

5. VR-системы [Электронный ресурс] // Официальный сайт “Virtual Environment Group”. – Режим доступа : <http://ve-group.ru/vr-systems/> – 25.04.2018 г.
6. Contour Crafting Corporation gets Investment from Doka Ventures [Электронный ресурс] // Официальный сайт “Contour Crafting”. – Режим доступа : <http://contourcrafting.com/press-release/> – 23.04.2018 г.
7. Coward C. 3D Printing / Cameron Coward // Penguin Group Inc. – 2015. – p. 302.
8. Srinivasan V. 3D printing and the future of manufacturing / V. Srinivasan, J. Bassan // Technology Program for the Leading Edge Forum. – 2012. – p. 34.

REFERENCES

1. Borkovskiy, A. B. (1990), *Anglo-russkiy slovar' po programmirovaniyu i informatike (s tolkovaniyami)* [English-Russian dictionary of programming and computer science (with interpretations)], Moscow, Russian language. (in Russian).
2. Talapov V. V. (2011), *Osnovy BIM: vvedenie v informatsionnoe modelirovanie zdaniy* [The Basics of BIM: An Introduction to Building Information Modeling], Moscow, DMK Press. (In Russian).
3. 3D printing of houses (2015), Data portal “Make 3D”, available at: <http://make-3d.ru/articles/3d-printer-dlya-pechati-domov/> (access April 25, 2018).
4. ArchiCAD and Grasshopper. Advantages of integration (2016), Official website “ISICAD: the world of CAD”, available at: http://isicad.ru/ru/articles.php?article_num=18369 (access April 24, 2018).
5. VR-systems (2018), Official website “Virtual Environment Group”, available at: <http://ve-group.ru/vr-systems/> (access April 25, 2018).
6. Contour Crafting Corporation gets Investment from Doka Ventures (2017), Official website “Contour Crafting”, available at: <http://contourcrafting.com/press-release/> (access April 23, 2018).
7. Coward, C (2015), 3D Printing, London, Penguin Group. (in English).
8. Srinivasan, V. and Bassan, J. (2012), 3D printing and the future of manufacturing, Sydney, Technology Program for the Leading Edge Forum, CSC Press. (in English).

УДК 655.533:7.038.17

Анжела Гомзяк

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ ТИПОГРАФІКИ В ДИЗАЙНІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ СТИЛЮ АР ДЕКО

У статті на основі аналізу історико-мистецтвознавчих джерел із окресленої проблематики, візуального огляду та композиційного аналізу зразків поліграфічної продукції розглянуто характерні особливості акцидентних шрифтів стилю Ар Деко. Окремо простежено основні принципи формотворення та взаємозв'язки шрифтів з композицією. Встановлено роль типографіки в дизайні поліграфічної продукції стилю Ар Деко.

Ключові слова: Ар Деко, дизайн, поліграфічна продукція, шрифт, обкладинка, плакат, упаковка, композиція.

Анжела Гомзяк

ХУДОЖЕСТВЕННО-ОБРАЗНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТИПОГРАФИКИ В ДИЗАЙНЕ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ СТИЛЯ АР ДЕКО

В статье на основе анализа историко-искусствоведческих источников с этой проблематики, визуального осмотра и композиционного анализа образцов полиграфической продукции рассмотрены характерные особенности акцидентных шрифтов стиля Ар Деко. Отдельно

прослежены основные принципы формообразования и взаимосвязи шрифтов с композицией. Установлена роль типографики в дизайне полиграфической продукции стиля Ар Деко.

Ключевые слова: Ар Деко, дизайн, полиграфическая продукция, шрифт, обложка, плакат, упаковка, композиция.

Anzhela Homziak

ARTISTIC-FIGURATIVE FEATURES OF TYPOGRAPHY IN THE DESIGN OF PRINTING PRODUCTS OF THE ART DECO STYLE

The article analyzes the historical and artistic sources from the outlined issues, which allows us to find out the state of modern scientific knowledge of typography in the design of printing products of the Art Deco style. It is established that in the 20–30's of the XX century in the font's design in order to replace the smooth lines of secession came rigid and clear forms of Art Deco. On the one hand, such fonts were universal and simple in the drawings, on the other, they contained a rigid geometry of forms, and were decorative. Such a combination of the clarity and decoration of the Art Deco font style made them a powerful and important element of the visual environment filling and self-sufficient means of advertising. A visual inspection and composite analysis of samples of printing products was conducted, on the basis of which it was found out that the character of lines and forms of this direction depended on certain composite features of printing products. Thus, we have traced certain relationships of fonts with a composition in the design of printing products, where the unity of the form character was truly important. Also, according to the type of printing products, there were certain patterns of using fonts. For example, in the newspapers, it was impossible to use all the means used by the artists of the Art Deco period, and therefore the typography was not difficult in their drawings. Advertisements in newspapers were limited to simply chopped fonts, often in combination with handwritten ones. In posters, covers and packaging designers used the most diverse fonts and their combination. A variety of saturated, shaped and styled headsets, often decorated with the wave and zigzag lines, typical of the Art Deco style were used here. Such a variety of approaches to the use of fonts in the design of printing products provided graphic expressiveness of the Art Deco style in the design of printing products. Typography of Art Deco was characterized by a clear geometric font design. The number of elements that formed each letter was tried to be minimized. However, often this rigid geometry was decorated with different dashed, wave-like lines, geometric planes. After the analysis of samples of the Art Deco print products, it can be argued that they were a powerful means of advertising that time. Such products attracted customers attention due to the active use of fonts of various forms and saturation. The typography of this period was characterized by great stylistic diversity and freedom of interpretation of fonts, and informative and aesthetic typography functions existed in close interaction. However, despite the variety of font transformations, due to the use of successful compositional art techniques, the text has always been easy to read. There are three main tasks of Art Deco printing typography, namely: clear and understandable information message, an attraction of attention at the expense of simple and understandable forms, along with their different configurations, the unity of the text block and image. This research creates the preconditions for the formation of modern design solutions, with the help of tools and techniques of the Art Deco style typography, in the creation and duplication of printing products.

Key words: Art deco, design, printing products, font, cover, poster, packaging, composition.

Поліграфічна продукція займає значну частину нашого візуального середовища. Об'єкти дизайну поліграфічної продукції оточують нас, і ми використовуємо їх щодня. Тому поліграфічна продукція має певний вплив на наші вподобання, на вибір того чи іншого продукту.

Як стверджує дослідниця Т. Іваненко, інформація дедалі більше стає рекламною. Практично кожний шрифт є носієм двох функцій: інформаційної та естетичної. Різноманітність шрифтів дає змогу дизайнерам якомога точніше виразити зміст послання. Таким чином, художня форма шрифту інформує нас не тільки про свій функціональний зміст, конструктивні

особливості, а й про певні естетичні якості, за допомогою яких реалізується естетична функція шрифту. В реалізації функцій акцидентного шрифту беруть участь засоби формоутворення й образний вислів, іншими словами, соціальні, художні та естетичні якості. Основним завданням акцидентного шрифту є притягнення уваги. Особливість згаданого шрифту полягає в тому, що утилітарна й естетична функції в реалізації цього завдання практично поєднуються – форма зупиняє увагу, інформація запам'ятовується у свідомості [4, с. 38].

Також не можна залишати поза увагою питання дослідження української типографіки, зокрема в Західній Україні, через її територіальну близькість із країнами, в яких стиль Ар Деко зазнав найбільшого розвитку та розквіту.

На думку В. Михайленка, специфіка проектування шрифтових форм завжди була і залишається тісно пов'язаною з технічними аспектами; крім стильових ознак, високохудожні зразки шрифтових знаків органічно увібрали у себе національні риси та широкий спектр емоційно-образних відтінків, характерних для того чи іншого народу. Як і будь-який графічний образ, форму літери можна проаналізувати з геометричного боку на предмет виявлення стильових, конструктивних та композиційних закономірностей формотворення, спорідненості з іншими гарнітурами [8, с. 64].

Національні особливості української шрифтової форми, наявні до середини 20-х років ХХ століття, пізніше майже знівельовала переважна більшість радянських шрифтів, створених за зразками “класичних”, “кращих світових” чи просто запозичених із аналогічних латинських гарнітур [8, с. 64]. А в 20–30-ті роки українська типографіка набула надзвичайно цікавих форм та образів. У західноукраїнських зразках поліграфічної продукції використано здебільшого синтез орнаментальних мотивів та простих геометричних форм, стилістики школи Г. Нарбута, а також традиційних старослов'янських шрифтів.

Проблеми типографіки в графічному дизайні, які дотичні до цієї теми, досліджували Я. Чіхольд, Е. Рудер [9], В. Кричевський, О. Яремчук [13], Н. Сбітнева [10], А. Банцекова [1], В. Криштопайтіс [7], М. Ісмайлова [6] та ін.

У праці “Класична типографіка друкованих видань в умовах цифрового набору: функціональні та естетичні аспекти” В. Криштопайтіс досліджує поняття “класичної типографіки”, основні види і технології друку, їхню історію та розвиток [7].

О. Яремчук у статті “Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну” акцентує увагу на основних періодах становлення й розвитку мистецтва шрифтового плаката, їхній зв'язок з розвитком друкарських технологій та еволюцією шрифтових форм [13].

А. Банцекова у дослідженні “Книжково-журнальна графіка Львова в стилі Ар Деко” аналізує становлення стилю Ар Деко у Львові, вплив на львівську версію стилю різних течій і напрямів, а також роботи основних митців цього періоду [1].

Дослідження Н. Сбітневої “Особливості розвитку радянської упаковки 1930-х років: утилітарні та художні аспекти” містить підрозділ, що стосується упаковки стилю Ар Деко. Авторка визначила, що стиль Ар Деко проявився в радянській упаковці у трьох напрямках: ретроспективному, конструктивному й орнаментальному [10].

У статті М. Ісмайлової “Типографіка як інструмент рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції раннього модернізму (1910–1935)” розглянуто принципи використання типографіки в поліграфічній рекламній продукції, особливості організації шрифтових композицій на основі стилістичного аналізу зразків рекламної поліграфічної продукції епохи раннього модернізму різних напрямків (футуризм, баухаус, конструктивізм, Ар Деко). Автор вважає, що шрифти впливають і на залучення уваги потенційної аудиторії, і на сприйняття рекламної інформації загалом. Художня цінність шрифту в дизайні поліграфічної рекламної продукції зумовлена його характеристиками та емоційним впливом на глядача [6].

Т. Іваненко у дослідженні “Художньо-образні особливості формоутворення акцидентного шрифту” зазначає, що “головною особливістю акцидентного шрифту є привабливість, здатність привернути увагу. Акцидентний шрифт має характерні особливості, які властиві іншим формам мистецтва. Зокрема, цей шрифт “відрізняється оригінальністю малюнка, віртуозністю виконання, що виражає його ідею й характер. Такий шрифт є

результатом творчого процесу: містить тематичні варіації, естетичну рефлексію, відображає художній смак автора. Незвичайність форми цього виду шрифту приваблює, захоплює глядача. Це можна порівняти з ефектом впливу твору мистецтва” [5, с. 3].

Дослідниця В. Шевченко у роботі “Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту” виокремлює такі п’ять типів видозміни символів накреслення шрифту:

- за нахилом і характером вічка: пряме, похиле, курсив;
- за насиченістю: світлі, суперсвітлі, напівжирні, жирні;
- за щільністю: стиснуті, нормальні, широкі;
- за заповненістю: контурні, відтінені, заштриховані;
- за модифікацією тексту: нижнє підкреслення, одинарне або подвійне закреслення, зсув під або над базову лінію шрифту.

Щодо досліджень В. Шевченко можна припустити, що в дизайні поліграфічної продукції стилю Ар Деко важливими особливостями типографіки є: щільність, ритмічність, насиченість і наповненість літер (контурна, відтінена, заштрихована) [12].

Мета статті – дослідити та проаналізувати основні художньо-образні особливості типографіки у дизайні поліграфічної продукції стилю Ар Деко.

У 20–30-х роках минулого століття популярними були гротескові шрифти. Деякі з них активно використовують і удосконалюють досі. Наприклад, шрифт “Футура” – одне з найяскравіших і типових творінь того часу. Натхненні голландським рухом Де Стил і радянським конструктивізмом, як і школою дизайну Баугауз у Німеччині з її девізом “форма визначається функцією”, європейські дизайнери експлуатували впродовж 20-х років елементарну геометрію. Шрифт, що відповідав би тогочасним запитам, мав бути легко прочитуваний і максимально функціональний. Передбачали, що він не повинен мати індивідуальних особливостей, “спотворень і прикрас”. Майже одноставно вважали, що конструювати літери слід на основі “функціональних оптичних форм” і що ці форми повинні бути схожі на форми новітніх інженерних споруд, автомобілів і літаків [3, с. 123].

“Футура” та інші геометричні гротески наприкінці 20-х років і в 30-ті роки були наймоднішими шрифтами, і їх трактували як вираження сучасності та індустріальної культури. Кожна поважна словолитня в 30-ті роки створювала власну “футуроподібну” гарнітуру [3, с. 131].

Отже, в 20–30-ті роки ХХ століття в дизайні шрифтів на зміну плавним лініям сецесії прийшли жорсткі та чіткі форми Ар Деко. З одного боку, такі шрифти були універсальними і простими в накресленнях, з іншого – у них закладено строгу геометричність форм, декоративність. Таке поєднання чіткості та декоративності шрифтів стилю Ар Деко робило їх потужним і важливим елементом наповнення візуального середовища й самодостатнім засобом реклами. Водночас ці шрифти були нескладними для нанесення на різні типи поверхонь та матеріалів. Такі властивості популяризували використання шрифтів не лише в поліграфічній продукції, а й на фасадах чи вітринах магазинів. Прикладом є старі написи, які залишилися на фасадах львівських будинків ще з початку ХХ століття. За допомогою шрифтів на фасадах створювали типографічні композиції, які, з одного боку, були максимально інформативними для глядача, а з іншого – візуально привабливими та цікавими, вабили декоративністю і поєднанням шрифтів, різних за насиченістю, формою та характером накреслення.

“У володінні типографікою є два аспекти: насамперед вона виконує свою практичну мету, а після цього проявляє себе у сфері художньої форми. Обидва ці аспекти – утилітарний і художній – породження свого часу; часом наголошено на формі, інколи навпаки – на функції, і в особливо щасливі епохи функція і форма постають у гармонійній згоді” [9, с. 12]. Така думка Е. Рудера великою мірою пов’язана і з типографікою стилю Ар Деко, де однією з особливостей є єдність характеру форми та змісту. Шрифт завжди підкреслює інформаційний посыл і характер зображення в дизайні поліграфічної продукції [9, с. 12].

Характер ліній та форм шрифтів безпосередньо залежав від певних композиційних особливостей поліграфічної продукції. Відповідно до типу поліграфічної продукції були певні закономірності використання шрифтів. Приміром, у газетах не можна було використати усю кількість засобів, якими користувалися художники періоду Ар Деко, тож типографіка була нескладною у накресленнях. Рекламні оголошення в газетах обмежувалися простими рубаними

шрифтами, часто в поєднанні з рукописними. Але і тут поширеними були акцидентні шрифти, в яких букви були зміщені, накладались одна на одну чи оберталися під кутом (рис. 1–2).



Рис. 1. Тижденьник “Обрії” та двотижневик “Назустріч”.
(Джерело: <https://zbruc.eu/node/58305>)

У плакаті, обкладинці та упаковці, незважаючи на їхні інформативні цілі, поле для творчості графіків того періоду було набагато ширше. Дизайнери використовували найрізноманітніші шрифти та їхні поєднання. Зокрема, різні за насиченням, формою і накресленням гарнітури, часто декоровані хвиле- та зигзагоподібними лініями, характерними для стилю Ар Деко.

Таким чином можна простежити певні взаємозв'язки шрифтів із композицією в дизайні поліграфічної продукції. Важливою була єдність характеру форми – округлі форми у композиції підкреслює шрифт аналогічних форм, а динаміку в композиції – динамічний шрифт тощо. Рідше використовували контрастні поєднання – масивні шрифти з плавними лініями в композиції чи площинні геометричні композиції у поєднанні з багатодекорованими шрифтами. Така різноманітність підходів до використання шрифтів у дизайні поліграфічної продукції надавала графічній виразності стилю Ар Деко.

У дизайні упаковки стилю Ар Деко характерно було розмішувати шрифти по центру композиції, діагонально, а також блоками, вписаними у геометричні фігури (коло, квадрат, трикутник тощо).

Для шрифтів у дизайні упаковки характерною була оптична зміна розміру літер (опуклість, наростання чи спадання розмірів літер) (рис. 3).



Рис. 2. Журнал “Зиз”.
Фото Є. Гулюка
(Джерело: <http://photo-lviv.in.ua/yak-vysmiyuvaly-zhurnalistyku/>)



Рис. 3. Фрагмент рисунка. (Джерело: <https://ru.pinterest.com/pin/356980707954061649/>)

Розміщення текстових блоків відповідно до типу поліграфічної продукції, а саме – плаката, упаковки, обкладинки, умовно можна поділити на такі групи:

- у нижній частині формату (здебільшого плакат);
- вгорі композиції (здебільшого плакат та обкладинка);
- посередині (упаковка);
- діагональне розміщення (плакат, упаковка);
- розбивання тексту на блоки з розміщенням в різних частинах композиції (характерно для різних видів поліграфічної продукції).

Для типографіки Ар Деко була характерна чітка геометрична побудова шрифтів. Кількість елементів, що становлять форму кожної літери, намагалися мінімізувати. Проте часто цю строгу геометрію декорували різними штриховими, хвиле- та зигзагоподібними лініями, геометричними площинами (рис. 3–4). Також характерною особливістю типографіки цього періоду було розтягування літер у ширину чи у висоту (вертикальне або горизонтальне видовження, збільшення). Контрастне поєднання тонких ліній і широких однотонних площин надавало буквам вишуканості та декоративності. Графіки детально проробляли кожну лінію шрифтів для того, щоб підкреслити високотехнологічність і новизну товарів того періоду, зображених на плакаті чи упаковці. Такі характеристики типографіки зауважив Е. Рудер: “У типографіці набагато більше, ніж у прикладній графіці загалом, позначається вплив техніки, точність і порядок” [9, с. 14].

Текст у плакаті можна застосовувати як прямий заклик до дії, як лозунг, інформування чи уточнення змісту. В усіх випадках текст є частиною єдиного візуального посилання. Він пов’язаний із зображенням не лише стилістично та композиційно, а й створює з ним цілісний образ [2, с. 140].

Також для поліграфічної продукції стилю Ар Деко характерним було групування шрифтових композицій у блоки, де поєднані різні за насиченістю і жирністю шрифти, динамічне діагональне розміщення текстових блоків, але за такого розміщення вони зберігають цілісність та чітку побудову літер, на відміну від динаміки, яку підкреслювали футуристи. Часто шрифтові блоки ставали таким самим важливим елементом композиції, як і зображення. Що ж до виділення блоків тексту, то характерним було поєднання шрифтів з чистим тлом формату, і навпаки – прозорий шрифт на темному тлі.

Цікавим прикладом є львівський журнал “Нова хата”, роки видання якого (1925–1939) збігаються з роками розквіту стилю Ар Деко. Його типографіці притаманні авторські шрифти та єдність характеру форми. Наприклад, на обкладинці у виконанні Святослава Гординського (рис. 4) характер ліній шрифту водночас підкреслює плавні лінії та форми кераміки і вишивки й геометричність українських народних орнаментів у різьбі по дереву чи ткацтві.



Рис. 4. Обкладинка “Нової Хати” у виконанні Святослава Гординського та Миколи Бутовича (Джерело: <https://zbruc.eu/node/66799>)

На обкладинці у виконанні М. Бутовича в дизайні шрифту використано масивні геометричні площини чистого кольору, форма яких підкреслює геометричність центральної частини композиції – пишної квітки, а також вони служать контрастною плямою відносно її геометричних частин (рис. 4).

В іншій роботі Святослава Гординського (рис. 5) також простежується єдність шрифту та зображення – напис “aloe” підкреслює легкість і жіночність форм, а співвідношення світлого і темного в написі “пудер” перебивається з контрастним зображенням жінки і пакувань пудри.

Щоб зрозуміти значення типографіки, потрібно детально проаналізувати найкращі зразки поліграфічної продукції стилю Ар Деко, зокрема цікавим для дослідження є плакат. Наприклад, у плакаті Шарля Лупо для міжнародної виставки сучасних промислових і декоративних мистецтв 1925 року (рис. 6) графічна структура навмисно піднята й відділена від тексту. Насиченість шрифту по-своєму просвітлює і полегшує лінійне декорування, а насичені стовпи і клуби диму у формі квітки додають зображенню ритміки та динамічності.

Куди жорстокіший і лаконічніший, сповнений сили і динаміки образ, який створив А. Кассандр. Він лаконічно і, разом з тим, ефектно інтегрував у цьому плакаті текст – назву французького експреса (рис. 7).



Рис. 5. Реклама української пудри “Алое” у виконанні відомого художника Святослава Гординського (“Нова Хата”, 1934)
(Джерело: <http://photo-lviv.in.ua/sekrety-krasy-po-lvivsky-abo-yak-zvablyuvaly-ukrajinski-panyanky-majzhe-sto-rokiv-tomu/>)



Рис. 6. Плакат для міжнародної виставки сучасних промислових і декоративних мистецтв. Автор Ш. Лупо, 1925 р.
(Джерело: <https://www.pinterest.com/pin/322359285814969761/>)



Рис. 7. Плакат. А. Кассандр. 1928 р.
(Джерело: <https://www.pinterest.com/pin/425379127277463613/>)



Рис. 8. Плакат. Автор Отто Баумбергер. 1932 р.
(Джерело: <http://pictify.com/227404/otto-baumberger/>)

Плакат Отто Баумбергера (1932), половину якого займає шрифтовий блок з поступовою зміною розміру кеглю кожного рядка, показує, що текст, окрім того, що є інформативним, одночасно служить такою ж плямою, як і зображення автомобіля чи літака. В композиції плаката чергуються контрастні плями, і така типографіка додає йому певної ажурності, цим самим привертаючи до себе увагу (рис. 8).

Проаналізувавши плакати, можна зробити висновок, що типографіка цього періоду характеризується великим стильовим різноманіттям і свободою трактування шрифтів.

Багато підходів, які в 20–30-ті роки ХХ століття вважали зразками дизайнерського новаторства, нині стали якщо не типовими, то звичними дизайнерськими рішеннями. Ефектні зразки застосування і жирних, і ненасичених акцидентних шрифтових конструкцій багато в чому стали причиною того, що вже на початку 60-х років у всьому світі склалася велика практика застосування, як акциденції, ненасичених гротесків цілком традиційного накреслення. Тепер нікого не дивує той факт, що майже всі сучасні популярні гротескові гарнітури мають у своєму складі тонкі й навіть ультратонкі накреслення [11].

Проаналізувавши зразки поліграфічної продукції стилю Ар Деко, можна стверджувати, що вони були потужним засобом реклами того часу. Така продукція привертала увагу споживача завдяки активному використанню шрифтів різної форми і насичення. Загалом типографіка періоду Ар Деко характерна різноманіттям форм і накреслень та свободою їхнього трактування. Та навіть попри різноманіття шрифтових трансформацій, за рахунок використання художниками вдалим композиційним прийомів, текст завжди залишався легким та зручним для читання. Інформативна й естетична функції типографіки тісно взаємодіяли.

Таким чином, можна виділити три основні та найважливіші завдання типографіки в дизайні поліграфічної продукції стилю Ар Деко:

- чіткий і зрозумілий інформаційний посил;
- привернення уваги завдяки простим і зрозумілим формам, але різним їхнім конфігураціям;
- єдність текстового блоку та зображення.

У західноукраїнських зразках поліграфічної продукції використано здебільшого синтез орнаментальних мотивів та простих геометричних форм. Великий вплив на типографіку мала школа Г. Нарбута. Також характерною особливістю у дизайні книг і журналів, які оформили відомі митці того періоду, стало те, що в них була наявна авторська стилістика у вирішенні шрифтових форм.

Отже, здійснений аналіз історико-мистецтвознавчих джерел із окресленої проблематики дає змогу з'ясувати стан сучасних наукових знань про типографіку в дизайні поліграфічної продукції стилю Ар Деко. Це створює передумови формування сучасних дизайнерських рішень, за допомогою засобів і прийомів типографіки стилю Ар Деко, у створенні й тиражуванні поліграфічної продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Банцекова А. Книжково-журнальна графіка Львова в стилі ар-деко / А. Банцекова // Студії мистецтвознавчі. – К. : ІМФЕ НАН України, 2007. – № 3(19). – С. 25–34.
2. Грищенко В. В. Особливості дизайну в мистецтві плаката / В. В. Грищенко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Дизайн-освіта в Україні: сучасний стан, перспективи розвитку та євроінтеграція. – Харків, 2011. – № 6. – С. 138–141.
3. Ефимов В. Великие шрифты. Шесть из тридцати. Книга первая: Истоки / Владимир Ефимов. – М. : ПараТайп, 2006. – 184 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.paratype.ru/arts/Futura.pdf>
4. Іваненко Т. О. Біфункціональність акцидентного шрифту: реклама і мультимедіа / Т. О. Іваненко // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. – 2011. – № 3. – С. 36–38.
5. Іваненко Т. О. Художньо-образні особливості формоутворення акцидентного шрифту : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 05.01.03 “Технічна

- естетика” / Т. О. Іваненко. – Мін-во освіти і науки України Харківська державна академія дизайну і мистецтв. – Харків, 2006. – 20 с.
6. Ісмайлова М. С. Типографіка як інструмент рішення функціональних та естетичних аспектів у дизайні поліграфічної рекламної продукції раннього модернізму (1910–1935) / М. С. Ісмайлова // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Історія мистецтва. – Харків, 2015. – № 6. – С. 61–70.
 7. Криштопайтіс В. В. Класична типографіка друкованих видань в умовах цифрового набору: функціональні та естетичні аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.07 “Дизайн” / Криштопайтіс Валентина Володимирівна. – Мін-во освіти і науки, молоді та спорту України. ХДАДіМ. – Харків, 2011. – 20 с.
 8. Михайленко В. Є. Основи композиції (Геометричні аспекти художнього формотворення): навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В. Є. Михайленко, М. І. Яковлев – К. : Каравелла, 2004. – 304 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua-typography.livejournal.com/13603.html>
 9. Рудер Еміль. Типографіка / Е. Рудер. – М. : Книга, 1982. – 286 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://artclever.com/books/Типо_EmilRuder.pdf
 10. Сбітнева Н. Ф. Особливості розвитку радянської упаковки 1930-х років. Утилітарні та художні аспекти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 05.01.03 “Технічна естетика” / Н. Ф. Сбітнева. – Харківська державна академія дизайну і мистецтв. – Харків, 2003. – 20 с.
 11. Чуфаровский В. Была, осталась, видоизменилась... Заметки по старой и новой функционалистской акциденции. Часть 1. От 1910-х до 30-х включительно (продолжение) / Владимир Чуфаровский // КомпьюАрт. – Москва, 2008. [Електронний ресурс – Режим доступу до ресурсу: <https://compuart.ru/article/19396>.
 12. Шевченко В. Характеристика шрифту як способу поліграфічного відтворення тексту: електронні дидактичні демонстраційні матеріали з дисципліни “Художньо-технічне оформлення” для студентів напряму підготовки 6.030303 “Видавнича справа та редагування”. – К. : Інститут журналістики, 2014. – 235 слайдів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=7347>.
 13. Яремчук О. Шрифтовий плакат у системі поліграфічного дизайну / О. Яремчук // Українська академія мистецтва. – 2013. – Вип. 20. – С. 114–122. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uam_2013_20_17.

REFERENCES

1. Bantsekova, A. (2007), The book-magazine graphic of Lviv in Art Deco style, *Studii mystetstvoznachchi* [Art studies studios], no. 3(19), Kyiv, M. T. Rylsky Institute of Art Studies, Folklore and Ethnology NAS of Ukraine, pp. 25–34. (in Ukrainian).
2. Hryshchenko, V. (2011), Features of design in poster art, *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv. Dyzaïn-osvita v Ukraini: suchasnyi stan, perspektyvy rozvytku ta yevrointehratsiia* [Scientific Journal of the Kharkov State Academy of Design and Fine Arts. Design-education in Ukraine: the current state, prospects of development and European integration] no. 6, Kharkiv, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, pp. 138–141. (in Ukrainian).
3. Efimov, V. (2006), *Velikie shrifty. Shest iz tridsati. Kniga pervaya: Istoki* [Great fonts. Six out of thirty. Book One: Origins], Moscow, ParaTayp. (in Russian), available at: <https://www.paratype.ru/arts/Futura.pdf> (access January 28, 2018).
4. Ivanenko, T. O. (2011), Bifunctionality of the incident font: advertising and multimedia, *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv. Mystetstvoznachstvo. Arkhitektura* [Scientific Journal of the Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts. Art studies. Architecture.] no. 3, Kharkiv, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, pp. 36–38. (in Ukrainian).
5. Ivanenko, T. O. (2006), “Artistic-figurative features of the formation of an incidental font”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Technical aesthetics), 05.01.03, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, Kharkiv, 20 p. (in Ukrainian).

6. Ismailova, M. S. (2015), Typography as an instrument for solving functional and aesthetic aspects in the design of printed advertising products of early modernism (1910–1935), *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv. Mystetstvoznavstvo. Istoriiia mystetstva* [Scientific Journal of the Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts. Art studies. History of art.] no. 6, Kharkiv, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, pp. 61–70. (in Ukrainian).
7. Kryshchapaitis, V. V. (2011), “Classical typography of printed publications in the digital set: functional and aesthetic aspects”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Design), 17.00.07, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, Kharkiv, 20 p. (in Ukrainian).
8. Mykhailenko, V. Y., (2004), *Osnovy kompozytsii (Heometrychni aspekty khudozhnoho formotvorennia)* [Composition basics (Geometric aspects of artistic shaping)], Kyiv, Karavella. (in Ukrainian), available at: <http://ua-typography.livejournal.com/13603.html> (access March 21, 2018).
9. Ruder, Emil (1982), *Typohrafiyka* [Typography], Moscow, Kniga. (in Russian), available at: https://artclever.com/books/Typo_EmilRuder.pdf (access March 2, 2018).
10. Sbitnieva, N. F. (2003), “Features of the Soviet packaging development of the 1930’s. Utilitarian and artistic aspects”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Technical aesthetics), 05.01.03, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, Kharkiv, 20 p. (in Ukrainian).
11. Chufarovskiy, V. (2008), *Byla, ostalas, vidoizmenilas... Zametki po staroy i novoy funktsionalistskoy aktsidentsii Chast 1. Ot 1910-kh do 30-kh vklyuchitelno (prodolzheniye)* [Was, has remained, has changed ... Notes on the old and new functionalist accidents Part 1. From 1910 to 30 inclusive (continued)], KompyuArt. (in Russian), available at: <https://compuart.ru/article/19396> (access January 17, 2018).
12. Shevchenko, V., (2014), *Kharakterystyka shryftu yak sposobu polihrafichnoho vidtvorennia tekstu: elektronni dydaktychni demonstratsiini materialy z dystsypliny “Khudozhno-tekhnichne oformlennia” dlia studentiv napriamu pidhotovky 6.030303 “Vydavnycha sprava ta redahuvannia”* [Characteristic of the font as a method of polygraphic reproduction of the text: electronic didactic demonstration materials on discipline “Artistic and technical design” for students of the direction of preparation 6.030303 “Publishing and editing”], Kyiv, Institute of Journalism. (in Ukrainian), available at: <http://smd.univ.kiev.ua/?p=7347> (access February 14, 2018).
13. Yaremchuk, O. (2013), Font poster in the system of polygraphic design, *Ukrainska akademiia mystetstva* [Ukrainian Academy of Arts], vol. 20, pp. 114–122. (in Ukrainian). available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uam_2013_20_17 (access March 02, 2018).

УДК 378.6.096:7 (477.25)

Олег Грищенко

КНИГА ХУДОЖНИКА В ПЕРСОНАЛЬНИХ ПРОЕКТАХ УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

У статті досліджено досвід використання книги художника як базового медіа в персональних проектах українських художників у ХХІ ст. Розглянуто художні можливості та місце таких проектів у сучасному мистецькому житті. Проаналізовано їх впровадження як послідовну та регулярну практику в культурних інституціях України. Висвітлено зв'язок між концепціями та експозиційним вирішенням виставок. Охарактеризовано завдання, які ставлять автори і куратори виставок книги художника для актуалізації даного виду мистецтва в Україні.

Ключові слова: книга художника, персональна виставка, арт-об'єкт, експозиція, концепція, сучасне мистецтво.