

Список використаних джерел :

1. Ahponen Pirkkoliisa & Kangas Anita (2004). Construction of Cultural Policy. Jyväskylä : SoPhi 94, Minerva.
2. Anderson, Benedict (1983). Imagined Communities : Relections on the Origins and Spread of Nationalism. London : Verso.
3. Gray Clive (2008). «Analysing Cultural Policy : Incurrigibly Plural or Ontologically Incompatible?». Paper presented at the ICCPR 2008, Istanbul, 20–24 August, 2008. URL : <http://iccpr2008.yeditepe.edu.tr/papers.html>.
4. Hall Stuart (1995). «New cultures for the old». A Place in the World. Places, Cultures and Globalization. London : Milton Keynes, by Open University, pp. 175–213.
5. Häyrynen, Simo (2006). Suomalaisen yhteiskunnan kulttuuripolitiikka. Jyväskylä : SoPhi, pp.135 – 145.
6. Hobsbawm Eric (1983). Invention of Tradition. Cambridge : Cambridge University Press.
7. McGuigan Jim (2003). «Cultural Policy Studies». Critical Cultural Policy Studies. A Reader. Malden : Blackwell, pp. 23–42.
8. Palonen Kari (2003). «Four Times of Politics : Policy, Polity, Politicking, and Politicization». In Alternatives. Vol. 28, pp. 171–186.
9. Pirnes Esa (2008). Merkityksellinen kulttuuri ja kulttuuripolitiikka. Laaja kulttuurin käsite kulttuuripolitiikan perusteluna. Jyväskylä Studies in Education, Psychology and Social Research, no. 327. Jyväskylä : University of Jyväskylä.
10. Williams Raymond (1988). A Vocabulary of Culture and Society. Glasgow : Fontana.

Орлова Наталія

*кандидатка педагогічних наук,
старший викладач кафедри основ виробництва та дизайну
Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка
(м. Полтава)*

ШРИФТОВА ТА ГРАФІЧНА СКЛАДОВІ ОБКЛАДИНОК МОДНИХ ВИДАНЬ КІНЦЯ ХІХ – ХХ СТОЛІТЬ

Журнали мод, як своєрідні канали комунікації, мають власну історію розвитку, що сягає корінням ще в ХVІ ст. Крім реклами одягу вони поширювали загальні знання науки, мистецтва та літератури, а головне – те, що видавалися вони насамперед для читання. Ця особливість пояснює принципи оформлення журналів, рішення обкладинок та титульних листів. У періодичних виданнях роль обкладинки виконував титульний аркуш, який друкувався на більш щільному папері та виконував «захисну» функцію. У процесі диференціації журналів, обкладинки почали виконувати дедалі помітнішу роль у формуванні загальної графічної стилістики оформлення видань.

Пошук нових рішень в оформленні титульного листа почався з поширенням літографічного друку, який замінив гравюри. У XVIII ст. сформувалася тенденція, що визначає поєднання шрифтової композиції та образотворчих елементів. Стриманий дизайн обкладинок того часу пов'язаний із традиційністю структури видань. Журнали видавалися ще досить малими тиражами, принцип їхнього художнього оформлення залишався ідентичним: перевага тексту над зображеннями, ілюстрації в журналі, а не на обкладинці. Насичення обкладинок журналів мод образотворчими елементами відбулося лише у XIX ст., коли зміст самих видань став буквально відповідати їх специфіці. Це означає, що літературно-мистецькі альманахи, які включали розділи про модні нововведення, у першій чверті XIX ст. переформатувалися в журнали, що пропонують читачам крім художньо оформлених зображень, малюнки крою одягу, опис модних аксесуарів та доповнень, пропозиції щодо їх використання [1]. Таким чином, журнали мод стають спеціалізованими періодичними виданнями, орієнтованими на певну читацьку аудиторію, а ілюстрації в них вже можна класифікувати як технічні (крій та його фрагменти) та художні (образи модного костюма та ситуативні практики його використання).

Тенденція поєднання композиції обкладинок з шрифтових і образотворчих елементів стає нормою і переживає на початку XX ст. серію експериментів. На прикладі журналу «Vogue», видно, що редактори разом із художниками активно підшукували шрифти, які своєю унікальністю відповідали б образу журналу, відображеному в назві, та його наповненні. Все це визначало необхідність дотримання вимог до роботи над шрифтом. Так однією з найважливіших переваг хорошого шрифту була – читабельність. Не лише загальна оцінка придатності його форми, а й показник краси. На зручність читання впливають такі фактори:

- форма шрифтових знаків (малюнок або тип шрифту, розмір, пропорційність відношення ширини знака до його висоти, ритм форми, насиченість кольору);

- шрифтова композиція (довжина рядка (напису) або ширина шрифтового поля (колонки), пробіл навколо рядка або шрифтового поля, інтервал між рядками, шрифтовими полями, форма рядків, шрифтового поля, ритм рядка та композиція тексту, колірне рішення);

- чіткість шрифту (відношення кольору (тону) шрифту до кольору (тону) тла – носія знаків, фактура якості виконання) [2].

Необхідність дотримання вимоги читабельності викликана психофізіологічними особливостями людини, що виявляються в процесі читання та осмислення текстів.

Активний розвиток капіталізму та зародження нових стилів та течій у мистецтві XIX ст. принесло нові типи шрифтів. Жорстка конкуренція витісняла

шрифти попереднього стилю та змушувала шукати все нові й нові форми, наповнюючи ринок шрифтами стилю модерн. Специфічне мистецтво оформлення модних журналів, що поєднало у собі графічну майстерність із технічними можливостями друку, переживало у зазначений період свій розквіт. Популярною тим часом стає група шрифтів «нова антиква». Найбільш відомими друкарськими шрифтами групи «нова антиква» є шрифти, створені італійцем Джовамбаттістою Бодоні, французом Фірменом Дідо та німцем Юстусом Вальбаумом. У XIX ст. в рекламних цілях створюються нові види шрифтів: єгипетський, пекларендон, гротеск, антиква-гротеск, стрічкова антиква, антиква пером та інші, батьківщиною яких є Англія [1].

У цей час актуальним серед шанувальників моди став журнал «Vogue». До оформлення обкладинок графічними образами із сюжетними композиціями у найкращих традиціях модерну були запрошені художники-графіки, серед яких: Джордж Барб'є (George Barbier), Жорж Лепап (Georges Lepape), Лев Бакст, Роман Тиртов (Erte), Поль Іріб (Paul Iribe) [4].

З першого випуску стало зрозуміло, що це не просто черговий журнал про жіночу моду, а респектабельне видання про модний Нью-Йорк. Незважаючи на стриманість, «Vogue» був першокласним журналом, солідність виділяла його на тлі таких сенсаційних видань світського суспільства, як «Town Topics». Розглядаючи та вивчаючи обкладинки журналів «Vogue» різних періодів, можна простежити, як з часом змінювалися шрифти, і що нового привносилося дизайнерами та ілюстраторами у створення журнальної обкладинки.

З 1892 р. і по 1905 р. ілюстровані обкладинки видання виконували переважно у чорно-білому варіанті. Найбільш застосованим і поширеним варіантом того часу було використання комбінованого логотипу, що складається зі шрифтового блоку, наповненого образотворчими елементами (рис. 1).

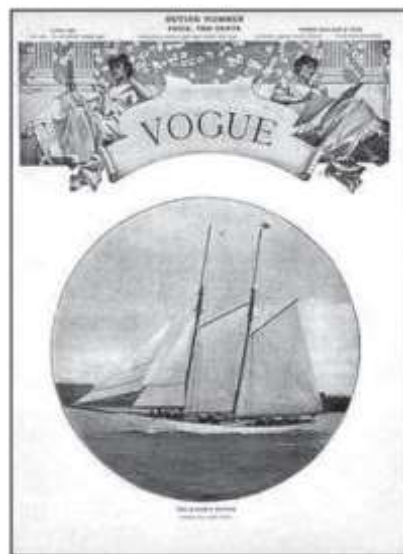


Рис. 1. Обкладинка «Vogue» у 1902 р.

Складний логотип складався із шрифтової частини, назви журналу, виконаного шрифтом нова антиква. Напис мав невеликий вигин відповідно за формою картуша. Картуш же симетрично завершувався з двох сторін рольверками, від яких ліворуч і праворуч на тлі колон в оточенні квітів розташовувалися зображення двох дівчат, одна з яких заглядала у дзеркало, інша розглядала журнал. Логотип чудово демонстрував концепцію та спрямованість журналу «Vogue». Під логотипом розташовувалися ілюстрації, індивідуальні для кожного номера видання, це були фотографії та мальовані зображення. З 1905 року «Vogue» почали випускати з кольоровими обкладинками, а початковий комбінований варіант логотипу спрощується, залишається лише шрифтова частина, розміщена на різних варіаціях картушу з рольверками. У період із 1909-1912 року змінюється і саме написання шрифту. Застосовується каліграфічний шрифт із м'яким нахилом. У наступні роки над оформленням обкладинки журналу працюють талановиті художники-ілюстратори такі як Вілл Фостер (Will Foster), Девід Пірсон (David Peirson), Джордж Вольф Планк (George Wolfe Plank), Хелен Драйден (Helen Dryden), Тілтон Ньюелл (Tilton Newell), Елліс ді Уоррен Літтл (Alece de Warrene Little), які створили ілюстрації у своїй неповторній манері [4]. У цей час редактори і митці дедалі більше уваги приділяють зображенню, а шрифтова частина (назва журналу) стає менш помітною і, як правило, йде на другий план.

З 1912 року шрифтовий логотип, будучи відокремленим від зображення, розміщується найчастіше у верхній частині обкладинки. З середини 20-х років форма, розмір, колір та компонування шрифту змінюються з кожним новим випуском. Багато ілюстраторів створюють авторський, мальований шрифт. Такі акцидентні шрифти дозволяють створювати своєрідну цілісність та єдність композиції в оформленні журналів, використовуючи всі задуми автора. Різноманітність течій у мистецтві та дизайні призводить до зміни логотипу з кожним новим випуском.

З 20-х по 50-ті роки ХХ століття, ілюстратори постійно експериментують зі шрифтами та розташуванням назви журналу на титульному аркуші (рис. 2).

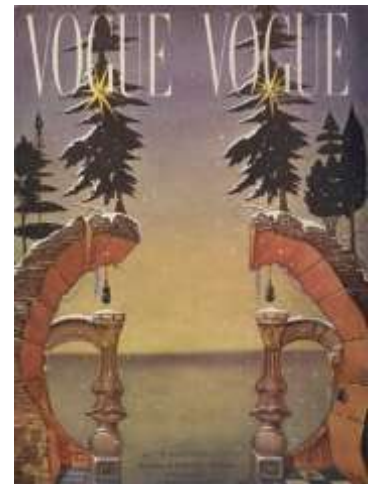
Використовуються всі відомі шрифти, їх підтипи та модифікації. Розвиваються та вдосконалюються питання теорії шрифту, нагальним завданням стає підвищення ефективності художньо-графічної сторони виконання шрифтових композицій. Особливу роль, грає вміння, пов'язувати до купи компоненти різноманітного змісту з одночасним виділенням головного.



Рис. 2 Обкладинка
«Vogue» у 1914 р.



Обкладинка
Vogue» у 1939 р.

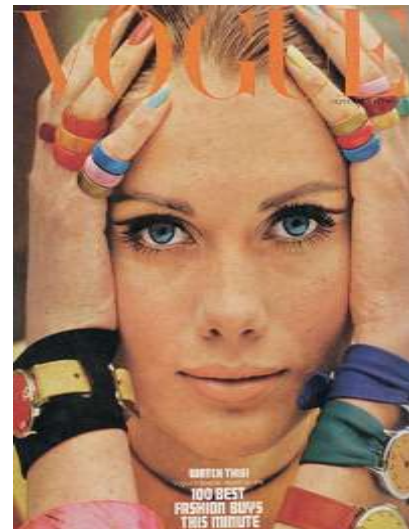


Обкладинка
«Vogue» у 1946 р.

Все це спонукало редакторів до створення єдиного логотипу журналу «Vogue». У 50-х роках ХХ ст. починається поступова стандартизація логотипу «Vogue». І вже з 60-х років усі номери друкуються єдиним шрифтом. В основі шрифтового логотипу береться шрифт класичної антикви (рис. 3).



Рис. 3 Обкладинка
«Vogue» у 1968 р.



Обкладинка
«Vogue» у 1983 р.

Сучасні шрифти будуються на найкращих зразках історичних гарнітур із урахуванням сьогоденних естетичних вимог. Шрифти антиквенної групи монументальні, урочисті, відрізняються граничною ясністю, чистотою та диференційованістю форм. Тому їх слід застосовувати у особливо важливих роботах. У літер із класичними пропорціями ритм відносно спокійний завдяки стійкості та рівновазі всіх елементів [3]. Всі ці характеристики лягли в основу розробки гарнітури шрифту назви «Vogue». Вдало розроблений шрифтовий логотип залишається незмінним протягом досить тривалого часу і служить

хорошим стимулом сприйняття, тому що принцип сталості логотипу відповідає навичкам та очікуванням глядача.

Ми простежили те, як еволюціонувала обкладинка журналу, як змінювався стиль та характер її оформлення. Журнал «Vogue» не лише відображає останні модні тенденції, але й створює їх, диктує стиль та формує образи мільйонів жінок у всьому світі. Завдяки зусиллям та таланту багатьох редакторів, дизайнерів, фотографів та журналістів, журнал зміг вижити в період Великої Депресії у США та Другій світовій війні, і в наш час «Vogue» є одним із найвпливовіших видань у світі моди.

Список використаних джерел :

1. Кібалова Л., Гербенова О., Ламарова М. Ілюстрована енциклопедія моди. Прага : Артїя, 1988. 608 с., іл.
2. Лесняк В. Відтворення шрифтової спадщини : 40 оригінальних шрифтів. ArtHuss, 2020. 160 с., іл.
3. Оздоблення друкованої продукції : технологія, устаткування, матеріали : Навч. посіб. Київ : Університет «Україна», УАД, 2003. 180 с.
4. Blackman, Cally. 100 years of Fashion Illustration. Laurence King Publishing, 2006. 385 p.
5. VOGUE Історія обкладинок легендарного журналу, енциклопедія моди URL : <https://jak.koshachek.com/articles/vogue-istorija-obkladinok-legendarnogo-zhurnalu.html> (дата звернення: 12.10.2022).

Передера Анна

*магістрантка Полтавського національного педагогічного
університету імені В. Г. Короленка
(науковий керівник – доцент О. Лук'яненко)
(м. Полтава)*

ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ РОЗВАЖАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ДЛЯ ДІТЕЙ У ПОЛТАВІ 1991-2022 РОКІВ

Проблематика дитячого розважального або ігрового середовища нині потребує особливої уваги, адже дитяче дозвілля стає дедалі ширшою сферою, де відбувається самореалізація творчого та духовного потенціалу дітей, молоді та суспільства загалом, а проблема визначення та обґрунтування організації дозвільної діяльності є актуальною.

Дозвілля – діяльність у вільний час поза сферою суспільної та побутової праці, завдяки якій індивід відновлює свою здатність до праці та розвиває в собі в основному ті вміння та здібності, які неможливо удосконалити у сфері повсякденної діяльності. Найвищий сенс справжнього дозвілля полягає в тому, щоб наблизити бажане і відокремити чи скасувати порожнє, непотрібне.