

Яковчик Н.О., студ. гр. 308 ФКСКД  
БГУКИ  
Научный руководитель – Орешко Т.Д.,  
ст. преподаватель

## **ЕДИНСТВО СТИЛЯ И ДИЗАЙНА В ЖУРНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЯХ**

Несмотря на появление новых форм передачи информации, таких как телевидение, Интернет, мультимедиа, печатная продукция в XXI веке не только не потеряла свою востребованность, но скорее наоборот, получила небывалую ранее популярность. В первую очередь, это относится к такому жанру графического дизайна, как журнал. Практически ежедневно во всем мире появляются все новые и новые журнальные издания, они становятся не просто источником новостей и развлечений, но обязательным элементом того образа жизни, который ими и пропагандируется. Новые тенденции в издательском бизнесе: например появление различных версий одного издания в разных странах привели к утрате многими современными журнальными изданиями национальной принадлежности. Даже только один этот факт позволяет рассматривать современную печатную продукцию, как единое интернациональное медиа-пространство. Необходимость конкуренции альтернативных журнальных изданий между собой и прочими средствами массовой информации привела к увеличению скорости восприятия информации, что, в свою очередь, увеличило роль и значимость визуальной информации. В силу этого образные визуальные характеристики современного печатного издания оказываются не менее важными, чем его содержание. Современная визуальная культура, основанная на эстетическом плюрализме, не предполагает создания универсальных образов прекрасного, но требует постоянного поиска новых проектных решений.

Несмотря на обилие каталогов и альбомов по журнальному дизайну, выпущенных за последнее 10-летие, их содержание, как правило, представляет собой обзор наиболее эффектных печатных изданий. Несмотря

на уникальность подобных изданий, авторы ограничиваются иллюстративными подписями, не анализируя представленного в них изобразительного ряда. Авторы не учитывают определенный культурно-исторический контекст. Например, история трансформации графического облика журнальной формы затрагивается в трудах, посвященных общей истории графического дизайна (Ричарда Холлиса, Филипа Мегса, Роже Ремингтона, Рика Пойнора и др.), но приведенные примеры носят выборочный характер и не позволяют воссоздать целую картину развития журнального жанра на протяжении истории его существования.

В журнальном жанре выявлена зависимость выбора, построения и компоновки отдельных элементов журнала от стилистического строя всего издания. Необходимо учитывать определяющие для журнала свойства периодичности и наличие в составе издания отдельных произведений различных авторов. Важным условием для проектирования журнальной формы является необходимость сохранения единства журнала. Периодичность журнального издания предполагает наличие типичных или постоянных элементов, наряду с элементами, стилистика которых меняется от одного номера к другому.

В рамках изучения анатомии журнальной формы можно выделить буквенные элементы, иллюстративные элементы, а также узнаваемые символы и внебуквенные знаки (пиктограммы, диаграммы, графики и т.д.). В журнале также присутствуют элементы, сами по себе не имеющие никакого содержания (пробельные элементы, орнаменты и т.д.) [1, с. 164]. Все эти элементы определяют стилистическое решение журнального издания.

Однако элементы оформления, как правило, не существуют изолированно друг от друга, а всегда группируются, объединяются, располагаясь в определенном порядке. Например, буквы чаще всего объединяются в строки, а строки объединяются в колонки текста, которые, в свою очередь, группируются в полосу набора.

Журнал изначально рассчитан на выборочное прочтение. Послойная подача информации, характерная для всех СМИ, позволяет читателю, как просто просматривать содержание статей, не вникая в подробности, так и прочитывать текст заинтересовавшей его статьи целиком. Прочитывая книгу, читатель использует один способ усвоения информации. Журнал же наоборот предлагает вариативность в обращении с информацией, что называется послойной подачей информации.

В журнале можно выделить несколько информационных слоев [2, с. 135].

К первому или самому общему слою относится та информация, которую читатель получает еще до того, как откроет журнал. Эта информация, заключенная в журнальной обложке, которая позволяет читателю получить самые общие сведения об издании (название, номер и дата выпуска, перечень статей, анонсы которых вынесены на обложку). Этот информационный слой анонсирует, побуждает читателя купить и просмотреть издание.

На втором информационном слое читатель не получает информацию о содержании статьи, но видит к какому информационному блоку или разделу она относится, а также, какое место она занимает в иерархической структуре журнала.

Третий информационный слой включает в себя общую информацию о статье, которую читатель, благодаря выделенным мыслям, врезам, иллюстрациям и выделениям в тексте. Наличие этого слоя принципиально отличает журнальную форму от других многополосных изданий. Благодаря работе дизайнера этот слой отличается высокой изобразительной активностью и полностью ориентирован на ускорение восприятия информации.

К четвертому информационному слою относится та информация (статья или материал), которая составляет основу ее содержания. Это может быть основной текст, в том случае, когда смысловая нагрузка лежит на

текстовой информации, или же это могут быть иллюстративные блоки, в случае, когда информация передается с помощью изображений (показы одежды и т.д.).

В ходе анализа исторического развития журнального жанра с позиции графического дизайна, выявлены общие тенденции изменения принципов проектирования журналов разной тематики и разных стилевых направлений:

1. Увеличение скорости обновления макета;
2. Усиление дискретности структуры журнальной формы: сокращение объема, непрерывно организованной информации (отдельные статьи), с увеличением мелкой информационной нарезки, выносной и справочной информации и т.д.;
3. Изменение соотношения текстовой и визуальной информации в отдельном журнальном издании в сторону все большего увеличения визуальной составляющей, ориентированное на высокую скорость восприятия и усвоения информации.

Журнал, как инструмент, передающий информацию не только через чтение, но и через оформление, форму и конструкцию, продолжает развиваться и совершенствоваться. Сложные конструкции переплетов, хитрые вырубki, необычные материалы, нестандартные форматы все больше применяются в оформлении печатной продукции.

Таким образом, уже сложно согласиться с ныне распространенным мнением, что журнал является умирающим жанром и скоро все заменят электронные носители. На мой взгляд, последний просто займет свое место в способах передачи информации.

#### Список использованной литературы:

1. Борева, Ю. Б. Эстетика: Учебник по курсу "Эстетика" для вузов / Ю.Б. Борева. — М.: Высш. шк., 2002. — 511 с. — Библиогр.: 486с.
2. Рожнова, О. История журнального дизайна / О. Рожнова. — М.: Книга, 2008. — 272 с.: ил.

3. Устин, В.Б. Композиция в дизайне. Методические основы композиционно-художественного формообразования в дизайнерском творчестве / В.Б. Устин. — 2-е изд., уточненное и доп. — М.: АСТ: Астрель, 2008. — 239 с.: ил.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ