

поширення інформації та відсутності будь-яких, в першу чергу територіальних, обмежень, такі соціальні мережі як Facebook, Twitter і YouTube стали: 1) новою ареною політичної боротьби; 2) ефективним джерелом відображення правдивої інформації від учасників протестних дій; 3) своєрідним каналом зв'язку між громадянами арабських держав і західним світом.

### **Список використаних джерел:**

1. Ремовська О. Арабська весна й інтернет як осередок зародження протесту. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/24700020.html> (дата звернення: 21.11.2019).
2. Троян С.С. Арабські революції 2010-2011 років та їх наслідки. *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. 2012. Вип. 19. С. 170–176.

**Зелінська А.А.**

*асистент,*

*Інститут журналістики*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## **КОНСЕРВАТИВНІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ ДИЗАЙНУ БІОГРАФІЧНОЇ КНИГИ В УКРАЇНІ**

Культура біографічної книги залежить від майстерного поєднання змістового наповнення та її форми. Від художнього оформлення фактів залежить бажання читати, результативність читання. Такий ефективний дизайн нині називають комунікаційним: він сам є промовистим, осмисленим – дизайн-зміст. Створити комунікаційний дизайн складно і потребує майстерності, про що В. Шевченко пише: «Головною в оформленні є тенденція: всіма можливими друкарськими й композиційними способами чітко відобразити зміст тексту, винайти в кожному окремому випадку таку художньо-поліграфічну форму, що відповідає читацькому призначенню. Для правильного формулювання загального задуму оформлення, який враховує теми для ілюстрацій, формат видання, формат набору, шрифт, оформлення обкладинки або палітурки, необхідно досконало володіти матеріалом, розуміти зміст твору, а також уявляти читацьку аудиторію, умови читання, характер

розповсюдження тощо» [2]. Лише зважаючи на всі перелічені аспекти конкретної біографічної книги можна створити не просто привабливий видавничий продукт, а концептуально цілісне видання із високим рівнем культури дизайну, яке зможе задовольнити потреби читачів.

Тож культура дизайну біографічної книги залежить від комплексу чинників: типологічних особливостей книжки, відповідності дизайнерських рішень естетичним потребам аудиторії, а найдужче – від умінням створити концептуально цілісний продукт. Художні та композиційні підходи в творенні біографічної книги асоційовані з відповідними рішеннями продукції всього масиву нон-фікшн. Втім, є й відмінності, наприклад, дизайн біографічної книги більш консервативний, ніж дизайн бізнес-літератури.

Володимир Михайлевич, дизайнер видавництва «Астролябія», зауважив в нашому експертному опитуванні: «Книги про видатних людей в Україні зазвичай мають класичне оформлення, яке не передбачає новаторських дизайнерських рішень. Портрет на обкладинці, невеликий формат, тверда палітурка, невибагливе поєднання шрифтів – так виглядають сьогодні більшість біографій на нашому ринку». Звісно, з цим твердженням можна спробувати посперечатися, навести альтернативні приклади, однак безперечним є те, що зазначений підхід у дизайні біографічної книги (переважно для дорослого читача) не тільки є, а й домінує.

*Формат.* Вибір форматних характеристик біографічного видання розпочинає зазвичай формування її дизайну. Критерієм цього вибору, по-перше, стає зручність у користуванні книгою, можливість читати в різних ситуаціях, наприклад, у дорозі. Біографічні видання, розраховані на дорослу аудиторію, мають здебільшого стандартний формат  $84 \times 108^{1/32}$ . Наприклад, у цьому форматі виконані: «Симон Петлюра» (Київ: «Нора друк», 2016), «Степан Бандера. Людина і міф» (Київ: «КМ-Букс», 2017), «Володимир Сосюра» (Харків: «Фоліо», 2018). По-друге, перевага стандартних форматів ( $60 \times 84^{1/16}$ ,  $60 \times 90^{1/16}$ ,  $84 \times 108^{1/32}$ ) зумовлена ще й тим, що відповідні розмірні характеристики дають змогу заверстати в просторі сторінки та розгортку наявний матеріал, композиційно доречно поєднати текст і зображення, при цьому максимально економно використавши паперовий аркуш.

*Матеріальна конструкція.* Розглядаючи дизайн біографічних видань, звертаємо увагу на якість паперу та види покриття. Найчастіше бачимо видання, надруковані на тонкому папері низької якості. Це зумовлено

намаганням видавців зменшити собівартість видання, скоротивши витрати на папір. Такий підхід свідчить про низьку культуру технічного виконання книг, адже одним із критеріїв якісного видання є використання відповідних витратних матеріалів при створенні видавничого продукту. Проте не можемо не зауважити зрушення в цьому напрямі. З'являються видання, надруковані на якісному кремовому папері, який дає змогу активно ілюструвати книгу. До видавництв, що дотримуються високих стандартів щодо паперу, можемо віднести «Видавництво Старого Лева», «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», «Видавництво УКУ», «Наш формат». Сьогодні на ринку біографічних видань переважають книги в палітурках, таких серед досліджуваних видань за нашими підрахунками близько 60%. Застосування суперобкладинки, футляру в матеріальній конструкції досліджуваних нами видань не виявлено: дизайн біографічної книги тяжіє до демократичності і бюджетності.

*Оформлення обкладинки / палітурки.* Дизайн обкладинки зумовлює не лише маркетингову привабливість видання, а й реалізацію загального концепту книги. Українські видавці біографічних книг недооцінюють можливості та значення художнього оформлення покриття книжкового блока. Часто йдеться про дефіцит креативних ідей: на обкладинці чи палітурці традиційно розміщують зображення особи (чи осіб), про яку йдеться в книзі плюс назва книги, подана цікавим шрифтом. Втім, є й пошук, різні підходи в оформленні покриття, залежно від стилю серії чи авторського замислу художника. До прикладу, книги про певну особу, видані в різних видавництвах, можуть мати абсолютно різні за стилем портрети – настільки різні, що без підпису важко й здогадатися, що йдеться про ту саму людину.

*Ілюстративний матеріал.* Загалом ілюстрування українських біографічних книг можемо охарактеризувати як таке, що намагається відповідати потребам конкретної аудиторії. Книги для дорослої фахової аудиторії тяжіють до представлення візуальних матеріалів документального характеру. До прикладу, в книгах про Ігоря Сікорського видавництва «АДЕФ-Україна» представлені фотографії документів. Такі ілюстрації дозволяють краще розкрити біографію особистості. У книгах, розрахованих на широкий загал, вдало дібрані зображення можуть нести не лише цінне інформаційне навантаження, візуалізуючи, доповнюючи текст біографічної книги, а й емоційно розширювати межі її сприйняття. Т. Жалко зазначає: «Вартісним

ілюстративним матеріалом та цілісним художнім конструюванням забезпечується висока видавнича культура» [1, с. 246].

Серед проаналізованих нами книг дитячі біографічні видання виділяються великою кількістю ілюстрацій та цікавою їх подачею (містять ілюстрації 96% дитячих біографічних книг). Для видання, зорієнтованих на дорослу аудиторію, притаманні стримані ілюстрації, частіше за все чорно-білі (70% від усіх проілюстрованих біографічних видань для дорослих), або ж кольорові, розташовані на вклейках із крейдованого паперу.

*Дизайн серій.* При оформленні серії книг дизайнер має дотримуватись єдиного стилю для всіх її видань. Важливим є не лише факт єдності, а й факт доцільності та якості розробленого стилю. Стил ь серії має відповідати читацьким запитам, бути впізнаваним, допомагати ідентифікувати окреме видання на книжковій полиці з усією серією та видавництвом.

У 2005–2017 рр. лідером за кількістю сформованих серій біографічних книг є видавництво «Фоліо» – за нашими підрахунками, 8 серій: «Патріотична бібліотека», «Знамениті українці», «Знамениті люди планети» та ін. Книжки, що входять до цих серій, мають невеликий формат, небагато сторінок (від 64 до 128 сторінок), найчастіше тонку м'яку обкладинку і належать до невисокого цінового діапазону. Розглядати їх як зразки високого книжкового мистецтва немає підстав.

З іншого боку, книжка стала приступною за ціною для масового читача. До прикладу, серія «Патріотична бібліотека» складається з понад 20 біографій відомих політичних діячів (полководці, гетьмани, очільники УПА та ін.). Книжки (чи за матеріальним вирішенням радше бюджетні брошури) формату А5 надруковані на газетному папері, мають обкладинку із крейдованого паперу, дртошвейне скріплення блока.

Цікавим явищем на ринку біографічних книг є серії відповідних видань для дітей. Їхнє оформлення кардинально відрізняється від книг для дорослих. До прикладу, у видавництві «КМ-Букс» є серія «Маленьким про великих», призначена для читачів від 3 років. Дизайнери, з огляду на особливості читача, використали формат книжки-картинки: текстову інформацію мінімізовано, основне смислове навантаження перекладено на ілюстрації. У такому стилі візуальної історії розказані основні моменти біографій видатних жінок сучасності: Коко Шанель, Фріда Кало, Марія Кюрі, Одрі Хепберн.

Можемо дійти висновку, що загальний рівень культури дизайну біографічних книг, представлених на українському книжковому ринку, є недостатньо високим. Концептуально дизайн переважно консервативний, невибагливий. Формати біографічних видань зазвичай є стандартними; у виданнях не завжди раціонально спланований макет. Нерідко застосовуються дешеві та неякісні витратні матеріали, що зумовлено намаганням зменшити собівартість продукту. Обкладинки й палітурки виглядають однотипно: на них зазвичай розміщують зображення особи, про яку йдеться в книжці. Обмежено впроваджуються технологічні рішення. Покращити рівень культури дизайну української біографічної книги можливо, вдаючись до творчого пошуку на основі глибокого вивчення моделей читацької поведінки, використовуючи сучасні поліграфічні можливості та якісні витратні матеріали.

### **Список використаних джерел:**

1. Жалко Т. Культура української книги: сучасна книговидавнича концепція / Тетяна Жалко // Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах. – Київ, 2009. – Вип. 17 – С. 242–252.
2. Шевченко В. Художньо-технічне оформлення видань різних видів [Електронний ресурс] // Електронна бібліотека Інституту журналістики – Електрон. дані. – Київ, 2007. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815> (дата звернення: 08.11.2019). – Назва з екрана.

**Іванець Т.О.**

*кандидат філологічних наук, доцент,  
Запорізький національний університет*

## **СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ПРОТИ НАСИЛЛЯ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ**

Різні прояви насилля зараз є однією із проблем, які побутують у нашому суспільстві. Тому досить велика частина інформаційних потоків направлена на вирішення саме цієї ситуації. Одним із видів яких є соціальна реклама. Соціальна реклама – це важливий інструмент у побудові громадянського суспільства. Тому до нього активно вдаються,