

9. Odnoralov, N. V. (1965), *Skulptura i skulpturnyye materialy* [Sculpture and sculptural materials]. Moscow, Sovetskiy khudozhnik. (in Russian).
10. Rabinovich, F. N. (2004), *Kompozity na osnove dispersno armirovannykh betonov. Voprosy teorii i proyektirovaniya. tekhnologiya, konstruksii* [Composites based on dispersion-reinforced concrete. Questions of the theory and design, technology, construction]. Moscow, ABC. (in Russian).
11. Teylor, B. (2006), *Art Today. Aktualnoe iskusstvo 1970–2005* [Art Today. Actual art of 1970–2005]. Moscow, Slovo/Slovo. (in Russian).
12. Andrews, O. (1988), *Living materials: a sculptor's handbook*. Berkeley, California, Univ. of California Press. (in English).
13. Art exhibitions (Hamad international airport, Qatar). Available at: <http://dohahamadairport.com/art/playground>. (accessed 7 June 2017).
14. Bilderbok, F. (1999), Egon Möller-Nielsen. Till lexskulptur. Konstvetenskapliga institution vid Stockholn. Available at: http://www.artotec.se/bakgrund/Egon_SU.pdf. (accessed 7 June 2017).
15. Carducci, V. (2005), Tom Otterness: Public Art and the Civic Ideal in the Postmodern Age. Sculpture. Available at: http://www.sculpture.org/documents/scmag05/april_05/otterness/otterness.shtml. (accessed 7 June 2017).
16. Larsson, N. (2003), Generös konst för unga sinnen (Dagens Nyhete). Available at: <http://www.dn.se/insidan/generos-konst-for-unga-sinnen/>. (accessed 7 June 2017).
17. Mills, J. (1990), *Encyclopedia of Sculpture Techniques*. Batsford, Art. (in English).
18. Rich, J. C. (1947), *The materials and methods of sculpture*, New York, Reprint of the Oxford University Press. (in English).
19. The Richest Countries in the World (2016), (Global Finance Magazine). Available at: <https://www.gfmag.com/global-data/economic-data/richest-countries-in-the-world?page=12>. (accessed 7 June 2017).

УДК 766+77. 7.0705(477+73)

Оксана Мельник

МЕХМЕД ФЕМИ АГА: УЧЕНЫ ГЕОРГИЯ НАРБУТА ЗІ СВІТОВИМ ІМ'ЯМ

У статті досліджено творчий шлях учня Георгія Нарбута та одного з перших арт-директорів у історії журнального дизайну Мехмеда Фемі Аги (1896–1978). Розглянуто базову мистецьку освіту дизайнера та формування його творчого методу в контексті розвитку як українського, так і американського графічного дизайну. Окремо простежено основні аспекти та принципи роботи над дизайном друкованих видань, зокрема, глянцевого журналу “Vanity Fair” та “Vogue”.

Ключові слова: Мехмед Фемі Ага, Георгій Нарбут, графіка, журнал, арт-директор, фотографія, дизайн.

Оксана Мельник

МЕХМЕД ФЕМИ АГА: УЧЕНИК ГЕОРГИЯ НАРБУТА С ВСЕМИРНО ИЗВЕСТНЫМ ИМЕНЕМ

В статье исследовано творческий путь ученика Георгия Нарбута и одного из первых арт-директоров в истории журнального дизайна Мехмеда Фемі Аги (1896–1978). Рассмотрено базовое художественное образование дизайнера и формирование его творческого метода в контексте развития как украинского, так и американского

графического дизайна. Отдельно означено основные аспекты и принципы работы над дизайном печатных изданий, в частности гляцевых журналов “Vanity Fair” и “Vogue”.

Ключевые слова: Мехмед Фемі Ага, Георгій Нарбут, графіка, журнал, арт-директор, фотографія, дизайн.

Oksana Melnyk

**DR. MEHEMED FEHMY AGHA: A STUDENT OF GEORGIY NARBOUT
WITH A WORLD-WIDE KNOWN NAME**

The article explores the creative path of Mehmed Femi Agha (1896–1978), who was one of the first art directors in the history of magazine design. His contributions to the field of magazine publishing changed the nature of magazine design and redefined the role of the designer and art director. M. F. Agha emigrated from Ukraine at a fairly young age, but the very fact that he obtained his first (and only) professional education precisely at the Ukrainian Academy of Arts and under the guidance of the coryphaeus of Ukrainian graphic arts G. Narbut predetermines the need for rethinking and deeper analysis of his creative posture. The key principles laid down in the graphic workshop of G. Narbut, the technical and aesthetic peculiarities of the works, as well as the general aesthetic and ideological orientations of the artist themselves, became the catalysts for creating a new quality of the Ukrainian printed product and proved the significance of his pedagogical program and the example of M. F. Agha. Relying on his own creative experience and being conscious of the role played by the book in society, G. Narbut focuses his work on the workshop, first of all, on the book graphic arts. Studying at the workshop of G. Narbut began with the perfect mastering of graphic equipment and its correspondence to the working materials. The first stage of practical work was the “discipline” of hands and eyes – copying. The next step in the workshop was to solve a composite task – a combination of font and ornament on a separate page or cover page. This work opened the understanding of the properties of the closed graphic composition, the balance of graphic and font elements. The main task in the work on the cover was the creation of a certain sign element that contains the generalized symbolic content of the book and organically fits with the font and at the same time serves as a decoration of the book. It should be noted that the appeal to historical styles and “past” did not become the basis of the creative method of the Agha, but became a source of inspiration and self-education. The bases of the composition, the understanding of the specifics of the materials and the possibilities of polygraphy, laid in the workshop of Narbut became fundamental knowledge for the future. After graduating he emigrated to Europe, where he practically improved his artistic skills. His work impressed the publisher from New York Conde Nast, therefore, he moves to New York and becomes an art director of three glossy editions. Agha was an exceptional artist, with strong scientific and technical skills. He was a pioneer in the use of sans-serif typefaces, photo montage, duotones and full color photography which he used wherever possible. He was the first designer that spread the images across the gutter and he used full bleed images. The creative achievements and the importance of his activities are the cause of this study. The basic artistic education of the designer and the formation of his creative method in the context of the development of both Ukrainian and American graphic design is considered. The main aspects of the work and principles of the design of printed publications, including the glossy journals “Vanity Fair” and “Vogue”, are followed.

Key words: Mehmed Femi Agha, Georgiy Narbut, graphics, magazine, art director, photography, design.

На тлі української культури перших десятиліть ХХ ст. суттєво зростає статус графіки, яка, у контексті загальноєвропейської переорієнтації мистецтва на “виробничі потреби”, спрямовується у річище нестанкових прикладних форм. Це – пора радикальних змін і у технологічних параметрах поліграфічної продукції, і в естетичних вимогах до друкованих видань. Книга чи часопис сприймають як ідеальне середовище для вирішення новітніх завдань, а проблеми книжково-журнальної графіки стають пріоритетними в образотворчому мистецтві й

залучають до творчої праці велику кількість митців. Особливе місце у процесі становлення нової національної графічної школи належить Георгієві Нарбуту. Він не лише вивів на якісно новий рівень графічне оформлення української книги та поліграфічної продукції, а й мав вплив на ціле покоління українських художників-графіків, покликавши до життя яскраве та непересічне явище українського образотворчого мистецтва – нарбутівську школу. Серед прямих учнів Г. Нарбута виділяється універсальна за діапазоном творчості постава М. Ф. Аги – прихильника конструктивізму та розробника базових принципів сучасного журнального та рекламного дизайну. Ім'я “Dr. Agha” вже стало усталеним у контексті модерного журнального дизайну та увійшло у історію графічного дизайну як одного з перших та найбільш інноваційних арт-директорів.

Творчість М. Ф. Аги українські дослідники досі не розглядали окремо, водночас його ім'я спорадично фігурувало у розвідках 1920-х років, присвячених окремо Г. Нарбуту чи його графічній майстерні в Українській академії мистецтв. Так, на інформацію про М. Ф. Агу в числі безпосередніх учнів Г. Нарбута натрапляємо в працях фундатора українського мистецтвознавства Ф. Ернста [3], сучасників митця Ю. Михайліва [6], М. Бурачека [1]. Фігуруючи поряд з іменами М. Кирнарського, Л. Лозовського, Р. Лісовського та менш відомими М. Бурк й А. Адамською, фрагментарні згадки про Агу лише посилюють потребу ретельного дослідження. Зарубіжні автори Ф. Меггс [10], С. Геллер [8], Р. Ремінгтон [12], Р. Холіс [9], О. Гурова [2] розглядають діяльність та методику роботи М. Ф. Аги у видавничій справі, аналізують новації та принципи роботи над журналом у контексті загального розвитку світового й американського графічного дизайну [10; 8; 12; 9; 2]. Водночас, питання мистецької освіти дизайнера залишається нерозкритим.

Мета статті – простежити життєвий і творчий шлях М. Ф. Аги, виявити основні аспекти базової мистецької освіти дизайнера та формування його творчого методу; простежити принципи роботи над дизайном друкованих глянцевих видань у США.

Народився М. Ф. Ага в Миколаєві 1896 р. у родині турецького торговця. Першу професійну освіту здобував у Києві на економічному факультеті політехнічного інституту, а в 1917-му долучив до занять у графічній майстерні Георгія Нарбута в новоствореній Українській академії мистецтв (УАМ). Період навчання в УАМ був нетривалим (Г. Нарбут помер у 1920 р., відтак більшість учнів, у тому числі М. Ф. Ага виїхали з Києва), проте дуже плідним. Не лише навчання, а й загальна атмосфера київського середовища, де пробуджувалось і кипіло мистецьке життя, а молодь об'єднувалась у “футуристичні” гуртки й товариства, гартуючи себе, за висловом П. Ковжуна, “ідейно”, “...бо ж обмін ішов і думками, і досягненнями, й інтересами, і працею”, спонукаючи до розвитку та творчості [4, с. 66]. Викладання в майстернях УАМ було характерним відмінним від офіційного академічного методу навчання педагогічним підходом. Тут продовжився методичний принцип О. Мурашка, апробований у навчальному процесі Київської малювальної школи, – щодо суто індивідуального розвитку здібностей кожного окремого учня відповідно до його характеру та симпатій [7, с. 161]. Система індивідуальних майстерень давала студентам змогу вільно обирати творчих керівників та переходити з однієї майстерні в іншу. На відміну від традиційної академічної освіти, що розвивала лише “вищі” станкові форми мистецтва, навчальна система УАМ надавала значної ваги розвитку його декоративних форм, вивченню художньо-промислового та народного мистецтва, синтетизм яких став фундаментальною базою для розвитку дизайну. Вагомою засадою “нетрадиційності” навчання в УАМ була фактична першочерговість засвоєння специфіки матеріалу, оволодіння загальними законами образотворчого мистецтва, як це згодом реалізували в програмі школи Баухауз. У майстернях студенти вивчали й аналізували історичні пам'ятки, працювали в техніці та виконували композиційні вправи. Система викладання у майстернях чітко не розмежовувала практичне вивчення декоративно-ужиткових та образотворчих видів мистецтва, даючи змогу максимально глибоко осягнути специфіку обраної професії [5, с. 32]. Відповідною до основних освітніх засад академії була і діяльність майстерні графіки під орудою Г. Нарбута. Покладаючись на власний творчий досвід та усвідомлюючи роль, яку відіграє книга у суспільстві, Г. Нарбут зорієнтовує роботу в майстерні, передусім, на книжкову графіку. Навчання починалося з досконалого засвоєння графічної техніки та її

відповідності матеріалам. Першим етапом практичної роботи було “дисциплінування” руки та ока – копіювання. Подальший крок розв’язання композиційного завдання – поєднання шрифту та орнаменту на проєкті окремої сторінки чи обкладинки. Ця робота відкривала розуміння властивостей замкненої графічної композиції, урівноваженості графічних та шрифтових елементів. Основним завданням у роботі над обкладинкою було створення певного знакового елементу, що не лише вміщує узагальнений символістичний зміст книги, а й органічно в’яжеться зі шрифтом та служить окрасою книги, маючи декоративну форму і мистецьке виконання. Варто зазначити, що апеляція до історичних стилів та “минушини”, на які опирався в роботі Г. Нарбут, хоч і не лягла в основу творчого методу М. Ф. Аги, стала джерелом натхнення й самоосвіти, а основи композиції і розуміння специфіки матеріалів та можливостей поліграфії, без сумніву, були фундаментальними знаннями для роботи у сфері поліграфічної продукції.

Отже, після смерті Г. Нарбута, на початку 1920-х рр. М. Ф. Ага виїхав до Західної Європи, де зупинився в Парижі, вивчаючи мови в Інституті національних досліджень та цивілізацій східних країн (INALCO) і працюючи в художній студії рекламної агенції “Dorland”. Із 1928 р. М. Ф. Ага зайняв посаду помічника художнього редактора, відповідаючи за макетування німецького варіанта глянцею “Vogue” видавця Конде Наста. Дизайни і макети Аги зацікавили власника видавництва, якого вже не влаштовувала “стара школа декоративності, класичних шрифтів та щільної верстки”, котру продовжував упроваджувати художній редактор американського “Vogue” Х. Кемпбелл [8]. Ага переїхав у 1929 р. до Нью-Йорка, де став арт-директором трьох глянцевих журналів видавництва “Conde Nast”: “Vogue”, “Vanity Fair” і “House&Garden”. Арт-директор – термін, який у той час лише почали використовувати у видавничій сфері для означення діяльності фахівця, котрий відповідає за візуальний стиль і зображення в друкованих виданнях, рекламі, на телебаченні. Його функція полягає у створенні загального дизайну та координації роботи всього колективу в різних сферах – від художньої до технічної. На посаді арт-директора М. Ф. Ага стрімко втілював ряд технічних та художніх новацій, що заклали основи сучасного підходу до журнального дизайну. Можемо виділити наступні базові засади, на яких Ага будував усю творчу концепцію.

- досконала композиція (київський досвід);
- апеляція до елегантності та розкоші у зображеннях (французький досвід);
- конструктивізм та функціоналізм (німецький досвід).

Укорінення у творчий метод Аги естетики німецької “Нової типографіки” бачимо з його звернення до дизайнерів: “Храм конструктивізму наповнений скарбами, тому рекомендується комерційному дизайнеру як джерело натхнення” [12, с. 25; 11]. Крім того, він спонукав їх якомога частіше відвідувати музеї, щоб освіжити голову і надихнутися творами видатних майстрів [9, с. 98]. Ця методика буквально відтворює методу Г. Нарбута, який водив своїх учнів у історичні музеї, архіви друкарської школи Печерської Лаври, заохочуючи їх до ознайомлення з необхідними для подальшої праці першоджерелами. Крім того, ключовим досягненням і запорукою успіху дизайнера було проникнення в суть синергії дизайну та редакційної роботи. Ага шукав насамперед зв’язки між словом та зображенням, візуалізуючи суть повідомлення через парадоксальний заголовок, серію фотографій і влучні підписи. На думку Аги, в редакційному процесі принципово важливою є відповідність між візуальною та вербальною подачею будь-якої статті, тому гостра й цікава за змістом публікація не може бути повноцінно відтворена одноманітною та сухою версткою.

Основними сферами для експериментів та впровадження новаторських концепцій Аги були: 1) типографіка та верстка; 2) зображення; 3) загальна композиція видання. Ага радикально змінив підхід до формування макета журналу. Типографіка була спрощена і максимально систематизована, а усі елементи розворотів, що не мали конкретної функції (вертикальні й горизонтальні лінійки між колонками), дали місце простору та “повітрю”. Ага ввів на зміну антикві гротески, зокрема, шрифт П. Реннера “Futura”; для заголовків використовував літери тільки нижнього реєстру; тексти довільно розміщував на розвороті, а самі розвороти сприймалися як єдиний візуальний ряд, а не серія окремих сторінок. Ага довів,

що заголовок у кінці сторінки сприймається не гірше, ніж на початку, а читабельність тексту малого кеглю посилюється великими пробілами та незадрукованим простором розвороту.

Важливою новацією Аги було впровадження фотографії як домінуючої техніки ілюстрування. Схильність до експерименту призводила до нових форм макетування за допомогою фотопроцесів. Ага впровадив фотомонтаж та “віялові” фотозображення, що, послідовно змінюючись, проходять через розворот, створюючи ілюзію руху та розповіді. Для експериментів з фотографіями у видавництві було створено фотостудію, де Ага з професійними фотографами експериментував із ефектами освітлення, тонування, кадрування та друку. Саме під керівництвом Аги вперше в історії у 1932 р. вийшов журнал (“Vogue”) з повноколірною фотографією на обкладинці. Для максимального ефекту Ага використовував зображення і на останній сторінці обкладинки [9, с. 99]. Цікаво, що результатом експериментів у фотостудії стали фотозображення такої візуальної чіткості та якості (за рахунок контрасту й світлотіні), що виникло поняття суперреалізму, відомого у рекламі як “методика високих продажів” [2, с. 10]. У цей період у сфері рекламного дизайну в США часто використовували ключове слово – “елегантність”, і саме це визначення найкраще характеризує творчість Аги. Його робота в журналі “Vanity Fair” позначена також співпрацею з блискучими художниками-модерністами, зокрема Паоло Гарретто, Фортунато Деперо, Раулем Дюфі; до оформлення обкладинок “Vogue” Ага залучив художників Едуардо Гарсія Беніто, Сальвадора Далі, Хуана Міро. Сатиричні ілюзії на обкладинках у дусі кубізму, футуризму, ар деко не лише створювали влучний, максимально дієвий візуальний посил, а й давали журналові змогу вийти за межі цільової аудиторії домогосподарок.

Ще однією важливою новацією М. Ф. Аги став підхід до формування загальної композиції журналу. Він нівелював корінцеве поле, коли було потрібно, переносив через лінію розвороту одночасно кілька статей; максимально розширив поля які, водночас, нівелював фотографіями поданими під обріз. Результатом таких новацій став “ландшафтний” формат розвороту – динамічний, асиметричний, водночас урівноважений за рахунок тонкого балансу і законів композиції. Такі новаторські підходи й експерименти в журнальному та рекламному дизайні досі є базовими у видавничій практиці. Авторитет М. Ф. Аги сприяв тому, що у 1935 р. він став президентом Клубу арт-директорів у Нью-Йорку, а в 1953–1955 рр. очолював Американський інститут графіки (AIGA) [11].

Загалом, можемо підсумувати, що досягнення і творчий шлях Мехмеда Фемі Аги видають у ньому не лише непересічну творчу особистість, інтелектуала та фахівця своєї справи, а й виводять у ряд найзначніших імен світового графічного дизайну. Методи роботи Аги як арт-директора з підлеглими, новаторське переосмислення графічної площини та вимогливий підхід до композиції, тривалий пошук найкращого візуального відповідника до будь-якого тексту, повідомлення чи ідеї – такі засади праці Аги віддзеркалюють базові педагогічні засади Г. Нарбута у спілкуванні зі своїми учнями. Незважаючи на те, що М. Ф. Ага емігрував з України у порівняно молодому віці, той факт, що він перший та єдиний здобув фахову освіту саме у стінах УАМ та під керівництвом корифея українського графічного мистецтва Г. Нарбута, зумовлює потребу переосмислення і глибшого аналізу його творчої постави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бурачек М. Спогади про Г. І. Нарбута / М. Бурачек // Бібліологічні вісті. – 1927. – № 1. – С. 91–101.
2. Гурова Е. Храм елегантного конструктивізму / Е. Гурова // Дизайн и технологии. Москва : МГУДТ. – 2013. – № 37. – С. 6–12.
3. Ернст Ф. Георгій Нарбут та нова українська книга / Ф. Ернст // Бібліологічні вісті. – 1926. – № 3. – С. 5–35.
4. Ковжун П. Василь Крижанівський, 1891–1926 / П. Ковжун // Українське мистецтво. – 1926. – № 3. – С. 66.
5. Лагутенко О. А. Українська книжкова обкладинка першої третини ХХ століття. Стилiстичні особливості художньої мови / О. А. Лагутенко. – К. : ВПІ ВПК Політехніка, 2005. – 124 с.

6. Михайлів Ю. Фрагменти спогадів про Г. І. Нарбута / Ю. Михайлів // Бібліологічні вісті. – 1926. – № 3. – С. 46–51.
7. Шмагало Р. Мистецька освіта в Україні середини ХІХ – середини ХХ ст. [Текст]: Структурування, методологія, художні позиції / Р. Шмагало; Львівська національна академія мистецтв. Факультет історії та теорії мистецтв. – Львів: Українські Технології, 2005. – 528 с.: іл.
8. Heller S. Icons of Graphic Design / S. Heller, M. Ilić. – London: Thames & Hudson, 2001. – 224 p.
9. Hollis R. Graphic Design. A Concise History / R. Hollis. – London: Thames & Hudson, 2002. – 232 p.
10. Meggs P. A History of Graphic Design / P. Meggs. – New York: John Wiley & Sons Inc., 1998. – 510 p. Електронна версія: <https://www.scribd.com/doc/111764736/A-History-of-Graphic-Design-Philip-B-Meggs>
11. Mehemed Fehmy Agha // AZ Project. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://az-project.org/en/designers/mehemed-fehmy-agma-2/>
12. Remington R. and Hodik, B. Nine Pioneers in American Graphic Design / R. Remington and B. Hodik. – Cambridge, Mass.: MIT Press, 1989. – 179 p.

REFERENCES

1. Burachek, M. (1927), *Spogady pro G. I. Narbuta* [Memories of G. I. Narbut], *Bibliologichni visti* [Bibliologic news], no. 1, pp.91–101. (in Ukrainian).
2. Gurova, E. (2013), *Khram elegantnogo konstruktivizma* [Temple of elegant constructivism], *Dizayn i tekhnologii* [Design and technology], Moscow, MGUDT. no. 37, pp. 6–12. (in Russian).
3. Ernst, F. (1926), *Heorhii Narbut ta nova ukrainska knyha* [Georgy Narbut and a new Ukrainian book], *Bibliologichni visti* [Bibliologic news], no. 3, pp. 5–35. (in Ukrainian).
4. Kovzhun, P. (1926), *Vasyl Kryzhanivskyi, 1891–1926* [Vasyl Kryzhanivsky, 1891–1926], *Ukrainske mystetstvo* [Ukrainian art], no. 3, p. 66. (in Ukrainian).
5. Lagutenko, O. (2005), *Ukrainska knyzhkova obkladynka pershoi tretyny KhKh stolittia. Stylistychni osoblyvosti khudozhnoi movy* [Ukrainian book cover of the first third of the twentieth century. Stylistic features of artistic language] Kyiv, VPI VPK Politekhnik. (in Ukrainian).
6. Mykhailiv, Yu. (1926), *Frahmenty spohadiv pro H. I. Narbuta* [Fragments of memories about G. I. Narbut], *Bibliologichni visti* [Bibliologic news], no. 3, pp. 46–51. (in Ukrainian).
7. Shmagalo, R. (2005), *Mystetska osvita v Ukraini seredy XIX – seredy XX st. [Tekst]: Strukturuvannia, metodolohiia, khudozhni pozytsii* [Art education in Ukraine in the middle of the XIX – mid XX century: Structuring, methodology, artistic positions], Lviv, Ukrainski Tekhnolohii. (in Ukrainian).
8. Heller, S. and Ilić, M. (2001), *Icons of Graphic Design*, Thames & Hudson, London. (in English).
9. Hollis, R. (2002), *Graphic Design. A Concise History*. Thames & Hudson, London. (in English).
10. Meggs, P. (1998), *A History of Graphic Design*, John Wiley & Sons Inc., 510 p, available at: <https://www.scribd.com/doc/111764736/A-History-of-Graphic-Design-Philip-B-Meggs> (in English).
11. Mehemed Fehmy Agha – First Art Director // AZ Project, available at: <http://www.magazinedesigning.com/mehemed-fehmy-agma-first-art-director> (in English).
12. Remington, R. and Hodik, B. (1989), *Nine Pioneers in American Graphic Design*. Cambridge, Mass. MIT Press. (In English).