

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.

Основні особливості культурного дозвілля дітей – високий рівень культурно-технічної оснащеності, використання сучасних технологій дозвілля та форм, методів естетично насиченого простору та високий художній рівень процесу дозвілля.

Сучасний аналіз формування мережі дитячих розважальних закладів на Полтавщині доби незалежності визначається статусною особливістю нинішньої культурно-соціальної проблематики дитячих розважальних закладів. Друга складова актуальності пов'язана з необхідністю розв'язати наукову проблему дослідження формування мережі дитячих розважальних закладів на Полтавщині доби незалежності, що має загальнотеоретичне та практичне значення.

Активний розвиток мережі розважальних закладів для дітей у Полтаві відбувався не так давно. Від моменту незалежності країни сфера розваг і відпочинку для дітей зазнала фінансових проблем і стагнації. Лише згодом, у 2000-х роках, сталася переоцінка розважальної складової для дітей, насамперед – у торговельно-розважальних центрах.

В останніх почали з'являтися багатозальні кінотеатри, перші великі за площею розважальні зони. Найактивніший етап розвитку індустрії розваг розпочався кілька років тому. Практично у всіх нових торгових об'єктах обов'язково була передбачена зона розваг. Заборона гральних закладів, звичайно, зіграла свою роль і вилилася в переорієнтацію інтересів інвесторів на дитячі осередки розваг і дозвілля.

Окрім приватних розважальних закладів у Полтаві діють і комунальні. Їх специфіка дещо різниться від перших, насамперед в основі діяльності – акцент проводиться на культурі, вихованні й творчому розвитку дітей та підлітків.

ТРЦ – це цілі міні-міста, яким населення дедалі частіше присвячує свій вільний час. Торгові гіганти пропонують занурення у світ розваг як найбільш оптимальний варіант організації дозвілля та орієнтовані на максимальне задоволення потреб як окремої особистості, так і компаній і груп. Завдяки ТРЦ в останні роками відбулася переорієнтація способів проведення дозвілля у бік розваг, оскільки ТРЦ стали доступнішими територіально, різноманітніші у видах відпочинку та дозвілля й дозволяють поєднати їх під одним дахом.

Сучасна мережа розважальних закладів для дітей у Полтаві доволі різноманітна : це – і комунальні заклади, й приватні. У кожного з них своя тематична або профільна специфіка, проте в осередку їх діяльності – діти та їх дозвілля.

Найактивніший етап розвитку індустрії розваг розпочався кілька років тому. Практично у всіх нових торгових об'єктах обов'язково була передбачена зона розваг. Сучасний етап розвитку розважальних закладів характеризується

зростанням їх кількості із залученням новітніх технологій, які урізноманітнюють розваги й дозвілля.

Центр культури та дозвілля Полтавської міської територіальної громади – своєрідний місцевий центр культури, дозвілля, народної творчості тощо. Центр забезпечує створення необхідних умов для нерегламентованого дозвіллевого спілкування, відпочинку і розваг, можливості самореалізації; регулює всі процеси культурно-просвітницької діяльності клубних закладів-філій. Водночас ДРС у ЦКД розрахований і на дітей з особливими потребами та обмеженими фізичними можливостями.

Міський парк культури та відпочинку «Перемога» має столітню історію. Він є найстарішим і найбільшим парком обласного центру. На території парку знаходиться Співоче поле ім. Марусі Чурай, кілька фотозон, де малечу радо фотографують батьки, а також водограї, дитячі атракціони й майданчики. Парк є також об'єктом бізнесу, отже, він може бути дохідним, що забезпечується привабливістю створюваної емоційної обстановки, і навіть використанням нових технічних досягнень, пильною увагою до споживчого попиту підростаючого покоління та оновлення послуг для відвідувачів.

Сучасні розважальні заклади для дітей у Полтаві (сімейний розважальний центр «Crazy Land», розважальний центр «Factoria», «Smile Park» у ТРЦ «Екватор» та інші) мають свої тематичні напрямки і спеціалізації. Попередні центри, розглянуті в дослідженні, є традиційними у порівнянні з ними. Розважальні центри, різноманітні парки, роллердром, ковзанка – і це неповний перелік дитячих розважальних закладів у Полтаві.

В останні роки вони стали дуже популярні. Їх розміщення у ТРЦ не випадкове, адже останні пропонують занурення у світ розваг як найбільш оптимальний варіант організації дозвілля та орієнтовані на максимальне задоволення потреб як однієї дитини, так і компаній та груп.

Список використаних джерел :

1. Бармашина Л. М., Замрій К. С. Провідні тенденції формування дитячого навчально-розважального простору. *Теорія та практика дизайну*. 2020. Вип. 20. С. 7–17.
2. Британський дитячий табір. URL : <https://celyn-abc-camp.com/ua>.
3. Дитячий оздоровчий центр «Орлятко». Департамент освіти і науки Полтавської обласної військової адміністрації. URL : <http://www.poltav-oblosvita.gov.ua/gotuemosya-do-litnogo-vidpochinku/2758-litonapoltavshchini-dityachij-ozdorovchij-tsentr-orlyatko.html>.
4. Ерудит. Маяк. Інформаційний портал. URL : <http://mayak.poltava.ua>.
5. Обласний дитячо-юнацький оздоровчий табір «Еколог». Департамент освіти і науки Полтавської обласної військової адміністрації. URL : <http://poltav->

oblosvita.gov.ua/gotuemosya-do-litnogo-vidpochinku/2429-litonapoltavshchini-oblasnij-dityacho-yunatskij-ozdorovchij-tabir-ekolog.html.

6. Полтавський міський парк культури та відпочинку «Перемога». Департамент освіти і науки Полтавської обласної військової адміністрації. URL : <https://kultura-poltava.gov.ua/zakladi/park-peremoga>.

Перехрест Софія

*студентка Харківського національного
університету імені В. Н. Каразіна
(науковий керівник – доцентка М. Белявська)
(м. Харків)*

СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО ГЛАМУРУ

Мода як масовий соціокультурний феномен, є відтворенням соціальної реальності й відіграє важливу економічну, культурну, соціальну й навіть політичну роль. Вказує на перехід від традиційного суспільства до модернізованого, впливає на розвиток індустрії масового виробництва й масового споживання, культуру масових видовищ і розваг, формування мобільної соціальної структури і спеціальної лексики. Але в ХХ–ХХІ ст. мода не тільки диктує нові ідеї, а й звертається до стилізації старих, такою є і гламур [3].

Поняття «гламур» постійно використовується у зв'язку з модою, шоу-бізнесом та індустрією розваг, красою та індустрією краси, а також соціальними групами, які взаємодіють з ними [2, с. 61]. Можна виділити наступні складові елементи того, що сьогодні ми розуміємо під гламуром : принадна сила моди; бездоганна, майже нереальна краса; фізична і сексуальна привабливість; таємниче походження; натяк на екзотику; навмисна ефектність. Інакше кажучи, гламур – це якість, що спирається на реальність, але більшою мірою – створена штучно, існує в особливій сфері, яку можна назвати дійсністю другого порядку, що породжується й підтримується засобами масової інформації [2, с. 63].

У ХХІ ст. фотографія є одним з основних засобів поширення гламуру в світі моди і споживання, це і журнали мод, і реклама, і художня фотографія. За часом дане явище збіглося з поширенням ідеології споживання. Універсальні магазини, косметична промисловість та реклама не тільки скористалися інноваціями в мистецтві, але й надали додатковий імпульс поширенню гламуру. Яскраві кольори, чуттєва атмосфера, екзотичне оздоблення і театралізована екстравагантна реклама – усі ці прийоми були покликані перенести покупців у фантастичну країну, де товари символізували цінності, що були одночасно і уявними, і утилітарними. Все це робилося в прагненні забезпечити продаж предметів розкоші і, що набагато важливіше, – з метою наповнити звичайнісінькі товари асоціаціями з розкішшю й багатством, зробивши їх