

Фотомистецтво Г. Гільденбрада в контексті розвитку феномену «National Geographic Magazine»

А. І. Петрушка

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна

Paper received 14.02.2016; Accepted for publication 22.02.2016.

Анотація. Використання засобів візуалізації тексту в NGM відкрило шлях до трансформації наукового та корпоративного видання у науково-популярне мегавидання. Творчість Г. Гільденбрада стала вагомим чинником у формуванні сучасного образу журналу. Він був європейцем за своїм походженням і за творчими інтересами. Знімаючи старовинний і сучасний світ європейських народів, митець виявив себе носієм гуманістичних цінностей, політичної культури поваги і збереження надбань людської цивілізації.

Ключові слова: візуалізація, фотографія, ілюстрація, фотомистецтво.

Вступ. Журнал «National Geographic Magazine» (NGM) – один із найвідоміших науково-популярних журналів у світі – створювався в атмосфері великих науково-технічних відкриттів, завдяки жертовній праці та старанням цілої яскравої плеяди науковців, митців, менеджерів, професіоналів у сфері науково-природничих знань, що акумулювалося в здобутках цього мас-медійного феномену. Маючи за мету популяризувати здобутки геології, демографії, метеорології, картографії, океанографії та історії освоєння земель, журнал пройшов тривалий еволюційний шлях з'ясування своїх функцій, засобів поширення надбань науково-природничих знань, пошуку своєї читачької аудиторії. Широке використання засобів візуалізації текстового матеріалу – фотографії, карти, гравюри – відкрило шлях до трансформації наукового та корпоративного видання, призначеного вузькій групі інтелектуалів-географів у науково-популярний часопис, цікавий і корисний якнайширшим колам читачів, яких цікавило різноманіття життя Землі і людини на Землі. Німецький фотограф Г. Гільденбранд належав до кагорти митців, чия творчість стала вагомим чинником у формуванні сучасного образу журналу із понад столітньою історією існування.

Короткий огляд публікацій за темою. Джерельна база вивчення NGM багата інформаційними ресурсами [9], однак дослідження проведено на основі електронних інформаційних ресурсів, електронної версії видань. Інформаційний ресурс Cover Browser, що дає змогу проаналізувати винятково інформативні обкладинки першоджерела [6]. Інтернет-книгарня shigitatsu.com представляє всі номери журналу за 1900-2010 роки, що дає змогу ознайомитися не тільки із їхнім змістом, але й з короткими анотаціями до статей [10]. Авторитетним джерелом інформації є праця Е. Бухбаума (E. Vухbaum) – зведений покажчик до NGM, який містить бібліографічні відомості, а також відомості про картографічні матеріали за перші 70 років (1888-1958) [5].

До 100-річчя Національного географічного товариства письменник і журналіст К. Браян (С. Вруан) уклав бібліографію і покажчик про діяльність товариства, супроводжений 406 ілюстраціями, з них 290 в повному кольорі [4]. У 1974-1996 роках вийшли в світ п'ять ілюстрованих факсиміле покажчиків до NGM, укладених журналістом і письменником Д. Смітом (D. Smith) для заохочення колекціонерів купляти представлені у списках ранні та спеціальні

випуски, карти та рекламу, вміщені в журналі протягом 1888 – 1996 років [13]. Короткий огляд ранньої історії журналу виконав історик науки Ф. Полі (Ph. Pauly) [11]. Аналіз наукових та світоглядних засад діяльності NGM у перші десятиліття його існування продемонстровано у розвідці «Створення National Geographic: Наука, Культура, Експансіонізм» дослідниці С. Шультен (Susan Schulten) [12].

Мета. Метою статті є дослідження тематичної спрямованості творчості німецького фотографа Г. Гільденбрада та роль його фотомистецтва у візуалізації текстового матеріалу в журналі NGM. Досягнення зазначеної мети потребує розв'язання таких завдань: дати стислу характеристику виданню NGM; визначити ключові функціональні навантаження ілюстративного матеріалу в медіа; класифікувати фотографії Г. Гільденбрада за їхніми журналістськими характеристиками; окреслити перспективи вивчення проблеми ілюстративного матеріалу в науково-популярних виданнях.

Матеріали і методи. Методологія проведення аналізу ґрунтується на використанні історичного та порівняльно-історичного методів, методу контент-аналізу. Ці методи використовувалися з метою аналізу фотографічних матеріалів з метою класифікації феномену цього часопису.

Результати і обговорення. «National Geographic Magazine» – бренд світової журналістики, що сформував сучасний стиль подання багато ілюстрованого контенту. Шлях від академічного корпоративного часопису до всесвітньовідомого науково-популярного видання NGM пройшов, впровадивши докорінні зміни в концепцію його функціональних характеристик. Трансформація функціонального призначення журналу простежується у зміні принципів відбору і представлення інформації: чітко виявився тренд NGM до використання стилістики популярного, привабливого опису досліджень, до широкого насичення контенту ілюстраціями та картами, до обмеження обсягів офіційних матеріалів, що свідчило про трансформацію концепції журналу: від наукового видання до науково-популярного. Документальність та фактологічність подання інформації є потужним чинником залучення читачької аудиторії до мас-медіа [1]. Зміна читачького призначення, зумовлена коректуванням типологічних характеристик журналу та розширенням тематики його контенту далеко за межі академічної географії, виявляється у цілеспрямованому

задоволенні інформаційних потреб широких читацьких кіл: представлена в журналі інформація проектується не тільки на науку, але й на освіту [7].

Зміна галузевого та тематичного профілю контенту журналу виявлялася в тому, що принцип відбору до публікації ґрунтовних і суспільно вагомих статей з фізичної географії (ерозія ґрунтів, класифікація рельєфу, погодні, прибережні і наземні обстеження) поєднувався із застосуванням принципу використання географічних знань як інструменту прищеплення патріотизму шляхом оприлюднення розвідок з широкого спектру суміжних суспільних та природничих наук (демографії, етнографії, історії, біології, орнітології, зоології, антропології), написаних в привабливому стилі, ілюстрованих схемами, картами, фотографіями.

Становлення та утвердження NGM як всесвітньо-відомого мегавидання нерозривно пов'язані із іменами яскравих особистостей: кращих журналістів, фотографів, науковців, урядовців, менеджерів, військових. Журнал активно залучав до співпраці кращі творчі обдарування не тільки США, але й Європи, які володіли знаннями і вміннями представляти передову наукову думку, опанували сучасні технічні засоби візуалізації тексту, мали чуття актуальних і цікавих новин, а тому формували сучасний стиль журналістської творчості зонайвищого гатунку, гідно представляли такий амбітний журнал, як NGM.

Серед європейських кореспондентів, що активно співпрацювали з NGM, яскраво виділяється Ганс Гільденбранд (Hans Hildenbrand) – німецький фотограф, засновник товариства кольорової фотографії в Німеччині (1911), фототворчість якого розпочалася ще ранніми кольоровими фотографіями на відкритому повітрі. Із 1909 він працював з Autochrome пластинами. Під час Першої світової війни був офіційним військовим фотографом NGM, виконуючи кольорові фотографії на полях битв в Ельзасі, в Шампані і Вогезах. У повоєнні роки Г. Гільденбранд продовжив активну співпрацю з NGM, однак у лютому 1937 року було опубліковано останні фототвори художника, присвячені Німеччині і, зокрема, літній Олімпіаді в Берліні 1936 року. У 1920-1930-х роках на сторінках NGM фотоколекції Г. Гільденбранда публікувалися регулярно і переважно входили до складу блоку ключових матеріалів, які визначали специфіку певного номера журналу: вони анонсувалися на обкладинці, завжди були вагомими і за художньою виразністю, і за кількістю фотографій. Розлогу статтю про подорож залізницею і водою вздовж східного узбережжя Адріатичного моря, землями сербів, хорватів, словенів, чорногорців супроводжують 27 ілюстрацій. Її доповнювала і добірка з 17 Autochromes Г. Гільденбранда про найвідоміші улюблені пам'ятки середньовічної Східної Адріатики (січень 1928).

Г. Гільденбранд виявив себе як художник з яскраво вираженим чуттям національної неповторності народів, хоч до його мистецької палітри належать твори й іншої тематики. До творчого надбання належить ціла низка фотоколекцій, які виявляють його творчий профіль. До ключових тем його творчості, на нашу думку, належать: національна автентичність

німецького народу; національна автентичність європейських народів; державність, свобода, культура європейських народів; природа.

Фотоколекції за темою «Національна автентичність німецького народу». Г. Гільденбранду належить низка фотоколекцій, присвячених старовинним містам Німеччини. Приваблює не просто романтика старих середньовічних міст, яких, ніби, не торкнулися пережиті століття. Загублені в часі міста з дахами із червоної черепиці були історичним середовищем, в якому формувалася німецький національний характер, його неповторна автентичність. Г. Гільденбранд створив цілу фотогалерею про крихітні «колискові» міста з тисячолітньою історією: місто Дінкельсбюль (земля Баварія, засноване у 1130 році) з 12 кольоровими фотографіями (грудень 1931); місто Фрайбург (земля Баден-Вюртемберг, засноване у 1120 році) з 11 кольоровими фотографіями (серпень 1933); місто Ротенбург (земля Баварія, засноване у 970 році) з 8 кольоровими фотографіями (лютий 1926).

У грудні 1928 року Г. Гільденбранд опублікував унікальну колекцію фотографій глибинки Німеччини – «Через Німеччину з кольоровою камерою», яка охоплювала 39 кольорових фотографій, зокрема: 13 кольорових фотографій Шварцвальда; 14 кольорових фотографій шале «Палац» в Баварії; 12 кольорових фотографій середньовічного міста Нордлінг (земля Баварія, засноване у 898 році).

Фотоколекції за темою «Національна автентичність європейських народів». Г. Гільденбранд неодноразово звертався до таких виявів самобутності культури, як національні костюми, побут селян, які у віках зберігають і передають неповторні національні риси наступним поколінням. Передусім до його об'єктиву потрапляли мешканці сусідніх з Німеччиною країн – Австрії, Польщі, Чехословаччини: 15 кольорових фотографій альпійських жителів Австрії (грудень 1929), 11 кольорових фотографій веселкових костюмів селян Польщі (березень 1933). Як образотворче доповнення до статті про гостинність чехів NGM вміщує 19 кольорових фотографій про костюми Чехословаччини (червень 1927).

Національна автентичність виявляється і в давніх архітектурних пам'ятках. Різноманітність архітектурних форм відтворено у 13 кольорових фотографіях старовинних замків Північної Італії (вересень 1935), у 17 кольорових фотографіях середньовічних пам'яток Східної Адріатики, де поєдналися латинська і слов'янська культури (січень 1928).

Неповторний зріз культури та духовності виконали три фотографи «National Geographic Magazine», яких єднали тривалі творчі та дружні зв'язки – німець Ганс Гільденбранд, американець Мейнард Оуен Вільямс (Maynard Owen Williams) і француз Жерве Куртелемон (Jules Gervais Courtellemont). Вони подали до опублікування в NGM кольорову колекцію з 34 фотографій з батьківщини християнства – Єрусалиму, Палестини, Сирії, Лівану (грудень 1926).

Колекція з 61 фотографії «Географія гри» розповідала про вплив клімату та географічного положення на формування народного характеру, звичок, розвиток ігор, видів спорту видів різних народів (серпень 1919).

Національні види змагань чи видовищ за участю коней, інших тварин – предмет особливої гордості італійців, іспанців. Сієнське Паліо (Siena's Palio) – традиційні кінні перегони, що відбуваються в італійському місті Сієна ще з XVII століття, проводяться двічі на рік, однак також набувають актуальності у випадку виняткових подій, місцевих або національних ювілеїв. Статтю про Сієнське Паліо доповнено колекцією Г. Гільденбранда з 8 фоторафій «Під променистим італійським небом» (серпень 1926).

На велелюдних святах міст Умбрії і Тоскани (Італія) перебував і фотограф NGM Г. Гільденбранд, про що відтворив у своїй колекції «Людина і Природа. Італійські сцени» із 33 кольорових фоторафій (квітень 1928).

Фотоколекції за темою «Державність, свобода, культура європейських народів». Фотоколекції Г. Гільденбранда свідчать не тільки про коло його творчих зацікавлень, але й про його світоглядні позиції і навіть політичні погляди. Для назв своїх фотоколекцій він обирав яскраві національні символи кожної з країн, які увіковічував своєю камерою. Художник, представляючи свої фотографічні твори, використовує слова-маркери, які чітко вказують на творчий задум, критерії обрання теми з кола нескінченного різнобар'я суспільного життя.

Ганс Гільденбранд представляв Німеччину, підкреслюючи її зв'язок із відомими на весь світ німецькими національними символами. Колекцію з 14 кольорових фоторафій Північно-Західної Німеччини він назвав «Казкова земля Грімів», безумовно, віддаючи належне братам Грім (Die Gebrüder Grimm) як авторам всесвітньо відомих казок (травень 1931). Однак, у допитливого читача виникало природне бажання ознайомитися з життєвим і творчим шляхом братів Грім. А читач NGM був саме допитливим і на 1930 роки наклад журналу уже сягав до 1 мільйона примірників. Допитливий читач NGM встановлював, що казкаство Якоба і Вільгельма Грім було супутнім продуктом наукових – лінгвістичних – розвідок, які розпочалися ще під час їхнього навчання в Марбурзькому університеті. Дослідження лексичних ресурсів та фонетичних особливостей німецької мови збіглися із зацікавленням братів Грім етнографією та культурою німецького народу. Як оббирав казкові оповідки від жителів сіл, а Вільгельм виконував їхнє літературне опрацювання. Близкість до джерел народної мови, насиченої діалектизмами, архаїзмами, історизмами, збудила інтерес братів до старих мов та їхнього впливу на німецьку. Як Грім почав спеціалізуватися з історії та структури німецької мови. Дослідивши величезні за обсягом відомості, Як Грім описав фонетичний процес в історії прагерманської мови, зіставивши праїндоевропейські і прагерманські приголосні, що набуло відомості як закон Гріма. Закон Гріма і в наші дні вважають одним із провідних фонетичних законів в компаративістиці. Брати Грім намагалися встановити історичні зв'язки Німеччини з античним світом, підкреслити місце Німеччини в історії світової культури та виявити особливості мовних ресурсів світової цивілізації, успадкованих Німеччиною. Популяризація імені братів Грім в доробку фотографа на

шпальтах NGM слугувало саме тій високій меті, яку мали перед собою Як Г і Вільгельм Грім.

У мистецькому доробку Г. Гільденбранда Чехословаччина представлена фотоколекцією з 13 кольорових фоторафій «Золоту Прагу розважає величний фестиваль «Сокіл», створеною на національних легкоатлетичних змаганнях, організованих гімнастичним товариством «Сокіл» (січень 1933). У назві добірки вміщено слово «сокіл» – яскраво маркований символ Свободи для слов'янських народів. Товариство «Сокіл», створене у 1862 році у Празі з метою боротьби за незалежність, за збереження традицій, культури, мови, історії, виховання патріотів, набуло особливого значення у всеслов'янському русі за пробудження національно-патріотичної свідомості недержавних народів, що входили до складу Австро-Угорської та Російської імперій. Обрання для національно-патріотичної організації назви «Сокіл» є символічним, оскільки птах сокіл є глибинним історико-культурним та етнічно-національним символом міфологічного світу прадавніх культур, органічним складником яких є слов'янська культура. Назва «Сокіл» відображала етнічний склад товариств «Сокіл» у Чехії, Хорватії, Польщі, Сербії, Болгарії, Україні, а міфологія прадавніх слов'ян єдналася з національно-патріотичними ідеями визвольного руху кінця XIX – початку XX століття.

Фотодобірка про Польщу Г. Гільденбранда вийшла під назвою «Країна Білого Орла» з 12 фоторафіями натурального кольору (квітень 1932). Зображення білого орла із золотими кігтями і клювом, в золотій короні, на червоному тлі є гербом, офіційним державним символом Польщі. Це один із найстаріших державних символів світу. Зображення орла з'явилось на монетах першого польського короля – Болеслава I Хороброго (X століття). Спочатку він був символом королівської династії Пястів та Великої Польщі, однак із кінця XIII століття став офіційним державним символом усієї країни. Державність польського народу упродовж століть зазнавала не тільки злетів могутності і сили, але й гірких реалій трьох поділів польських етнічних земель, однак білий орел завжди був на її державних стягах. Білий орел – символ Польщі, уособлення її чистоти та шляхетності, а червоне тло щита свідчило про боротьбу за святе право Польщі на незалежність.

Фотоколекції за темою «Природа». Живописні пейзажі – улюблені жанри будь-якого художника. Камера Г. Гільденбранда знімала пейзажі Угорщини (27 кольорових фоторафій) (червень 1932), гірські краєвиди півдня Польщі (16 кольорових фоторафій) (березень 1935). Особливе місце у творчості художника займали Альпи, які він знімав в Німеччині та Австрії: в Баварії (16 фоторафій) (червень 1926); в Штирії (14 кольорових фоторафій) (жовтень 1932); в Тіролі (11 кольорових фоторафій) (березень 1932).

Висновки. NGM надавав винятково важливого значення фоторафії як важливому компоненту контенту журналу. Поширення технології фотографування створило технічні передумови для широкого застосування візуального супроводу наукових статей ілюстраціями, що сприяло поступовій трансформації суто наукового журналу в науково-популярний.

Використання традиційних і впровадження нових технологій ілюстрування текстового матеріалу, зокрема фотографування, було відмінною рисою журналу. Цілеспрямоване використання в науковому журналі ілюстрацій, уникнення надмірного теоретичного викладу інформації, знаходило схвальний резонанс серед читачів. Залучення до співпраці новаторів – кращих авторів, журналістів, фотографів національ-

ного та світового рівня і, зокрема, німецького фотографа Г. Гільденбранда – зумовило формування журналу як міжнародного мегавидання. Г. Гільденбранд був європейцем за своїм походженням і за сферою творчих інтересів. Знімаючи старовинний і сучасний світ європейських народів, він виявив себе носієм гуманістичних цінностей, політичної культури поваги і збереження надбань людської цивілізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Комова М.В. Документальність подання інформації в масовій комунікації / М.В. Комова // Світ соціальних комунікацій. – Т.7. – К.: КиМУ, ДонНУ, 2012. – С. 42 – 45.
2. Bryan C. The National Geographic Society, 100 Years of Adventure and Discovery / C. Bryan. – New York: Harry N. Abrams Inc. Publishers, 1997. – 520 p.
3. Buxbaum E. C. Collector's guide to the National Geographic Magazine / E. C. Buxbaum. – Wilmington, Delaware: Printed at the Stinehour Press, 1971. – 390 p.
4. Cover Browser [Electronic resource]. – References: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/3>. – Accessed: 18.10.2015.
5. Fischer A.C. Oral History of Gilbert Hovey Grosvenor, uncatalogued, in Records Library, National Geographic Society / A.C. Fischer. – Washington, 1962.
6. Literature About the National Geographic Society And Collecting NGS Items [Electronic resource]. – References: www.jbcarey.net/.../BooksCollectible/NGSLit. – Accessed: 04.05.2015.
7. National Geographic Magazine. Back issues [Electronic resource]. – References: <http://shigitatsu.com/geographic/1910-2010> – Accessed: 04.05.2015.
8. Paul Ph. J. The World and All That Is In It: The National Geographic Society, 1898–1918 / Ph. J. Paul // American Quarterly. – 1979. – № 31. – P. 517–532.
9. Schulten S. The Making of the National Geographic: Science, Culture, and Exhansionism [Electronic resource] / S. Schulten. – References: <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/3122/3081>. – Accessed: 04.05.2015.
10. Smith D. National Geographic Magazine: For Collectors 1888–1996 / D. Smith. – Vol. 2. – Publisher: Don Smith, 1996. – 71 p.

REFERENCES

1. Komova M.V. Documentary presentation of information in mass communication / M.V. Komova // Svit sotsial'nykh komunikatsiy. – T.7. – K.: KyMU, DonNU, 2012. – S. 42 – 45.
2. Bryan C. The National Geographic Society, 100 Years of Adventure and Discovery / C. Bryan. – New York: Harry N. Abrams Inc. Publishers, 1997. – 520 p.
3. Buxbaum E. C. Collector's guide to the National Geographic Magazine / E. C. Buxbaum. – Wilmington, Delaware: Printed at the Stinehour Press, 1971. – 390 p.
4. Cover Browser [Electronic resource]. – References: <http://www.coverbrowser.com/covers/national-geographic/3>. – Accessed: 18.10.2015.
5. Fischer A.C. Oral History of Gilbert Hovey Grosvenor, uncatalogued, in Records Library, National Geographic Society / A.C. Fischer. – Washington, 1962.
6. Literature About the National Geographic Society And Collecting NGS Items [Electronic resource]. – References: www.jbcarey.net/.../BooksCollectible/NGSLit. – Accessed: 04.05.2015.
7. National Geographic Magazine. Back issues [Electronic resource]. – References: <http://shigitatsu.com/geographic/1910-2010> – Accessed: 04.05.2015.
8. Paul Ph. J. The World and All That Is In It: The National Geographic Society, 1898–1918 / Ph. J. Paul // American Quarterly. – 1979. – № 31. – P. 517–532.
9. Schulten S. The Making of the National Geographic: Science, Culture, and Exhansionism [Electronic resource] / S. Schulten. – References: <https://journals.ku.edu/index.php/amerstud/article/viewFile/3122/3081>. – Accessed: 04.05.2015.
10. Smith D. National Geographic Magazine: For Collectors 1888–1996 / D. Smith. – Vol. 2. – Publisher: Don Smith, 1996. – 71 p.

Photography H. Hildenbrand in the context of the development of «National Geographic Magazine» phenomenon

A. Petrushka

Abstract. Using visualization of text in NGM led to the transformation of scientific and corporate publications into scientific and popular mega edition. Creativity of H. Hildenbrand became an important factor in the formation of the modern image of the magazine. He was European in origin and in creative interests. By photographing ancient and modern world of European nations, the artist found himself as the bearer of humanistic values and political culture of respect and preservation of the human civilizations heritage.

Keywords: visualization, photography, illustration, photography.

Фотоискусство Г. Гильденбранда в контексте развития феномена «National Geographic Magazine»

A. И. Петрушка

Аннотация. Использование средств визуализации текста в NGM открыло путь к трансформации научного и корпоративного издания в научно-популярное мегаиздание. Творчество Г. Гильденбранда было весомым фактором в формировании современного образа журнала. Он был европейцем по своему происхождению и по творческим интересам. Снимая старинный и современный мир европейских народов, художник проявил себя носителем гуманистических ценностей, политической культуры уважения и сохранения достижений человеческой цивилизации.

Ключевые слова: визуализация, фотография, иллюстрация, фотоискусство.