

ДИЗАЙН

УДК766:655

DOI 10.32461/2226-0285.2.2022.270553

Цитування:

Храмова-Баранова О. Л. Становлення і розвиток дизайну дитячих періодичних видань в Україні. *Культура і сучасність* : альманах. 2022. № 2. С. 86–91.

Khramova-Baranova O. (2022). Formation and Development of Children's Periodical Design in Ukraine. *Kultura i suchasnist: almanakh*, 2, 86–91 [in Ukrainian].

Храмова-Баранова Олена Леонідівна,
доктор історичних наук, професор,
професор кафедри дизайну
Черкаського державного
технологічного університету
<https://orcid.org/0000-0002-3811-7701>
khramova74@ukr.net

**СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК ДИЗАЙНУ
ДИТЯЧИХ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ В УКРАЇНІ**

Мета роботи – виконати мистецтвознавчий аналіз, щоб показати процес становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні, а також означити перспективи цього процесу. **Методологія дослідження** полягає в застосуванні конкретно-історичного методу для аналізу впливу розвитку дизайну на популяризацію дитячих періодичних видань в Україні, а також використанні методу порівняльного аналізу й історико-культурного підходу, що сприятиме виявленню основних тенденцій розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні у світовому контексті. **Наукова новизна** полягає в спробі осмислити й виявити основні тенденції дизайну дитячих періодичних видань в Україні, які можуть вплинути на конкурентоспроможність цих видань в Україні та світі. Ці тенденції зумовлені історичними, соціальними й культурними процесами. **Висновки.** У статті показано основні характеристики концепції створення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань в Україні й окреслено його значення для популяризації видань. Здійснено аналіз літературних джерел, у яких підтверджено необхідність розробити новий дизайн естетичних і функціональних дитячих видань та формувати завдяки цьому світогляд дитини. Аналіз процесу становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань дав змогу засвідчити взаємозалежність культурної спадщини й досягнень початку ХХ ст., що впливає на якість та популяризацію видань.

Ключові слова: дизайн, графічний дизайн, дитяче періодичне видання, журнал, ілюстрація, шрифт.

Khramova-Baranova Olena, Doctor of Sciences, Professor, Department of Design, Cherkasy State Technological University

Formation and Development of Children's Periodical Design in Ukraine

The purpose of the paper. The article aims to perform art analysis in order to show the process of formation and development of design of children's periodicals in Ukraine, as well as to determine the prospects of this process. **The research methodology** is in the application of a specific historical method to analyse the impact of design development on the promotion of children's periodicals in Ukraine, as well as to use the comparative analysis method and a historical and cultural approach, which help to identify the main trends in the development of children's periodicals in Ukraine. **Scientific novelty** is an attempt to understand and identify the main trends of children's periodicals in Ukraine, which can influence the competitiveness of these publications in Ukraine and in the world. These trends are conditioned by historical, social, and cultural processes. **Conclusions.** The article shows the main characteristics of the concept of creation and development of children's periodicals in Ukraine and their importance for promoting publications. Literature sources are analysed, which confirms the need to develop new trends in the design of aesthetic and functional children's publications and the formation of the child's worldview due to this. The analysis of the essence of formation and development of children's periodical design indicates the interdependence of cultural heritage and achievements of the early twentieth century, which affects the popularization and quality of publications.

Key words: design, graphic design, children's periodical, magazine, illustration, font.

Актуальність теми дослідження. Сучасні дитячі періодичні видання є однією з галузей літератури для дітей. Сьогодні в Україні

zareєстровано приблизно 50 дитячих періодичних видань. Актуальність дослідження обґрунтована необхідністю відповідності дитячих

періодичних видань пізнавальним і педагогічним ідеям на основі знайомства дітей з творами українських та зарубіжних письменників, новими досягненнями людства, морально-етичними нормами, національними цінностями, які доносяться до споживача завдяки вдалому дизайну і тим самим сприяють розширенню світогляду і формуванню національної свідомості дитини. Для створення якісного видавничого продукту для дітей дизайнер повинен враховувати психологічні засади сприйняття тексту та ілюстрацій для дітей, а також відчувати й розуміти потреби та прагнення дитини. Важливість дослідження зумовлена тим, що дизайн дитячих журналів є маловивченою темою, хоча дитячі видання мають велике значення в контексті сучасного медіапростору та медіаринку дитячої періодики, коли тільки якісно оформлені видання можуть залишатися конкурентоспроможними. Науково-практична значущість роботи полягає в можливості застосування її результатів фахівцями, які здійснюють дизайн дитячих видань, і при підготовці студентів, які навчаються за спеціальністю «Дизайн».

Аналіз досліджень і публікацій. Дизайн книги – важлива складова видавничої справи. Саме графічний дизайн має на меті оформлення, естетичний вигляд книги або періодичного видання. Сучасна типографія – це комунікативне явище, приклади якого спрямовані на вербальне й невербальне спілкування автора з глядачем. Навіть ускладнення в читанні композицій, коли певна літера чи слово подані у вигляді якогось об'єкта, художнього образу, не є перешкодою для сприйняття. Приклади такого підходу походять ще з часів використання буквиці в давніх рукописних, друкованих текстах і наявні в дизайні сучасних видань, наприклад книжок, журналів, енциклопедій. Вагомий внесок у дослідження типографії зробив Ян Чихольд [1], який вказував, що типографське оформлення, яким би простим воно не було, ніколи не виникає саме по собі або випадково, оскільки гарно набрані друковані роботи – це завжди результат досвіду, а інколи вони є навіть достовірно художніми досягненнями високого класу. Наприклад, С. Галкін стверджує, що дизайн – це оформлення на основі моделювання, а О. Гладун у своїх дослідженнях зазначає, що графічний дизайн є унікальним мистецтвом, яке одночасно перебуває у двох вимірах: образотворчому й проектному та організує простір і час у системі комунікації [2]. Е. Рудер досить

фундаментально дослідив шрифт та у своїй роботі «Типографія» поставив за мету показати, що найбільш захопливе в діяльності типографа – це, мабуть, направленість його праці при обмеженості в засобах вираження, а також вказав мету своєї роботи, а саме: виявити своєрідну силу мови типографії, котра багато в чому визначає образ сучасного світу [3]. Е. Шпікерман у своїй праці «Про шрифт» наголошує про надзвичайну значущість шрифту в нашому повсякденному житті [4]. Також він розглядає сучасне бачення шрифту, призначення і створюваний шрифтом характер видання. Автор називає шрифт продуктом індивідуальної творчості типографа, дизайнера, своєрідною типографською дорогоцінністю. У роботі «Сучасний шрифт» В. Тоотс вказує, що основу шрифту становить писання, характер кожної шрифтової композиції залежить від інструмента, за допомогою якого його виконують, а кожна техніка виконання здебільшого відповідає якомусь певному шрифтовому стилю [5].

Мета статті полягає в дослідженні й узагальненні інформації про становлення, розвиток і перспективи дизайну дитячих періодичних видань. Необхідно розглянути основні концепції дизайну дитячих видань і визначити перспективи цього напрямку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Зовнішній вигляд періодичних видань залежить від поліграфічного відтворення та дизайну, це своєрідне «обличчя» журналу. Композиція видання – складна структура, у якій мають бути гармонійно поєднані всі складові для побудови цілісного образу. Оформлення друкованих матеріалів має досить тривалу історію та багаті традиції. Протягом років було вироблено різноманітні засоби, які згодом успішно пройшли перевірку на практиці. Саме такі виражальні засоби яскраво відображають культурний рівень розвитку друкованої продукції на кожному її етапі [6].

Надамо основні визначення і терміни для подальшого ґрунтовного дослідження. Наприклад, періодичним виданням можна вважати видання, що виходить щороку через визначені проміжки часу з постійною кількістю номерів, відповідним дизайном, з нумерованими випусками з однаковою назвою, форматом, шрифтом тощо [7]. За визначенням В. Киричевського, типографія – це графічне оформлення друкованого тексту за допомогою набору й верстки (монтажу), проєктування чи безпосереднє моделювання вигляду твору друку [8]. Дитяча періодика має свої

особливості, а саме: це періодичні видання, створені для дитячої аудиторії з урахуванням віку, психофізіології, особливостей сприйняття [9]. Мета таких видань – привчити дітей до постійного читання і тим самим розширити їхній світогляд. Головним завданням дитячого видання є соціалізація дітей, і дизайн видання сприяє цьому. Тому важливі у виданні не стільки факти, скільки яскраві образи, шрифтові композиції, дизайн. Кількість видань для дітей у державі вказує про рівень її культури й інтелекту та про перспективи [10].

Перші дитячі періодичні видання з'явилися на початку ХХ ст., оскільки в суспільстві був відмічений інтерес до світу дітей як самодостатньої системи цінностей. Дитячі видання стали самостійним видом [11–12]. Суспільство зацікавилось світом дітей, з'явилося розуміння, що дитинство – це особливий феномен, який потрібно вивчати, а виховання дітей – це майбутнє суспільства. Сьогодні в Україні видають дитячі журнали, тематика й поліграфічна якість яких має різний художній та естетичний рівні [13]. Поряд із добре відомими журналами «Малютко» (з 1960 р.) і «Барвінок» (з 1928 р.) з'явилося багато нових, а саме: «Пізнайко», «Словознайка» (з 1990 р.), «Зернятко» (з 1995 р.), «Дитяча Академія» (з 2001 р.), видання «Пізнайко від 2 до 5», яке вийшло у 2005 р., та ін.

Класифікувати вікові групи прямих споживачів можна так: видання для дошкільнят, школярів і юнацтва. Журнали «Малютко», «Барвінок» та «Однокласник», які вважають патріархами української дитячої періодики, призначені для трьох основних цільових аудиторій: дошкільнят, молодших і старших школярів. Вони мають стабільне вікове коло своїх адресатів. Дитяче видання синтезує в собі три рівні – змістовний, образотворчий і архітектонічний. Змістовний – показує головну ідею твору; образотворчий – надає зображальну інформацію, що пов'язана зі змістом, а архітектонічний – ґрунтується на структурі видання. У друкованому журналі застосовують статичну типографіку – графічне оформлення друкованого тексту засобами набору та верстки. Ілюстративний матеріал повинен бути пов'язаний з віком дитини, він визначає характер журналу та відіграє важливу роль у формуванні проєктної концепції видання.

Газети й журнали для дітей можуть бути як друковані, так й електронні, або ж

традиційно друковані видання можуть мати електронну версію чи доповнюватись мобільним застосунком. Для сприйняття електронних версій дитячих видань треба мати смартфон, комп'ютер для декодування інформації (як із мобільного застосунку, що додають до видань: «Дитяча академія», «Пізнайко» тощо) та доступ до інтернету (сайти журналів «Пізнайко» тощо). В електронному форматі видання, ілюстрація стають мультимедійними й акумулюють аудіо-, відео-, графічну й анімаційну зображальну інформацію, збільшуючи можливості інтерактивної взаємодії журналу з читачем. Існує композиційно-графічна модель дитячого видання, яка сприяє інтерактивності та навігації. Її складовими є: ілюстрації, заголовки, шрифти, графічні елементи і колір, що визначають стиль видання. За твердженням В. Тулупова, елементи фірмового стилю – це схеми верстки видань, товарний знак, колірна гама, фірмовий шрифт, блок, девіз тощо [6].

При верстці дитячих періодичних видань дизайнери використовують закон «золотого перетину», ідея якого в універсальній формулі краси та гармонії, знаходить своє втілення в мистецтві тощо. Сьогодні найбільш актуальним стає питання, що пов'язане із застосуванням пропорцій в дизайні періодичного видання. За дослідженнями Я. Чихольда, у підготовці макета до верстки можна відходити із геометрично визначених ірраціональних пропорцій, всі елементи для оформлення видання необхідно ретельно продумати й виконати верстку, а для цього – поєднати розміри смуги набору із шириною поля і відступами та прослідкувати, щоб шрифт не суперечив формату видання і графіка була гармонійною [1].

Для дитячого видання велике значення має його художньо-технічне оформлення. Адже перше враження про видання читач отримує від його зовнішнього вигляду. В оформленні, у виборі формату беруть до уваги й психологічні особливості аудиторії. Кожен журнал і газета привертають увагу по-своєму: яскрава обкладинка, назва видання, його тематична класифікація, вік читацької аудиторії, анонси [14]. Наприклад, видання «Казковий вечір» має оригінально оформлену назву видання. З одного боку, газета має вигляд видання для дорослих, а з іншого – яскраве кольорове оформлення, якісний папір, ілюстрації надають їй привабливості, що заохочує до читання дітей. Авторами такої ідеї і дизайну газети

стали Є. Трубніков та Є. Федосенко [12].

Необхідно проаналізувати символіку кольору та його функції в дитячому журналі. Виокремлюють три такі функції, а саме: комунікативну, виражальну та символічну. Колір у дитячих журналах використовують не завжди продумано й ефективно, не цілком виправданою буває його поява в шрифтах і на тлі. Наприклад, на сторінках розміщують кілька текстових блоків, то й шрифти яких різного кольору, що є невдалим рішенням. Також використовують світлові та кольорні контрасти, рубрикацію визначають за кольором шрифту або підкладки. Тексти практично завжди знаходяться на кольоровому фоні, різнобарвні лінійки та обведення поділяють або об'єднують текстові блоки. Шрифт основного тексту зрідка буває чорним, а то білим (найчастіше малонасичений світлий за кольором). Графічні елементи: лінії, рамки, підкладки (різного кольору й насиченості) застосовують часто. Всі ці варіації необхідно аналізувати й ретельно добирати до дитячого видання.

Безперечна асоціативна символічність і кодове значення кольору. У процесі розвитку людства виникали та зміцнювалися архетипи форм, кольорів і величин як наслідок розвитку ідей і відкриття найбільш значущих якостей предметного й природного світу. Дитина поступово освоює архетипи форм і кольорів як аксіому та візуальний код, відповідно до розуміння їх утілення в конкретній культурі. За дослідженням В. Мухіної, виникнення і розвиток візуальних архетипів є результатом історичного розвитку людства й колосальним досягненням у розвитку образно-знакових реалій. В. Мухіна не погоджується із твердженням Р. Арнгейма про те, що дитина може не просто засвоювати як шаблони, задані образотворчі коди, а сама відкриває деякі форми й кольори як характеристики предметів. Колір відповідає реальному предметові або явищу навколишнього світу. Слід уникати розбіжності кольору та форми зображуваного на ілюстрації предмета його прототипу. Тенденція переваги в дітей кольору з характеристиками «яскравий», «світлий», «чистий» проявляє себе постійно. Похмурі, холодні, темні тони асоціюються в дітей із чимось неприємним [15–16].

Цікаво, що, на думку Г. Бреслава, любов до кольору в більшості дітей змінюється точно за хроматичним колом. У ранньому дитинстві (4–5 років) майже всі вони люблять червоний колір, приблизно в 7–8 років улюбленим стає жовтий, трохи пізніше – зелений і приблизно до 10 років перевагу часто віддають синьому

кольору [17]. Інший погляд у Б. Базима, «дитячий» червоно-жовтий тип кольорного вибору змінюється в дорослих (у віці 15–20 років) на перевагу синьо-зелених кольорів [18].

Ілюстративний матеріал є основою верстки та композиції дитячого журналу, характеризує колорит і дає максимальний ефект від застосування кольору. Ілюстрація – додаткова нетекстова інформація, або особливий тип медіатексту, за яким діти, які ще не вміють читати, дізнаються зміст будь-якої історії. Ілюстрація має велике значення в дизайні не тільки дитячого журналу, але й періодики загалом. Ілюстрації в дитячому виданні виконують такі основні функції: пізнавальну, виховну, естетичну та доповнювальну. Дитині складно засвоювати багато текстового матеріалу, тому необхідно зменшувати текст видання і збільшувати кількість ілюстрацій. Шрифт та ілюстрація існують у тісному зв'язку на сторінці, і закони їх взаємодії необхідно брати до уваги. Від віку дитини залежать вимоги до кеглю, гарнітур, ілюстрацій. Текст для дитячого видання набирають шрифтами великих кеглів і колонки виконують більш широкими, ніж для інших видань [14]. Малогарнітурний набір зрідка застосовують у дитячих журналах, тому більшість видань мають еkleктичний вигляд. Аналогічний ефект з'являється в результаті поєднання класичних і декоративних шрифтів. Заголовний комплекс матеріалів постійно змінюється, його складність та оригінальність сприяє функціональності дизайну й ефективності подачі інформації. Зооморфні та рослинні символи в літерах викликають інтерес у дітей, але не слід забувати про те, що кілька подібних шрифтів в одному виданні порушують його гармонію. Складна графіка гарнітури привертає увагу читачів, але ускладнює сприйняття тексту. У виданнях для дошкільнят варто застосовувати великий, чіткий і контрастний шрифт основного тексту. Важливо відзначити, що шрифтове оформлення в дитячих журналах часто відповідає фірмовому стилю, а зміст, заголовки, іноді основний текст можуть підтримувати основний стиль журналу [19]. Проектування видань для підлітків відрізняються від основних принципів формування видання для дітей. Наприклад, кількість ілюстрацій у виданнях для підлітків помітно знижується, оскільки змінюється їх роль, частіше надають світліни, текст займає провідне місце, а шрифт обирають легкий для читання. Ці принципи призводять до кращого сприйняття і засвоєння інформації.

Наукова новизна статті полягає у виявленні основних тенденцій дизайну дитячих періодичних видань в Україні, які можуть вплинути на конкурентоспроможність цих видань в Україні та світі. Ці тенденції зумовлені історичними, соціальними й культурними процесами.

Висновки. В Україні дитячі періодичні видання – це напрям, який ще перебуває в стані розвитку. Існує доволі великий вибір книг, журналів та газет, але далеко не всі можна назвати якісними. Попри це ринок дитячої періодики насичений. Ефективність і якість дизайну визначають конкурентоспроможність видань, тому важливо контролювати встановлені стандарти оформлення. Ідентифікація брендової продукції не повинна викликати складності в покупця, у свідомості якого сформувався певний імідж.

У результаті нашого дослідження виявлено, що вдалий дизайн дитячого видання формує особливу впізнавану знакову систему журналу на основі фірмового логотипу, персонажів, верстки, ілюстративного матеріалу, кольору, шрифту тощо. У дослідженні проаналізовано літературні джерела, у яких підтверджено необхідність розробляти новий дизайн дитячих видань та формувати завдяки цьому світогляд дитини. Вивчення становлення і розвитку дизайну дитячих періодичних видань дало змогу встановити взаємозалежність культурної спадщини і досягнень початку ХХ ст., що впливає на популяризацію, якість видання і потребує подальшого дослідження.

Література

1. Jan Tschichold. The New Typography. London, 1995. 288 p.
2. Гладун О. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. *Українське мистецтвознавство : матеріали, дослідження, рецензії*. 2007. Вип. 7. С. 45–49.
3. Рудер Е. Типографіка. Київ : Аронов, 2017. 286 с.
4. Spiekermann E. Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works, third edition, Adobe Press. London, 2013. 216 p.
5. Тоотс В. 300 шрифтов. Рига : Латвійское государственное издательство, 1960. 417 с.
6. Поліха Л. Я. Тотожність чи співвідношення понять «дизайн» та «оформлення» періодичних видань. *Вісник ХДАДМ*. 2009. № 2. С. 114–120.
7. Потятиник Б. В. Медіа: ключ до розуміння. Медіакритика. Львів : ПАІС, 2004. 312 с.

8. Киричевський В. Типографіка в термінах і образах. Харків : Основа, 2010. 302 с.

9. Гончаренко С. У. Український педагогічний словник. Київ : Либідь, 1997. 376 с.

10. Круль Л. М., Благун Н. М. Загальний огляд сучасної української дитячої періодики (жанрово-тематичне розмаїття). URL: <http://litmisto.org.ua/?p=25644> (дата звернення: 27.07.2022).

11. Кочегарова А. В. Детские издания в медиaprостранстве Украины. URL: <http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/12/kochegarova> (дата звернення: 27.07.2022).

12. Провоторов О. Дитяча періодика України як засіб розвитку мовленнєвої творчості школярів. *Початкова школа*. 2007. № 6. С. 52–55.

13. Клима М. Качество печати в Украине шокирует. URL: <http://www.uapp.org/content/view/686/120/> (дата звернення: 27.07.2022).

14. Єжижанська Т. Періодичні видання для дітей: комунікаційний аспект. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах* : зб. наук. пр. 2002. Вип. 17. 2009. С. 231–241.

15. Мухіна В. Дитячий психолог. URL: https://psy.su/persons/100_psihologov_rossii/psy/81676/ (дата звернення: 27.07.2022).

16. Рудольф Арнгейм. Психолог. URL: https://thereaderwiki.com/uk/Рудольф_Арнгейм (дата звернення: 27.07.2022).

17. Бреслав Г. Э. Цветопсихология и цветолечение для всех. Харків : Основа, 2003. 214 с.

18. Базима Б. О. Колір і психіка. Харків : ХДАК, 2001. 172 с.

19. Кушнарченко Н. М., Удалова В. К. Наукова обробка документів. Київ : Вікар, 2003. 328 с.

References

1. Jan, Tschichold. (1995). The New Typography. London [in English].
2. Hladun, O. (2007). Globalization and national vectors of graphic design development in Ukraine. *Ukrainske mystetstvovnavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii*, 7, 45–49 [in Ukrainian].
3. Ruder, E. (2017). *Typohrafiy*. Kyiv: Aronov [in Ukrainian].
4. Spiekermann, E. (2013). *Stop Stealing Sheep & Find Out How Type Works*, third edition, Adobe Press. London [in English].
5. Toots, V. (1960). *300 fonts*. Riga: Latvijas gosudarstvennoe izdptel'stvo [in Latvia].
6. Polikha, L. Ya. (2009). The identity or relationship of the concepts "Design" and "Creation" of periodicals. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*, 2, 114–120 [in Ukrainian].
7. Potiatynyk, B. V. (2004). Media: the key to understanding. *Media criticism*. Lviv: PAIS [in Ukrainian].

8. Kyrychevskiy, V. (2010). Typography in terms and images. Kharkiv: Osnova [in Ukrainian].
9. Honcharenko, S. U. (1997). Ukrainian pedagogical dictionary. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
10. Krul, L. M., Blahun, N. M. (2010). General overview of modern Ukrainian periodical publications for children (genre and thematic diversity). Retrieved from: <http://litmisto.org.ua/?p=25644> [in Ukrainian].
11. Kochegarova, A. V. (2016). Children's publications in the media space of Ukraine. Retrieved from: <http://sn-philol.cfuv.ru/wp-content/uploads/2016/12/kochegarova> [in Ukrainian].
12. Provotorov, O. (2007). Children's periodicals of Ukraine as a means of developing speech creativity of schoolchildren. Pochatkova shkola, 6, 52–55 [in Ukrainian].
13. Klima, M. (2009). The quality of printing in Ukraine is shocking. Retrieved from: <http://www.uapp.org/content/view/686/120/> [in Ukrainian].
14. Iezhyzhanska, T. (2002). Humanitarian education in technical higher educational institutions. Humanitarna osvita v tekhnichnykh vyshchych navchalnykh zakladakh, 17., 231–241 [in Ukrainian].
15. Mukhina, V. (2022). Child psychologist. Retrieved from: https://psy.su/persons/100_psihologov_rossii/psy/81676/ [in Ukrainian].
16. Rudolf Arnheim. (2022). Psychologist. Retrieved from: https://thereaderwiki.com/uk/Рудольф_Арнгейм [in Ukrainian].
17. Breslav, G. E. (2003). Color psychology and color therapy for everyone. Kharkiv: Osnova [in Ukrainian].
18. Bazyma, B. O. (2001). Color and psyche. Kharkiv: KhDAK [in Ukrainian].
19. Kushnarenko, N. M., Udalova, V. K. (2003). Scientific processing of documents. Kyiv: Vikar [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 29.09.2022
Отримано після доопрацювання 01.11.2022
Прийнято до друку 08.11.2022*