

ГРАФІТІ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

GRAFFITI IN THE CONTEXT OF MODERN GRAPHIC DESIGN

Гетьман Ю.А., асистент, Шмельов А.В., студент(Луцький національний технічний університет)

У статті висвітлена історія графіті, його соціальне значення. Автор розповідає про переваги графіті у контексті графічного дизайну, а саме у сфері реклами. Наведені паралелі з розвитком реклами у стилі графіті в європейських країнах.

В статье освещена история граффити, его социальное значение. Автор рассказывает о преимуществах граффити в контексте графического дизайна, а именно в сфере рекламы. Приведены параллели с развитием рекламы в стиле граффити в европейских странах

In the article the lighted up history of graffiti, him social value. An author tells about advantages graffiti in the context of graphic design, namely in the field of advertising. Resulted parallels with development of advertising in style of graffiti in the European countries.

Ключові слова: графіті, графічний дизайн, стріт-арт, реклама.

Ключевые слова: граффити, графический дизайн, стрит-арт, реклама.

Annotation: Keywords: graffiti, graphic design, street-art, advertising.

Постановка проблеми. В Україні, на відміну від європейських держав кардинальних змін в сфері реклами практично не відбувається. А графіті як можливий варіант напрямку реклами ніким не розглядається. Тому є доцільним висвітлити цю проблему, адже вдала свіжа ідея в цьому напрямку, тим більше вигідна в фінансовому плані, завжди буде актуальною.

Мета роботи. Висвітлити якісний і вигідний аналог друкованої рекламі.

Графіті походить від грецького слова "Grarhein" яке означає "писати", і від італійського слова "Graffito" - "дряпати", а історія цього терміну переносить нас у доісторичний період, коли людина ще малює по стінах

печери. Це явище, очевидно, було викликано людською спрагою спілкування - "Графіті являє собою пристрасть людини до спілкування".

Графіті стало стихією, що змінила зовнішній вигляд вулиць наприкінці ХХ століття, і згадування цього слова викликає в уяві людини безліч різних образів. "Графіті - це мистецтво або вандалізм? Сфера відношення до графіті широка й спірна. Необхідно відзначити, що багато райтерів(вуличних художників) називають свої роботи скоріше "райтингом (листом)", чим "графіті".

Графіті прийнято роздивлятися у контексті стріт-арту, проте графіті як явище не вичерпує сутності стріт –арту і навіть має значущі відмінності. Стріт-арт в цілому апелює до загалу і налаштований на контакт з широкою аудиторією, тоді як графіті - з самого початку є породженням «кастових» угруповань, і подібно до таємних кодів виступає мовою спілкування членів цих угруповань, а не засобом комунікації із зовнішнім світом. Несанкціонованість дій та протест, невідповідність до естетичних ідей культурної еліти суспільства, що керувала процесом створення та споживання мистецтва породили заборону графіті й переслідування райтерів з боку правоохоронних органів. Всупереч цьому сьогодні графіті активно інтегроване в галузі дизайну, галерейного и інтер'єрного простору, експозиції графіті проводяться на найвідоміших виставкових майданчиках Нью-Йорка, Лондона, Парижа, Барселони та інших міст.

Троу-ап (англ. throw-up - кидати що-небудь від себе, кидати) - швидконамальований малюнок, часто одним кольором і без заливки

Стенсіл (англ. stencil - трафарет) - мається на увазі як сам трафарет, так і створене з його допомогою зображення. При малюванні в трафаретній техніці використовується виключно аерозольна фарба. В основному малюнки виконуються в одному кольорі, але не рідкісна є практика застосування декількох кольорів.

Керек (англ. character - персонаж) -цим словом райтери називають малюнки з участю різних персонажів, переважно з американських та японських коміксів та мультфільмів. На задньому плані або поряд часто присутня шрифтова композиція (власне великі букви або слова), в тій же гармонійній з Кереком кольоровій гамі.

Стиль дайма (Daim style) чи 3D-стиль. Цей стиль придуманий відносно недавно, вже в 90-і роки. Придумала його людина на ім'я Дайм, на честь якого і був названий стиль. Дайм родом з Німеччини, малює по всьому світу вже більше 15 років. Цей стиль відрізняється повним, абсолютним обсягом букв. Всі букви як би тривимірні! Здається, що їх можна взяти в руки, помацати кожну з їх граней, провести рукою по кожному кутку, перевернути

і подивитися на неї збоку, ззаду, розрізати і побачити зрізану грань поверхні. Цей стиль по праву вважається найскладнішим з усіх у графіті. Придумати його дуже складно. Треба мати неординарну фантазію і неабияке мислення, щоб намалювати слово в об'ємі. При цьому треба щоб всі букви поєднувалися один з одним, і було досить-таки зрозуміло, що написано.

Вайлд стайл (англ. Wild Style) – цей стиль зазвичай найгірше читається простим глядачем, так як букви дуже сильно видозмінені. Вирізняється поміж інших стилів різкістю і ламаністю ліній, яскравими кольорами. Малюється зазвичай в спокійній обстановці на легальних «полотнах», або на замовлення.

У наше місто графіті прийшло відносно недавно, років 10 назад. Та за цей час Луцькі райтери (мал.2) стали відомими на теренах України та за її межами. Більшість з них працюють у сфері графічного дизайну у різних фірмах, та втілюють свої ідеї в рекламі.

Хотів би зазначити що саме явище як реклама в стилі графіті є малопоширеною в нас, на відміну від Європейських країн. Хоча з точки зору практичності це найкраща альтернатива поширеній «штампованій» рекламі. По – перше така реклама вигідніша у фінансовому аспекті, тому що послуги райтера та покупка фарби обійдеться дешевше чим виготовлення біг борду на замовлення, чи пластикової вивіски. По – друге графіті розпис завдяки нинішнім технологіям у виготовленні спеціальної фарби для стріт-арту набагато довше зберігається ніж перераховані вище аналоги. В час, коли економіка у країні нестабільна, а у підприємця, або у фірми є можливість зекономити фінанси на рекламі, і при тому якість не знизиться, а навпаки в разі покращиться, це в якійсь мірі можна назвати панацеєю у графічному дизайні. На мою думку це найкраще застосування для графіті в контексті дизайну нашого міста.

Висновки. Отже спираючись на досвід європейських країн можна стверджувати що таке ноу-хау приживеться і у нас. Рекламодавцям було б варто звернути увагу на даний напрямок реклами.

Література.

Журнал «Extreme» №3 (09) квітень 2004 «Екстрим-пресс»

<http://fantom2.org.ua/publ/5-1-0-78>

<http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%82%D1%96>

<http://oksanakaushan.beon.ru>