації будівля так і залишалася непоміченою й мала би пригнічений вигляд. Безумовно, автор цим прикладом доводить мешканцям, що потрібно

боротися за своє право на краще життя та позитивно дивитися на навколишнє середовище. Обрані автором візуальні прийоми трафаретної типографіки спромоглися відокремити інтерактивний простір, де відбувся реальний діалог із перехожими й органами міської влади. До інструментарію проекту увійшли гротесковий шрифт, червона фарба та фактурна поверхня цегляного фасаду будови.



Рис. 15. Проект «THE CURIOUS FRONTIER OF RED», автор Mobstr, Лондон (Велика Британія), 2015 р. [8]

Митець оперує нестандартними підходами у створенні вуличних діалогів, що «чіпляють» увагу перехожих. Один із таких – «THE SCRIBBLE BOARD» (рис. 16), де майстер надав вибір створити власні повідомлення оточуючим і мати можливість їх транслювати містянам.



Рис. 16. Проект «THE SCRIBBLE BOARD» [8], автор Mobstr, м. Лондон (Велика Британія), 2016 р. [8]

Залишивши на придорожньому фасаді «порожній» широкоформатний плакат, митець закликав людей транслювати свої думки на папері, які будуть бачити перехожі та які стануть невід'ємною частиною міського простору, де вони мешкають. Типографічний проект демонструє, як діалоговий характер інтерактивної комунікації реалізувався завдяки лише контекстуальному простору – чистому постеру, що надав свободу вираження та різноманітність у зображенні текстових шрифтових, каліграфічних меседжів, вигуків тощо.

Вуличне типографічне мистецтво слугує ефективним засобом відображення громадської думки з метою підвищення обізнаності про соціальні та політичні проблеми. Отже, модель демократичного суспільства цілком співзвучна вуличному мистецтву, що належить народу і є його гучним голосом. Боротьба з будь-яким беззвладдям, порушенням моральних і етичних принципів, встановлених соціумом, виливається на вулиці міста. Наступний соціальний аспект, представлений вуличним мистецьким суспільством, полягає у стратегічному формуванні національної та громадянської свідомості городян. Виділимо шрифтовий проект митця SpY «DEMOCRACY» (рис. 17), що ілюструє реакцію людей до встановленої демократії або, точніше, ілюзії моделі демократичного суспільства, в м. Гамбург (Німеччина).



Рис. 17. Проект «DEMOCRACY», м. Гамбург (Німеччина), автор SpY, 2017 р. [16]

Створення комунікаційної ситуації відбувалося у вигляді перформансу. Митцями дійства стали глядачі та перехожі: кожний охочий мав право висловити свою думку в цьому проекті. Кольорові жуйки стали цікавим візуальним інструментом, завдяки якому містяни створили яскравий патерн, що заповнив слово «DEMOCRACY». Контрастне типографічне рішення, як у сенсі кольору, так і в нерегулярній фактурі, у поєднанні з делікатним гротесковим шрифтом є вдалою спробою озвучити «народний голос». Дійство досягло гучного відгуку від перехожих, адже німецьке суспільство споконвіку дуже демократично спрямоване, і немає жодної вулиці без «народних» графіті-меседжів. Наявність відповідної реакції містян підтверджує ефективність діалогової інтерактивної моделі типографіки, обраної автором проекту.

Констатуємо, що стріт-арт типографіка має ефективні засоби та прийоми, здатні вирішувати проблеми різного характеру, в т. ч. на соціально-громадянському рівні суспільної комунікації.

Результати. Проведений аналіз вуличних проєктів дозволив доповнити напрями ефективного застосування інтерактивних прийомів типографіки у візуальному просторі міст. Соціально-громадянський характер вуличних проєктів окреслює низку напрямів у покращенні комунікативної культури міського суспільства:

1) узгодження насиченості комерційної реклами та зменшення навантаження візуального шуму на городян;
2) висвітлення екологічного стану, а також проблем, спричинених активною фазою розвитку культури споживання;

3) збереження візуальної екології міста;

4) усунення економічної нестабільності суспільства;

5) зрівняння неоднорідності якості освіти покращення просвітницького розвитку суспільства;

6) забезпечення комфортних умов для орієнтування людей з особливими потребами у межах міста;

7) формування нестандартних шляхів інтерактивної комунікації та діалогових ситуацій для покращення наочних соціальних зв'язків у сучасну електронну епоху;

8) сприяння стратегічному формуванню національної та громадянської свідомості городян.

Також зафіксовані популярні візуальні прийоми урбаністичної типографіки, використані вуличними митцями у соціальних проєктах:

– трафаретна типографіка;

– інверсивний візуальний текст;

– експериментальна каліграфія;

– змішані шрифтові техніки (каліграфія, лєтеринг, трафаретна типографіка тощо);

– інсталяційна типографіка.

Можемо класифікувати стріт-арт типографіку за технікою виконання таким чином: фарбована, друкована, анаморфна, інсталяційна, трафаретна, піктографічна, кінестетична, символна, ілюстрована.

За функціональним призначенням: громадянська, корегуюча, екологічна, орієнтуюча.

Висновки. Місто є багаторівневим постійно функціонуючим організмом, де комунікаційні зв'язки діють за певними правилами та моделями соціальної поведінки. Прогресуючі зміни в інноваційних процесах масової культури інформаційного споживання передусім сконцентровані на цінності якісної комунікації у локальних межах міста, що надає типографіці статусу невід'ємної системи в візуальній культурі міста.

Міський інформаційний простір потребує певного аналітичного розгляду з погляду соціальних механізмів задля формування більш усвідомленого, активного суспільства, що має право на краще життя в територіальних межах існування. Стріт-арт типографіка гармонійно впроваджується у складно структуровану модель сучасного міста, формує візуальну культуру, пливає на якість інформаційної комунікації на певній території.

Вулична текстова комунікація привертає увагу своєю правдивістю й авторитетністю для соціуму, оживляє структурований міський простір. Співіснування стріт-арт типографіки з іншими розгалуженнями урбаністичної типографіки формують цільний пласт міського інформаційного простору. Багаторівнева інтерактивна комунікація досягається завдяки продуманим сценаріям, що мають різні форми зворотного зв'язку через використання нестандартних типографічних прийомів. Тобто інструментарій типографіки надає дизайнерам візуальних комунікацій і вуличним митцям широкі можливості в експериментах, пов'язаних із пошуком нових інтерактивних моделей спілкування із суспільством.

Перспективи подальших розвідок теми полягають у деталізації структури урбаністичної типографіки через фактори інтерактивної комунікації. Планується розробка більш змістовної моделі функціонування урбаністичної типографіки початку XXI ст. з погляду комерційного та навігаційного напрямів.

Список використаних джерел:

1. Banksy, R. Banksy : Wall and Piece. London : Random House Group Limited, 2006, 240 p.
2. Bijoor S. Street Art as a Form of Contemporary Transnational Protest, 2015. URL: www.academia.edu/25215715/Rebels_with_Paint_Street_Art_as_a_form_of_Contemporary_Transnational_Protest.
3. Boamistura. Personal web-sites. URL: <http://www.boamistura.com>.
4. Brilliant Street Art by Mobstr, 2010. URL: <http://twistedstifter.com/2010/09/mobstr-street-art/>.
5. Cabrera, D. See Wynwood Walls' Stunning Street Art in Miami. [online] Rolling Stone, 2017. URL: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-lists/see-wynwood-walls-stunning-street-art-in-miami-198068>.
6. Chaffee L.G. Political Protest and Street Art: Popular Tools for Democratization in Hispanic Countries. Westport, CT : Greenwood, 1993.
7. Ganz N., Manco T. Graffiti World: Street Art from Five Continents. London: Thames & Hudson, 2009.
8. Hess H. Mobstr/Unknown. URL: <https://www.widewalls.ch/artist/mobstr/>.
9. Hoh, A. Braille tactile street signs Harris St. ABC Sydney. URL: <https://www.abc.net.au/news/2016-07-04/braille-tactile-street-signs-harris-st/7566830?nw=0>.
10. Eltono: this way in Warsaw. URL: <https://collabcubed.com/2012/06/01/eltono-this-way-in-warsaw/>.
11. Loeb, P.R. Soul of a Citizen: Living with Conviction in a Cynical Time. St. Martins Press, Print, 1999.
12. McAteer O. Graffiti artist vs Council: Art wins. URL: <https://metro.co.uk/2015/07/01/graffiti-artist-vs-council-art-wins-5275573>.
13. Mathieu is the typographic urban interventionist you should know. URL: <http://www.typeroom.eu/article/mathieu-typographic-urban-interventionist-you-should-know>

14. Sagmeister & Walsh. Studio web-sites. URL: <https://sagmeisterwalsh.com/work/all/obsessions-make-my-life-worse-but-my-work-better/>.
15. Schwartzman A. *Street Art*. The Dial Press, Doubleday & Co., NY. 1985
16. SPY. Personal web-site. URL: <http://spy-urbanart.com>
17. Stowers, G.C. *Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art*. ArtCrimes . Fall 1997. 25 Sept. 2005.
18. Tunnacliffe Cl. The power of urban street art in re-naturing urban imaginations and experiences. *DPU working paper*. № 182, 2016. URL: https://www.ucl.ac.uk/bartlett/development/sites/bartlett/files/migratedfiles/WP_182_Claire_Malaika_T_June_0.pdf.

References:

1. Banksy, R. (2006). *Banksy : Wall and Piece*. London: Random House Group Limited, 240 p. [in English].
2. Bijoor, S. (2015). *Street Art as a Form of Contemporary Transnational Protest*. URL: www.academia.edu/25215715/Rebels_with_Paint_Street_Art_as_a_form_of_Contemporary_Transnational_Protest [in English].
3. Boamistura. *Personal web-sites*. URL: <http://www.boamistura.com>.
4. *Brilliant Street Art by Mobstr*. (2010). URL: <http://twistedstifter.com/2010/09/mobstr-street-art/> [in English].
5. Cabrera, D. (2017). *See Wynwood Walls' Stunning Street Art in Miami*. Rolling Stone. URL: <https://www.rollingstone.com/culture/culture-lists/see-wynwood-walls-stunning-street-art-in-miami-198068> [in English].
6. Chaffee, L.G. (1993). *Political Protest and Street Art: Popular Tools for Democratization in Hispanic Countries*. Westport, CT: Greenwood [in English].
7. Ganz, N. and Manco, T. (2009). *Graffiti World: Street Art from Five Continents*. London: Thames & Hudson [in English].
8. Hess, H. *Mobstr/Unknown*. URL: <https://www.widewalls.ch/artist/mobstr/> [in English].
9. Hoh, A. (2016) *Braille tactile street signs Harris St*. ABC Sydney. URL: <https://www.abc.net.au/news/2016-07-04/braille-tactile-street-signs-harris-st/7566830?nw=0> [in English].
10. *Eltono: this way in Warsaw* (2012). URL: <https://collabcubed.com/2012/06/01/eltono-this-way-in-warsaw/> [in English].
11. Loeb, P.R. (1999). *Soul of a Citizen: Living with Conviction in a Cynical Time*. St. Martins Press. [in English].
12. McAteer, O. (2015) *Graffiti artist vs Council: Art wins*. URL: <https://metro.co.uk/2015/07/01/graffiti-artist-vs-council-art-wins-5275573> [in English].
13. *Mathieu is the typographic urban interventionist you should know*. URL: <http://www.typeroom.eu/article/mathieu-typographic-urban-interventionist-you-should-know> [in English].
14. Sagmeister & Walsh. *Studio web-sites*. URL: <https://sagmeisterwalsh.com/work/all/obsessions-make-my-life-worse-but-my-work-better/> [in English].
15. Schwartzman, A. (1985) *Street Art*. The Dial Press, Doubleday & Co., NY. [in English].
16. SPY. *Personal web-site*. Available at: <http://spy-urbanart.com> [in English].
17. Stowers, G.C. (2005). *Graffiti Art: An Essay Concerning The Recognition of Some Forms of Graffiti As Art*. ArtCrimes. Fall 1997. 25 Sept. 2005. 62 [in English].
18. Tunnacliffe Cl. (2016). *The power of urban street art in re-naturing urban imaginations and experiences*. DPU working paper № 182. URL: https://www.ucl.ac.uk/bartlett/development/sites/bartlett/files/migratedfiles/WP_182_Claire_Malaika_T_June_0.pdf [in English].