

## АЛГОРИТМЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

(РАЗМЫШЛЕНИЯ О ХУДОЖЕСТВЕННОМ ОФОРМЛЕНИИ ФИЛАТЕЛИСТИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ)

А.П. ДЬЯЧЕНКО,  
член Международной ассоциации  
искусствоведов (AIS), член Союза ученых  
Санкт-Петербурга

Проблема популяризации филателии среди детей и юношества стоит сегодня очень остро. Сейчас трудно представить себе, что сорок лет назад в СССР существовала обширнейшая сеть филателистических кружков, которые устраивали выставки и конкурсы, демонстрировали филателистические коллекции (в том числе коллективные) в школах и домах культуры, а то и в краеведческих музеях, и серьезнейшим образом отчитывались на разных смотрах о проделанной работе по созданию коллекций.

Это осталось в прошлом. Сегодня популяризаторы филателии лихорадочно ищут средства приобщения школьников к коллекционированию марок. Оно перестало быть модным, престижным и вообще перестало быть частью юношеского досуга. Мы не анализируем здесь, почему это произошло, а лишь высказываем надежду на то, что юношеская филателия возродится и опыт предшествующих поколений хотя бы частично будет востребован (пусть и в трансформированном виде).

Цель настоящей статьи — обобщить некоторые закономерности в художественном оформлении книг по филателии, предназначенных для детской и юношеской аудитории. Мы рассмотрим эти издания с точки зрения привлекательности.

Существуют разные теории привлекательности и классификации ее

типов. Известный искусствовед Эрнст Гомбрих (1909 — 2001 гг.) выделял такие типы привлекательности, как **плазматическая** и **проволочная**. Первый тип предусматривает округлую, плавно расплывающуюся форму, второй — форму, смоделированную жесткой нарастающей линией.

Обложка канадского журнала для юных филателистов, на которой изображен выведенный плавной линией канадский бобер, — это пример плазматической привлекательности, а беглый рисунок пером в “набросочном стиле”, изображающий школьников, обменивающихся марками на перемене, будем считать проволочным типом. Оба типа представлены в дизайне филателистической литературы.

Напомним читателю, что книги по филателии, предназначенные для юных коллекционеров, издаются с начала XX в., и их художественное оформление в своей эволюции прошло через стадии таких исторических стилей, как модерн, Ар деко, функционализм-конструктивизм, ретро и даже пост-модернизм.

В эпоху **модерна** филателистические руководства оформлялись по всем правилам профессионального графического искусства того времени. Например, немецкие руководства для юных филателистов украшались красивыми витиеватыми линиями в стиле художников Рихарда Римершмидта, Отто Эксмана и Генриха Фогелера.

В 1914 г. в России вышла замечательная книга П.М. Ольхина “Альбом редких марок” (издательство М.О. Вольфа, Петроград — Москва), которая была не столько справочником по ми-

ровым раритетам, сколько увлекательным подарочным изданием для юных филателистов. Обложка в стиле модерн отличалась богатством книжного декора, на ней была изображена россыпь марок разных стран, а плашка с заглавием книги стилизована под почтовое отправление.

В период **Ар деко** орнаментика несколько упростилась, надписи на обложках книг стали располагаться в эффектных геометрических плашках. На оформлении книг о марках (особенно обложек и рекламных разделов) сказались и стилистика гламурных журналов, оформленных в манере знаменитого дизайнера Алексея Бродовича.

Период следующего стиля — **функционализма-конструктивизма** — отличался рациональным оформлением книг по филателии, внешний вид каталогов и руководств был очень строгим. Резкий контраст с этим стилем составила “озорная” эстетика 1960-х годов со свойственной ей стилизаций то под коллаж, то под мультипликационное кино.

Верю, что в будущем опытные историки филателистического движения не только опубликуют хронологию создания КЮФов и вообще юношеского филателистического движения (что само по себе очень интересно), но и напишут историю филателистической литературы для юношества, в том числе историю художественно-графического оформления филателистических книг, журналов, а также альбомов для марок и художественных обложек для сувенирных наборов.

Над оформлением книг о марках всегда трудились профессиональные