

ТИПОГРАФІКА СУЧАСНОГО ПЛАКАТА В КОНТЕКСТІ СПЕЦИФІКИ СЕМІОТИЧНОГО ДИСКУРСУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ

Ярослав Ланчак – аспірант,

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ,

<https://orcid.org/0000-0001-9282-8988>

<https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.904>

lanchak0804@gmail.com

Досліджено особливості типографіки як мистецтва оформлення друкованого тексту. На основі термінологічного співставлення уточнено дефініцію поняття «типографіка» і констатовано, що в контексті семіотичного дискурсу графічного дизайну сучасного українського театру вона може розглядатися як самостійний спосіб репрезентації глибинного ідейного значення, закладеного в режисерському тексті постановки метафоричною пластичною мовою. Виявлено, що макети театральних плакатів будуються на типографіці, виражаючи емоції і характер вистави через шрифт і композицію. Наголошено, що завдяки своїм потенційним значенням типографіка може впливати на сприйняття візуального тексту вистави, збагачувати авторські образи та ідеї театральних режисерів, доносячи їх до реципієнта. Дослідження типографіки театральних плакатів сучасних українських театрів засвідчує використання її ресурсів для передачі запланованих режисерами-постановниками значень та ефектів у контексті розгортання різноманітних семіотичних модусів у процесі взаємодії з глядачем. Виявлено, що найбільш поширеними прийомами є використання тексту як частини зображення (текст взаємодіє із зображенням і є невіддільним від нього) та як частини композиції (текст підкреслює композиційні прийоми плаката), натомість звернення до леттерінгу є скоріше виключенням, ніж правилом.

Ключові слова: типографіка, театральний плакат, графічний дизайн, сучасний український театр, вистави, композиція, шрифт, ілюстрація.

Актуальність дослідження. Культура сучасного суспільства характеризується постійно наростаючим обсягом інформації при одночасному збільшенні частки образотворчих засобів, що використовуються для візуалізації сенсу. Це викликає інтерес до організації друкованого тексту. У зв'язку з цим важливе значення має типографіка – засіб організації елементів видання на основі їхньої композиції у просторі видання відповідно до художнього бачення дизайнера; мистецтво оформлення друкованого тексту на основі властивих кожній конкретній мові правил за допомогою набору та верстки (за С. Моріссоном). Саме в типографіці поєднуються досвід та традиція, тісно переплітаються новітні досягнення комп'ютерних технологій та композиційна виразність текстових та образотворчих елементів. Як важливий елемент плаката, що на сучасному етапі відображає найгостріші та найактуальніші графічні тренди, що формують візуальну картину театального світу, типографіка є цікавим об'єктом для дослідження в контексті взаємодії з іншими зображальними одиницями плаката.

Останні дослідження та публікації. У сучасному науковому вимірі різноманітні аспекти типографіки та особливості її візуально-образної мови в графічному дизайні привертають увагу в першу чергу в контексті дослідження дизайну друкованих видань або розгляду її як інструменту рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції. Серед інших наведемо публікації Ю. Денисенка, О. Мазніченко та П. Колесникової [2], М. Ісмаїлової [4], О. Бережної та Т. Андрющенка [1], А. Гомзяк [2], В. Криштопайтіса [5] та ін. Проте використання типографіки в сучасному плакаті в контексті розвитку графічного дизайну сучасного українського театру лишається малодослідженим питанням.

Мета дослідження – виявити особливості типографіки плаката крізь призму особливостей семіотичного дискурсу графічного дизайну сучасного українського театру.

Методи дослідження. Застосовано методи аналізу й синтезу, систематизації й верифікації, поняттєво-аналітичний метод, метод порівняльного аналізу, метод образно-стилістичного аналізу; метод семантичного та структурно-семантичного аналізу.

Виклад матеріалу. В академічному вимірі представлено чимало різноманітних визначень поняття «типографіка» (від грец. *τύπος* – відбиток + *γράφω* – пишу) [1; 5], проте єдиного загальноприйнятого визначення наразі не існує. Дослідники пропонують розуміти типографіку як мистецтво «впорядковувати літери, розподіляти простір і контролювати шрифт, щоб сприяти максимальному розумінню тексту читачем» [12; 3]; візуальну комунікацію, що робить мову видимою, тобто «матеріалізацію мови в словах у друкованому тексті [8; 228] та «візуальний досвід», що складається з систем шрифту та макета (система шрифту в типографіці має три підсистеми, включаючи тип, розмір і колір, а система макета включає системи інтервалів і вирівнювання) [10; 226]; «візуальний компонент тексту», який підсилює зміст [7; 16]; «як охоплення як гарнітури, розміру шрифту тощо, так і таких елементів, як довжина рядка, міжрядковий інтервал (інтернал) і проміжок між літерами (кернінг)» [10; 227]. Н. Норгард відрізняє типографіку від

макета та стверджує, що типографіка – це графічний вигляд екземпляра письма з точки зору форми, розміру, кольору, тоді як макет – це загальний просторовий дизайн сторінки певного тексту, включаючи міжрядковий інтервал, відстань між літерами, поля, розміщення вербальних і візуальних елементів, а також зв'язування цих елементів [13; 67]. Друкарські атрибути або ознаки включають «вибір гарнітури, розмір, колір і стиль шрифту», і їх можна концептуалізувати як «семіотичні ресурси», які використовуються для «реалізації текстових або експресивних значень на додаток до міжособистісних та ідейних значень» [14; 1]. Основна мета використання друкарських атрибутів у тексті – розрізняти частини тексту та створювати добре сформовану презентацію вмісту, щоб підвищити ефективність читання, залучити читача та відтворити семантику через візуальний канал [14; 3].

Аналіз типографіки зосереджується на сенсотворчому потенціалі візуальної сторони вербальної мови. У зв'язку з цим розглядаються та систематизуються різні друкарські особливості, такі як використання курсиву, жирного шрифту та великих літер, а також різних гарнітур і написів різними кольорами [13; 31]. Аналізуючи типографіку певної вистави, достатньо зосередитися на «найбільш помітних рисах у даному контексті» [14; 79].

Незважаючи на розбіжності дефініції, в контексті графічного дизайну театрального плаката типографіку можна розглядати як незалежний семіотичний спосіб зі своїм власним дизайнерсько реалізованим значенням, поряд і одночасно з тими, що реалізуються в авторському тексті постановки.

Як незалежний семіотичний спосіб, типографіка забезпечує «економію вираження» та комунікацію складних і багатошарових повідомлень в один момент. Таким чином, у типографіці театрального плакату важливим стає поєднання комунікації з естетикою – одне без іншого обмежує потенціал для ефективної та красивої передачі інформації.

Важливість типографіки полягає в тому, що завдяки своїм потенційним значенням вона може впливати на сприйняття тексту вистави. Отже, режисери сценічних постановок сучасних українських театрів використовують ресурси типографіки для передачі запланованих значень і ефектів, оскільки вони розгортають багато семіотичних модусів у процесі взаємодії з глядачем та розвитку наративу, і можуть розглядатися як мультимодальні тексти, що мають перевагу передачі складних і багатошарових повідомлень.

Якщо говорити більш конкретно, шрифти можуть виражати «такі цінності, як асоціація, стиль, ідентифікація, диференціація та краса» на додаток до закодованого текстового значення [11; 50]. Значення виникає внаслідок інтегрованого використання двох семіотичних ресурсів – вербального та візуального.

Поширеність та затребуваність типографіки в графічному дизайні пояснюється посиленням ролі знака у сучасній культурі та мистецтві. Це дозволяє досліджувати її як канал візуальної комунікації за допомогою семіотичного аналізу. У цьому контексті типографіка сприймається як феномен повсякденної культури, що закріплюється у просторі друкованого аркуша та інших носіях із допомогою семіотичних механізмів. Типографіка розглядається як ще один семіотичний ресурс у процесі формування сенсу.

Основою при побудові моделі типографіки як знакової системи є ідеї Р. Барта та Ф. де Соссюра. Слідом за Ф. де Соссюром і Ч. Моррісом відносно типографіки доцільно розглянути морфологічний рівень її лексики, а також три основні аспекти функціонування знака: синтактику, семантику і прагматику, які в сукупності всебічно аналізують всі комунікативні властивості будь-якого семіотичного тексту.

Виділення окремих знакових елементів на морфологічному рівні дослідження типографічної лексики має умовний характер, що зумовлено тим, що: знаки перебувають у тісному взаємозв'язку; можуть бути використані не всі знаки, деякі можуть бути відсутніми; для різних видів видань визначальне місце приділяється різним видам знаків.

Проблемі виділення окремих знаків та символів у сучасній семіотиці надається особливе значення. У мистецтві, дизайні, графіці та в багатьох інших видах творчої діяльності вона має першочерговий характер. Неоднозначне трактування поняття «знак» та існування кількох можливих підходів до опису феномена мистецтва за допомогою семіотики дозволяють говорити не лише про відмінність застосовуваних теорій знаків, а й про розбіжність способів застосування семіотичних понять до художніх творів.

Вивчаючи образотворчі засоби, що застосовуються у просторових видах мистецтва та позахудожніх сферах, дослідники роблять висновки про формальний характер включення зображень до складу семіотичних об'єктів. Відповідно до принципу довільності знака Ф. де Соссюра, перегрупування значень деяких ключових понять і термінів, що їх виражають, дає певну свободу в оперуванні зі знаками і виявляється у відносинах довільності вибору, вживання, оперування явищами як знак, а також незалежності ні від чого іншого, крім умовної угоди. Кожен знак може позначати чи замінювати не одиничний об'єкт, а безліч чи систему об'єктів. Він знаходиться у тісному зв'язку з іншими знаками, проявляє себе лише в процесі аналізу способу його функціонування, існує в матеріальній практиці та використовується для отримання, зберігання та передачі інформації.

В оформленні видання (як приклад візьмемо науково-популярний журнал «Український театр», заснований в 1917 р., який у 2009 р., унаслідок ребрендингу набув нового дизайну, а з 2018 року перейшов у формат інтернет-платформи) основним елементом є шрифт. Незважаючи на присутність на набірній смузі таких складових макета як зображення, фотографія, малюнок або кольорова підкладка, зовнішній вигляд видання визначається виключно малюнком букв.

Особливе значення для репрезентації вистави засобами графічного дизайну має театральний плакат, типографіка якого являє собою самостійну складну систему, сформовану внаслідок синтезу плакатної свободи і театральної атмосфери. Оскільки головним завданням театального плаката є зацікавити потенційного глядача у виставі, інформувати його про час і місце її показу, заінтригувати і підштовхнути до відвідування театру, плакат апіорі повинен бути яскравим, чітким і миттєво запам'ятовуватися, а його типографіка не лише інформативною та легкою для сприйняття, але і графічно підтримувати образ плаката, візуалізуючи його сутність.

Текст відображає настрій майбутньої вистави – зазвичай текст стає ілюстрацією, в зв'язку з чим використовується леттерінг. Так, наприклад, характерність шрифту на плакаті до вистави «Марія Стюарт» Ф. Шиллера (реж. І. Уривський, Національний академічний драматичний театр ім. І. Франка, 2024 р.) повністю передає настрій постановки, що дозволяє художнику обійтися без будь-якого зображення, окрім мінімалістичного урбаністичного тла – білої ролети. Не менш показовим прикладом є плакат до вистави «Коріолан» В. Шекспіра (реж. Д. Богомазов, Національний академічний драматичний театр ім. І. Франка) – худ. П. Богомазов робить акцент на кривавому фіналі – на тлі мармурового чоловічого торса яскраво-червоні літери стилізовані під порізи від меча.

Особливе розташування тексту під уламками скла на плакаті до вистави «Доця» Т. Горіха Зерня (реж. І. Білиць, Національний театр ім. М. Заньковецької) посилює відчуття руйнації, фрагментації, незважаючи на статичність нейтрального білого тла. Проте, варто зазначити, що використання тексту як ілюстрації є скоріше винятком у сучасному графічному дизайні українського театру. Набагато більше художниками розробляється прийом використання тексту як частини зображення. Текст взаємодіє із зображенням і є невіддільним від нього.

Наприклад, плакат до вистави «Трамвай Бажання» Т. Вільямса (реж. І. Уривський) демонструє те, наскільки взаємопов'язані його елементи, підкріплюючи один одного – художник П. Богомазов вирішує його в стилістиці крейдяного напису на шкільній дошці. Надзвичайно нестандартно, стилізуючи його під поштову листівку, вирішує плакат до вистави «Каліка з острова Інішмаан» М. Макдонаха (реж. К. Кашліков, Національний академічний драматичний театр ім. Лесі Українки) художник О. Дробна.

Плакат до вистави «Кассандра» Лесі Українки (реж. О. Клейменов, Дніпровський академічний театр драми і комедії) демонструє те, як текст гармонійно вписується в зображення, підтримуючи містично-трагічний настрій плаката – назва написана криваво-червоним кольором, а літери ніби прив'язані до очей головної героїні довгими нитками. Особливий інтерес викликає контраст насиченості шрифту, що також можна віднести до прийому динаміки.

Не менш поширеним є використання тексту як частини композиції. Текст підкреслює композиційні прийоми плаката, виділяючи вертикалі і горизонталі композиції, акцентуючи деталі плаката, продовжуючи основні лінії контурів зображення. Показовими прикладами є плакати до вистав «Земля» О. Кобилянської (реж. Д. Петросян, худ. С. Маслобойщиков, Національний театр ім. М. Заньковецької).

Шрифт як зорова система знаків призначений для фіксації мови та літературної творчості, відповідно, за його допомогою можна підвищити виразність тексту. Особливість роботи з об'єктами у типографії театального плакату полягає в тому, що кожен його елемент розглядається з позиції інформаційної значущості, і навіть тієї ролі, що він відіграє при побудові цілісного візуального образу постановки, а власне її концепції.

Аналізуючи представлені у сучасному театральному вимірі плакати, можна констатувати, що однаково важливим є і текст, і рисунок. Ця властивість була підкреслена Р. Бартом. Він вважав, що як знак може розглядатися ілюстрація, оскільки вона є «результатом асоціації концепту та акустичного образу» [6; 65]. Виділяючи ілюстрацію як знак у комунікативному просторі типографіки, розглядаємо цей термін у широкому сенсі, тобто як такий, що включає в цій якості образотворчі елементи графічного оформлення незалежно від техніки виконання (ілюстрація, малюнок, фотографія, графічне та фонове зображення, орнамент, декоративна прикраса та ін.). Такий підхід був запропонований У. Еко, який писав, що «знак може ставитися до якогось цілісного уявлення, яке передається схематизованими графічними зображеннями» [9; 204].

У сучасних театральних плакатах тісно переплетені ілюстрації, колір та шрифт. Вибір основних носіїв інформації у типографії не вичерпується зазначеними елементами, він може бути розширений та продовжений. У цьому випадку було виділено сукупність знаків, без яких неможливо створити

жоден театральний плакат. За час існування типографіки в науці добре досліджено проблему вибору та сполучуваності шрифтів, визначено відносини між шрифтом та кольорним рішенням видання, текстовою та образотворчою інформацією та ін.

Синтаксичні відносини між знаками у комунікативному просторі типографіки театрального плакату трансформувалися в різні історичні періоди. Залежність типографіки від історичного контексту зумовлена тим, що різні види шрифтів пояснюються відмінностями у сприйнятті форми у різні епохи, тобто будь-який шрифт насамперед висловлює свій час.

У класичній типографіці відносини будуються за певними та «непорушними» правилами, у суворій одноманітності, тобто в єдиному кольоровому, композиційному, шрифтовому рішенні. В епоху модерну елементарним носієм інформації стає шрифт гротеск, прості геометричні конструкції, фотографія, асиметрія, прапорний набір, швейцарський абзац і модульна сітка. У постмодерній типографіці основний акцент зроблено на ілюстрацію, якою можуть виступати і малюнок, і фотографія, і тло. Зображення стає багаторівневим і багатошаровим, а шрифт як би «вплітається» у зображення, входить до нього і використовується не тільки на паперовому носії, а й у одязі, текстилі та ін. конкретної історичної доби під час створення публікації.

Специфіка семантичних відносин у типографіці у тому, що у цьому рівні розкривається смисловий аспект функціонування символів. Означуване в типографіці, як і в будь-якій іншій знаковій системі, на думку Р. Барта, має дуальний характер – воно є «одночасно і змістом і формою; заповненим і водночас порожнім» [6; 81]. Виявляючи себе як сенс, що передбачає можливість прочитання, його можна побачити, воно є змістовним. У цій ролі виступає «авторський оригінал», «текстова інформація», «ілюстративний матеріал» та ін. Це завжди результат творчості автора. Ставши формою («смуга набору», «розворот сторінки», «колонка», «рядок тексту»), авторський зміст не втрачається, а позбавляється конкретності, відсувається на другий план. Вчений вважає, що при цьому сенс втрачає свою власну значущість, проте «продовжує жити, живлячи собою форму» [6; 82].

Означуване нерозривно пов'язані з означеним, висловлює певне знання, зміст видання, образ; створює візуальний текст та описується в термінах дизайнерського рішення. Під візуальним текстом розглядаємо інформаційне повідомлення, створене за допомогою засобів візуалізації (зображення, шрифт, фотографія та ін.), що візуально сприймається та інтерпретується. На цьому рівні завдання дизайнера полягає в тому, щоб знайти ефективне візуальне графічне втілення об'єкта, який має бути сприйнятий реципієнтом. Прагматичний аспект комунікації визначає ставлення суб'єкта, який сприймає інформацію, до знакової системи. Саме на цьому етапі визначається поведінка споживача. На прагматичному рівні комунікації типографіка має задовольняти правила вживання знаків, що склалися в цю історичну епоху, – бути візуальним текстом. Іншими словами, будь-який театральний плакат може бути зрозумілим, прочитаним та вжитим відповідно до соціально обумовлених вимог.

Висновки. Основною функцією типографіки є комунікативна функція, що включає інформування та вплив. Це передбачає встановлення певного зв'язку між автором та реципієнтом, тобто відбувається імітація живого спілкування, що розкривається внаслідок прагматичного аналізу. У типографіці перших десятиліть ХХІ ст. велике значення набувають контексти. Отже, нове середовище знакоутворення залежить не стільки від об'єктивного зв'язку з предметами, що позначаються, скільки від суб'єктивної реакції тих, хто сприймає це середовище як своє власне. Семіотичний підхід до вивчення типографіки засвідчує, що форма повідомлення та реципієнт перебувають у тісному взаємозв'язку і не можуть бути відокремлені один від одного. Засобами типографіки дизайнер за допомогою знаків збагачує і переплітає авторські образи та ідеї театральних режисерів, доносячи їх до споживача інформації.

Дослідження типографіки театральних плакатів сучасних українських театрів засвідчує використання її ресурсів для передачі запланованих режисерами-постановниками значень та ефектів у процесі розгортання різноманітних семіотичних модусів під час взаємодії з глядачем. Найбільш поширеними прийомами створення театральних плакатів є використання тексту як частини зображення (текст взаємодіє із зображенням і є невіддільним від нього) та як частини композиції (текст підкреслює композиційні прийоми плаката), рідше – звернення до леттерінгу.

Список використаної літератури та джерел

1. Бережна О. Б., Андрущенко Т. Ю. Типографіка. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 125 с.
2. Гомзяк А. Художньо-образні особливості типографіки в дизайні поліграфічної продукції стилю ар деко. *Наук. зап. Серія: Мистецтвознавство*. 2018. № 1. С. 298–307.
3. Денисенко Ю., Мазніченко О., Колексник П. Типографіка як основа дизайну друкованих видань: IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Актуальні проблеми сучасного дизайну»: Київ, КНУТД, 27 квіт., 2022 р. Київ, 2022. С. 83–86.

4. Ісмайлова М. С. Типографіка як інструмент рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції раннього модернізму (1910–1935). *Вісник ХДАДМ*. 2015. № 6. С. 61–70.
5. Кригопайтіс В. В. Класична типографіка друкованих видань в умовах цифрового набору: функціональні та естетичні аспекти : автореф. дис.... канд. миств. : 17.00.07 / ХДАДіМ. Харків, 2011. 20 с.
6. Bart R. *The Semiotic Challenge*. University of California Press : Berkeley, 1994. 293 p.
7. Butteric M. *Typography for lawyers: Essential tools for polished & persuasive documents*. Jones McClure Publishing, 2010. 240 p.
8. Cullen K. *Design elements: Typography fundamentals*. Massachusetts: Rockport Publishing, 2012. 161 p.
9. Eco U. *A Theory of Semiotics (Advances in Semiotics) First Edition*. Indiana University Press 368 p.
10. Felici J. *The complete manual of typography. A guide to setting perfect type*. Peachpit Press, 2003. 400 p.
11. Leonidas G. Type design and development. In J. Tselentis, A. Haley, R. Poulin, T. Seddon, G. Leonidas, I. Saltz, & T. Alterman (Eds.), *Typography referenced: A comprehensive visual guide to the lan-guage, history, and practice of typography*. Rockport Publishing, 2012. P. 30–51.
12. Morison S. *First principles of typography*. The Monotype Corporation Limited, 1955. 18 p.
13. Nørgaard N. *Multimodal stylistics of the novel: More than words*. Routledge, 2019. 366 p.
14. Tsonos D., Kouroupetroglou G. Prosodic map-ping of text font based on the dimensional theory of emotions: A case study on style and size. *Journal of Audio Speech Music Proceedings*. 2016. № (1). URL : <https://asmp-eurasipjournals.springeropen.com/articles/10.1186/s13636-016-0087-8> (дата звернення : 2.11.2024).

References

1. Berezhna O. B., Andriushchenko T. Yu. *Typography*. Kharkiva : KhNEU im. S. Kuznetsia, 2021. 125 s.
2. Homziak A. Artistic and figurative features of typography in the design of art deco style printed products. *Naukovi zapysky. Seria : Mystetstvoznavstvo*. 2018. № 1. S. 298–307.
3. Denysenko Yu., Maznichenko O., Koleksnykova P. *Typography as a basis for the design of printed publications. IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Aktualni problemy suchasnoho dyzainu»*: Kyiv, KNUTD, 27 kvitnia 2022 r. Kyiv, 2022. S. 83–86.
4. Ismailova M. S. *Typography as a tool for solving functional and aesthetic aspects in the design of polygraphic advertising products of early modernism (1910–1935)*. *Vsinyk KhDADM*. 2015. № 6. S. 61–70.
5. Kryhtopaitis V. V. *Classical typography of printed editions in the conditions of digital typing: functional and aesthetic aspects* : avtoref. dys. kand. Mystetstvoznavstva : 17.00.07 / KhDADiM. Kharkiv, 2011. 20 s.
6. Bart R. *The Semiotic Challenge*. University of California Press : Berkeley, 1994. 293 p.
7. Butteric M. *Typography for lawyers: Essential tools for polished & persuasive documents*. Jones McClure Publishing, 2010. 240 p.
8. Cullen K. *Design elements: Typography fundamentals*. Massachusetts : Rockport Publishing, 2012. 161 p.
9. Eco U. *A Theory of Semiotics (Advances in Semiotics) First Edition*. Indiana University Press 368 p.
10. Felici J. *The complete manual of typography. A guide to setting perfect type*. Peachpit Press, 2003. 400 p.
11. Leonidas G. Type design and development. In J. Tselentis, A. Haley, R. Poulin, T. Seddon, G. Leonidas, I. Saltz, & T. Alterman (Eds.), *Typography referenced: A comprehensive visual guide to the lan-guage, history, and practice of typography*. Rockport Publishing, 2012. P. 30–51.
12. Morison S. *First principles of typography*. The Monotype Corporation Limited, 1955. 18 p.
13. Nørgaard N. *Multimodal stylistics of the novel: More than words*. Routledge, 2019. 366 p.
14. Tsonos D., Kouroupetroglou G. Prosodic map-ping of text font based on the dimensional theory of emotions: A case study on style and size. *Journal of Audio Speech Music Proceedings*. 2016. № (1). URL : <https://asmp-eurasipjournals.springeropen.com/articles/10.1186/s13636-016-0087-8> (дата звернення : 2.11.2024).

THE TYPOGRAPHY OF THE MODERN POSTER IN THE CONTEXT OF THE SPECIFICITY OF THE SEMIOTIC DISCOURSE OF THE GRAPHIC DESIGN OF THE UKRAINIAN THEATER

Lanchak Yaroslav – postgraduate, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv,

Peculiarities of typography as an art of design of printed text are studied. Based on the terminology, the definition of the concept of «typography» was clarified and it was stated that in the context of the semiotic discourse of graphic design of the modern Ukrainian theater, it can be considered as an independent way of representing the deep ideological meaning embedded in the director's text of the production in a metaphorical plastic language. It was found that the layouts of theater posters are built on typography, expressing the emotions and character of the performance through the font and composition. It is emphasized that thanks to its potential meanings, typography can influence the perception of the visual text of the performance, enrich the author's images and ideas of theater directors, conveying them to the recipient. The study of the typography of theater posters of modern Ukrainian theaters testifies to the use of its resources to convey the meanings and effects planned by the directors-producers in the context of the deployment of various semiotic modes in the process of interaction with the audience. It was found that the most common techniques are the use of text as part of the image (the text interacts with the image and is inseparable from it) and as part of the composition (the text emphasizes the compositional techniques of the poster), instead, the use of lettering is the exception rather than the rule.

Key words: typography, theater poster, graphic design, modern Ukrainian theater, performances, composition, font, illustration.

UDC 7.05:687.01(043.5)

THE TYPOGRAPHY OF THE MODERN POSTER IN THE CONTEXT OF THE SPECIFICITY OF THE SEMIOTIC DISCOURSE OF THE GRAPHIC DESIGN OF THE UKRAINIAN THEATER**Lanchak Yaroslav** – postgraduate, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The purpose of the article is to reveal the peculiarities of the typography of the poster through the prism of the peculiarities of the semiotic discourse of the graphic design of the modern Ukrainian theater.

Research methodology. The methods of analysis and synthesis, systematization and verification are applied, the conceptual-analytical method is used to form the terminological apparatus of the work, the method of comparative analysis, the method of figurative and stylistic analysis; method of semantic and structural-semantic analysis.

Scientific novelty. Peculiarities of typography as an art of design of printed text are studied. The definition of the concept of «typography» in the context of the semiotic discourse of graphic design of modern Ukrainian theater has been clarified. The most common methods of creating theater posters in Ukraine have been revealed.

Practical significance. The material expands information on the development of modern poster typography in the context of the specifics of the semiotic discourse of graphic design of the Ukrainian theater.

Key words: typography, theater poster, graphic design, modern Ukrainian theater, performances, composition, font, illustration.

Надійшла до редакції 07.11.2024 р.

УДК 37.013.73

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОШУКИ ЄВГЕНА ЛИСИКА В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ НОНКОНФОРМІЗМУ В ДИЗАЙНІ СЦЕНІЧНОГО ПРОСТОРУ**Анастасія Єрмуканова** – аспірантка,

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ,

<https://orcid.org/0000-002-8783-5072><https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi49.905>ermukanova.nastasya@gmail.com

Досліджено особливості творчої діяльності головного художника Львівського театру опери і балету Євгена Лисика в контексті становлення нонконформізму в українському мистецтві. Виявлено специфіку прояву тенденцій нонконформізму в сценографії художника; на основі аналізу архітектонічних елементів та особливостей візуального образу сценічного простору вистав з'ясовано характерні риси нонконформізму Є. Лисика. Констатовано, що формування естетичного коду дієвої сценографії в Львівському театрі опери і балету та реформа художньої мови декораційного оформлення зумовлені не в останню чергу процесом самоідентифікації Є. Лисика через осмислення процесів, що відбувалися як у загальнотеатральному просторі зокрема, так і соціокультурному просторі означеного періоду загалом. Розроблений і втілений майстром дизайн сценічного простору вистав репрезентує унікальну матрицю ідейної художньої концепції творчості, що формувалася і отримала розвиток протягом десятиліть творчої діяльності в контексті боротьби за фізичну і духовну свободу людини.

Дослідження виявило, що елементи театального формування, що потрапляють у просторовий досвід сценографії вистави Є. Лисика важливі і мають естетичний, інтелектуальний та пізнавальний рівень, працюючи на виявлення дійсності в естетичному образі навколишнього простору і космосу. Таким чином, для сценографії художника-нонконформіста характерний зв'язок з окремими, різноманітним та мінливими просторами поза сценою для створення театральних сигналів та нескінченних значень засобами можливості нескінченної реконфігурації простору театру, його громадського та приватного простору засобами розподілу груп блоків всередині сценічного образу.

Ключові слова: нонконформізм, театральний художник, Є. Лисик, сценографія, метафоричні образи, узагальнення, декорації.

Актуальність дослідження. У другій пол. XX ст. нонконформізм, як явище української художньої культури, отримав розвиток серед ряду художників, засвідчивши формування альтернативної мови зокрема і в театально-декораційному дискурсі періоду соцреалізму. Театральні художники-нонконформісти репрезентували інноваційні напрями творчості, збагативши палітру стилістичних та формальних прийомів дизайну сценічного мистецтва, заклавши фундамент його подальшого розвитку. На сучасному етапі дослідження нонконформізму в дизайні сценічного мистецтва другої половини XX ст. як художнього явища, що здійснило вплив на багатьох представників сучасного мистецтва сценографії є однією з важливих тем мистецтвознавства, що і зумовлює актуальність дослідження.

Останні дослідження та публікації. Аналіз мистецтвознавчих досліджень та публікацій, присвячених творчості українських театральних художників другої половини XX ст., засвідчують стійкий