

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-301-2-94>

Ковач Тарас, старший викладач кафедри графічних мистецтв НАОМА

Графіка як спосіб соціальної комунікації молодіжних спільнот у міському просторі

Ключові слова: самвидав, графіка, субкультура, шовкодрук, графіті.

Taras Kovach, Senior Lecturer of the Graphic Department, NAFAA

Graphics as a means of social communication of youth communities in urban space

Abstract: The report deals with the role of graphic language and its use by representatives of urbanized youth groups. The author researches the main trends in development and transformation of graphics as a means of communication in contemporary culture of urban communities. The main emphasis is placed on revealing the current vectors of the development of contemporary print, its influence on the formation of the language of protest, self-expression and identification of youth cultures in the city environment. The author explores the current artistic trends in city space, their features and the most popular printing techniques as a component of urban culture.

Key words: self-published, graphics, subculture, screen printing, graffiti.

1. Культура DIY («зроби це сам») виникла у 1950-х роках, була пов'язана з самостійною роботою по ремонту побутових речей та техніки. З 1980-х років рух DIY став девізом молодіжних субкультур, зокрема панк-руху. Це стосується музики, «самвидавів» (фензінів), організації фестивалів, виставок, створення одягу, культури татуажу та принтів. У кінці 70-х років почала формуватися «самвидав»-культура, виходили перші неформальні журнали про низову культуру, які часто були рукописними і оформлялися друкованою графікою. Вручну виготовлялися плакати для вуличних пікетів та страйків, а для їх тиражування переважно застосовували шовкодрук.

Ручна друкована графіка стала невід'ємним атрибутом низової культури DIY та художньою мовою протестної контркультури. DIY повернула друкованій графіці її первинне соціальне значення – поширення інформації та художнього висловлювання шляхом тиражування.

2. Шовкодрук – техніка ручного друку, яка набула популярності у 60-х роках ХХ ст., дозволяє робити відносно великі тиражі, створювати масштабні за розміром зображення, експериментувати з кольором та фактурою фарби на відбитку. Ці якості даної техніки зробили її однією з найпопулярніших серед методів створення авторських принтів у DIY культурі.

Зважаючи, що верстати для ситодруку є досить компактними, шовкодрук часто застосовують у мобільних, пересувних графічних майстернях. У країнах Європи та США існує ціла культура графічних міністудій, які розміщуються у бусах, а художники подорожують, працюючи на фестивалях, музичних та художніх івентах.

3. З кінця 60-х – у 70-х рр. XX ст. мистецтво набуває форм, які неможливо було реалізувати у просторі «білого куба». Художники переосмислювали поняття галереї та комерціалізації мистецтва, боролися з капіталістичними тенденціями у арт індустрії. У той період у Нью-Йорку виник стріт-арт, невід'ємною складовою якого була культура графіті. Зазвичай до цього руху долучалися непрофесійні художники, активісти, які мовою тегів комунікували один з одним, висловлювали свою політичну та соціальну позицію. Стріт-арт є контркультурою, критикує капіталістичний устрій та не вступає у комерційні стосунки з артінституціями. Культура вуличного мистецтва включає в себе: світлодіодне мистецтво, фотошпалери, трафарет-арт, стікер-арт.

4. Трафарети – це окремий стиль графіті, при створенні якого використовуються вирізані з картону чи пластику трафарети, за допомогою яких аерозольна фарба наноситься на площину. Цей метод нанесення фарби схожий на трафаретний друк у естампі та шовкодрук, коли фарба при друці лягає у чітко визначені зони принту (естампу).

5. Постери та наліпки (стікери) широко застосовуються для поширення інформації у міському середовищі, громадському транспорті та публічних місцях. Часто для створення постерів застосовуються техніки ручного друку, такі як шовкодрук, лінорит. Виконане вручну зображення відцифровують та тиражують з використанням копіювальної техніки. Постери та наліпки є потужним методом висловлювання соціальної позиції, критики та заклику.

6. Однією з форм соціальної комунікації серед представників молодіжних рухів є татування. Це свого роду графічне висловлювання на тілі людини, яким вона виражає свою громадянську позицію, приналежність до певного соціального руху чи субкультури, або просто є актом самовираження, носить суто декоративний чи символічний характер. Художня мова татування є близькою до графіки, зображення часто є лаконічними, а художніми засобами є крапка, лінія, пляма.

