

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Кафедра издательского дела, стилистики и медиаиндустрии

КУРСОВАЯ РАБОТА
СТИЛЬ ОФОРМЛЕНИЯ ЖУРНАЛА
(НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛОВ «VOGUE» И «NUMERO»)

Работу выполнил _____ К.В. Логинов
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Факультет _____ журналистики _____ курс _____ 1 _____

Специальность/направление _____ 42.03.03 Издательское дело _____

Научный руководитель
доц. канд. филол. наук, доц. _____ О.В. Хлопунова
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер
доц. канд. филол. наук, доц. _____ О.В. Хлопунова
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Эволюция стиля оформления журнала.....	5
1.1 Особенности оформления журналов в период XVII – XIX вв.	5
1.2 Новые технологии, возможности и тенденции в оформлении журналов в XX веке.....	8
1.3 XXI век. Современное состояние оформления периодики и актуальные тенденции.....	11
2 Анализ стиля оформления журналов «Vogue» и «Numero».....	14
2.1 Анализ стиля оформления журнала “Vogue”.....	16
2.2 Анализ стиля оформления журнала “Numero”.....	19
Заключение.....	23
Список использованных источников.....	25
Приложение А Журнал Mercure Galant.....	27
Приложение Б Журнал The Farmer's Almanac.....	28
Приложение В Журнал Judge.....	29
Приложение Г Журнал Success.....	30
Приложение Д Журнал Mediterraneo Futurista.....	31
Приложение Е Журнал Independent Magazine.....	32
Приложение Ж Журнал Cosmopolitan.....	33
Приложение З Журнал Vogue.....	34
Приложение И Журнал Numéro.....	35

ВВЕДЕНИЕ

В условиях современного состояния издательского дела не существует конкретных ограничений в выборе и воплощении выбранного издательством стиля оформления журнала, что в наши дни является важной частью любого издания и выполняет определенное количество функций, таких как утилитарная, идеологическая, эстетическая и рекреативная. Именно этим обоснована *актуальность темы*.

Выбранная тема имеет среднюю *степень научной разработанности*, так как большинство научных работ направлено на изучение не технических и художественных особенностей периодических изданий, а на тематику и характер подачи информации в них. Но, несмотря на вышесказанное, можно выделить ряд академиков, активно занимающихся данным вопросом.

Объект исследования – журналы.

Предмет исследования – стиль оформления журнала на примере “Numero” и “Vogue”.

Цель работы – изучение современного состояния стилевого журнального оформления и выявление тенденций его развития.

Задачи работы:

1. изучить историю оформления журналов;
2. рассмотреть и проанализировать стиль оформления современных журналов;
3. выявить современные особенности оформления;
4. выявить факторы влияющие на выбор стиля оформления.

Материалом исследования для данной работы послужили следующие издания: ежемесячный журнал «Vogue Россия» (выпуск от апреля 2018) и ежемесячный журнал «Numéro Россия» (выпуск от февраля 2018).

Методологической базой курсовой работы являются труды следующих ученых: Э.А. Лазаревич, Г. Гнидович, Г. Бридинг, Г.А. Кнабе.

Методы исследования: анализ литературы, индукция, классификация, анализ журналов как объект работы.

Новизна данного исследования состоит в изучении нынешнего состояния стилистического оформления журналов на примере конкретных изданий и в выявлении общих тенденций его развития.

Теоретическая значимость исследования: работа обогащает актуальный раздел издательского дела – оформление журналов. Исследование расширяет методологическую базу данного раздела, выявляя его состояние и тенденции.

Практическая значимость исследования: результаты исследования могут быть использованы в работе издательств для создания максимально востребованного и актуального продукта.

Структура работы:

Во введении были обоснованы актуальность и новизна работы, поставлены цели и задачи и названы методы и материалы работы. В первой главе мы рассмотрели эволюцию стиля оформления журнала. Во второй главе мы рассмотрели и проанализировали стили оформления двух современных российских журналов. В заключении были выявлены тенденции развития стиля оформления журналов и сделаны выводы из анализа, проведенного во второй главе. Список использованных источников включает в себя 20 трудов разных авторов.

1 Эволюция стиля оформления журнала

Проводя исследование любой проблемы, всегда необходимо изучить историю её развития. В данной главе мы рассмотрим эволюцию стиля оформления журналов с их появления и до наших дней. Эта работа проведена для того, чтобы выявить тенденции и влияющие на них факторы.

1.1 Особенности оформления журналов в период XVII – XIX вв.

Открытие способа тиражирования и обновление книгопечатания стали непосредственными причинами появления журнала как принципиально нового вида общественной коммуникации. «В начале XVI века в Европе начали появляться первые печатные листовки и брошюры с описанием какого-либо знаменательного события. С того момента такие критерии, как актуальность и своевременность получения информации, получили не меньшую важность, чем ее достоверность» [13, с. 6].

Как особый вид периодических изданий журнал появился в странах Европы в XVII веке. Первым развлекательным журналом был выходивший во французском королевстве *Le Mercure Francais* (1605-1644). Он очень быстро стал популярным, и вскоре в западноевропейских странах, таких как Германия, Голландия и Англия, у него появились аналоги, выпускающиеся на языках данных государств. Как следствие развлекательная функция стала первичной для журнала, что в значительной мере определило характер его оформления. Также нужно учитывать тот факт, что прообразами первых журналов послужили географические и астрологические карты и иллюстрированные альманахи. Именно поэтому изначально журнальная форма представляла собой не только текст, но и различные графические элементы. Вместе с этим необходимо упомянуть и то, что на внешний вид журналов оказали влияние появившиеся технологии производства изданий, а именно техника гравирования на металле, что преумножало возможности

репродукции графики. Это способствовало снабжению журналов целыми иллюстрированными приложениями. Как таковые приложения были позаимствованы из изданий-альбомов, имевших большой формат и изображавших художественные произведения искусства и различные чертежи. Большой спрос на иллюстративные формы повествования также объяснялся популярностью коллекционирования, так как в XVII веке оно стало одним из наиболее распространенных методов познания. Именно поэтому можно сказать, что изначально иллюстрирование было не только частью украшения журналов, но и одной из их основных особенностей. Оно стало альтернативным тексту носителем информации. Зачастую в периодических средствах информации XVII века наблюдались не единичные картинки, а целые ряды изображений, объединенные общей темой. Яркий пример оформления журнала в данный период изображен на рисунке 1 приложения А на примере журнала *Mercure Galant*.

Примечательно, что в названиях часто присутствовало французское слово *journal* – газета, дневник, указывающее на общий исторический прототип данных видов периодической печати. Также на это указывает и тот факт, что большинство печатных изданий имело книжный формат. Газеты и журналы XVII века по оформлению были похожи на то, что в наше время называется брошюрами. Наиболее часто в периодики использовался формат ин-кварто в объеме от четырех до тридцати шести полос. Исходя из этого, можно отметить, что в это время журналы отличались от газет только обилием иллюстрирования. Стиль оформления обоих видов печатных изданий полностью определяли книжные каноны.

В XVIII веке журналы обрели настоящую мировую популярность, начав издаваться в США, России и Испании. Несмотря на это, принципы их оформления, выработанные в XVI и XVII веках, остались теми же, и периодика была похожа не на ту, которую мы привыкли видеть, а больше походила на книги. На титульных листах журналов размещалось название, вид издания по периодичности, дата и место издания. Также туда могли быть

помещены различные изображения и зарисовки. Внешний вид журналов не отличался пафосом, в отличие от книг, и показывал недолговечность издания. Это использовалось как преднамеренный ход для того, чтобы показать доступность и привлечь большую аудиторию.

В то время, как архитектура издания соблюдала старые принципы, стилистическое оформление журналов отображало барочные традиции того времени. Изображения на обложках изобиловали многочисленными мелкими деталями, создавались логотипы и эмблемы с символическим характером, совмещавшие декоративную и информативную функции, активно экспериментировали на гарнитурой шрифта. Примечательно, что в данный период стиль оформления не зависел от тематической направленности издания. Внутри издания пустые пространства между изображениями и текстом заполнялись графическими декоративными элементами, такими как линейки и орнаменты. Особенно распространены были цветочные текстуры. Данное явление гармонично смотрелось на фоне строгой архитектуры издания. Яркий пример оформления журнала в данном стиле изображен на рисунке 2 приложения Б на примере журнала *The Farmer's Almanac*.

Во второй половине XVIII века в оформлении журналов стал популярен классицизм, который господствовал до середины XIX века. Это стало следствием распространения данного стиля в других областях: моде, архитектуре, литературе и т.д. Он был достаточно контрастирующим предыдущему барокко. Для классицизма в оформлении журналов были характерны простота, симметричность, строгость и конструктивность. С появлением периодики исчезли элементы декора: пустое пространство стало основным средством выделения и разделения элементов издания. Рисованные эмблемы сменились на наборные. Шрифт в большинстве случаев являлся единственным украшением обложки. Увеличилась роль текстового содержания; графика использовалась минимально и была строга. Во всю использовалась геометрия, которая своим видом напоминала античную культуру.

В первой половине XIX века в периодике начал проникать викторианский стиль, пришедший из Англии и ознаменовавшийся упразднением унифицированности и каноничности и утратой стилистической целостности изданий. Данному процессу способствовали технологические новшества, которые смогли вернуть былую славу графики. Благодаря легкой технике нанесения изображения обложки и полосы журналов украшались иллюстрациями повседневной жизни общества, которые в свою очередь стали цветными. Впервые художественное оформление стало соответствовать тематике изданий. Из-за большого формата, который изменился на привычный нам А4 только к 80-м годам XIX века, журналы напоминали газеты, но отличались большим количеством художественных элементов оформления. С обложек журналов исчезла первополосная статья. На них размещались только изображения и названия в шапке, набранные шрифтами с жирными начертаниями. Впервые для расставления акцентов в тексте начали использовать выделение курсивным начертанием. Также в это время распространились такие явления, как комиксы и карикатуры, которые освещали актуальные общественные проблемы. Яркий пример оформления журнала в данном стиле изображен на рисунке 3 приложения В на примере журнала

Таким образом мы наглядно видим, что XIX век стал переломным моментом в стилистическом оформлении журналов и положил начало процессов, которые получили свое развитие уже в XX веке.

1.2 Новые технологии, возможности и тенденции в оформлении журналов в XX веке

Относительное послабление требований к стилю оформления журналов в конце XIX века стало одной из причин появления свободы и широкого разнообразия стилей в данной области в XX веке. В начале нового столетия популярность получили такие стили, как модерн, реализм, плакатный,

экспрессионизм, футуризм, дадаизм, де-стиль, конструктивизм, сепаратизм и станковизм. Они перекечевали в издательское дело из других областей общественной жизни, в том числе из искусства. Вышеупомянутые стили воплощали в себе настроения индустриализации и свободы, которые в это время были популярны. Всё больше в изданиях укреплялись принципы единства стилистического оформления и использования прикладного искусства. Следствием исчезновения линеек и прямоугольных рамок стало упразднение структурного зонирования элементов издания и переход к приемам композиции, основанной на свободном формировании журнального пространства с помощью творческой интуиции. Это помогло раскрепостить издателей в воплощении своих идей и окончательно сформировать журнальную форму, отличающуюся от книжной. Также в журналах активно использовались фотографии, которые максимально точно и достоверно передавали информацию в графическом виде. Особенно фотографии стали востребованы в новостных и аналитических журналах. Данная тенденция сохранилась и до нашего времени. Изобилие фотоизображение стало еще одной отличительной особенностью журналов. Это явление способствовало распространению в оформлении периодики реалистического стиля, то есть стало одним из стилеобразующих элементов. Чаще всего использовались фотографии, изображающие статичные сюжеты. Также в начале XX века наблюдалось обращение большего внимания на содержание и информативность, что стало одной из причин отказа от элементов декора на страницах журналов. Вместе с этим сокращается количество используемых в одном журнале гарнитур для того, чтобы графические элементы были более выразительными и журнал имел единый стиль оформления. Яркий пример варианта оформления журнала в данный период изображён на рисунке 4 приложения Г на примере журнала Success.

Одновременно с тенденцией внедрения новых технологий в стиль оформления журналов сохранялось сильное влияние искусства и существовало большое количество журналов не включавших в себя

популярные в это время фотографии, что является одним из ключевых изменений, произошедших с приходом XX века. Если раньше почти все журналы оформлялись в едином стиле, то теперь на полках киосков можно было встретить издания, представляющие разные стили. Особенно популярны были авангардные стили, такие как футуризм и дадаизм. Она проявлялись как некое нарушение правил. Текст мог находиться на изображении. Он мог располагаться как по горизонтали, так и по вертикали и диагонали. Одно слово могло быть набрано с разным начертанием, кеглем и гарнитурой шрифта. Элементы издания были непропорциональны друг другу. Также в оформлении было распространено использование большого количества ярких цветов. Несмотря на такой хаос, соблюдалась композиция, основанная на творческой интуиции. Яркий пример данного стиля изображен на рисунке 5 приложения Д на примере журнала *Mediterranea Futurista*.

К середине XX века количество журнальных стилей значительно возросло. И благодаря развитию технологий на издательском рынке можно было встретить издания с абсолютно разными оформлениями. Наиболее распространенными стилями были фото-экспрессионизм, ар-деко, стимлайн, сюрреализм, фотореализм, коммерческий модернизм, неоэкспрессионизм, неоабстракционизм, интернациональный, псевдофирменный, неодадаизм, неореализм, поп-арт, андеграунд, поздний модернизм, психоделия, эклектика, панк, постмодернизм, новая волна. Данное явление также стало следствием перехода на соответствие стиля оформления тематике издания.

Подводя итог XX века, можно сказать, что столь большое расширение спектра стилей оформления журналов стало закономерным следствием подаренной издателям свободы во время господства викторианского стиля во второй половине XIX века. Также стоит отметить факт сокращения используемых стилей к самому концу столетия.

1.3 XXI век. Современное состояние оформления периодики и актуальные тенденции

В начале XXI века после изобилия стилей предыдущего столетия отмечается их заметное сокращение. Данный факт напрямую связан с приходом «информационного века». Если еще в нулевых количество журналов с неклассическим стилем оформления было велико, то уже в десятых годах большинство журналов стало выбирать стилистику относительно строже.

Ставший популярным в конце XX века стиль новой волны еще был распространен в первые пять лет нового века. По своей особенности он напоминал смесь футуризма и психоделии из-за присутствующего радикализма и агрессивности. Композиция издания создавала впечатление хаотичности за счет сочетания специально подобранных иллюстративных материалов и рукописных элементов. Делался большой акцент на ритмику, пластику и нарушение системности. Свободная компоновка отражала стильность, современность и соответствие модным течениям в обществе. Внутри издания колонки могли иметь форму неправильных фигур, пролеты между текстом и изображениями заполнялись характерным для данного стиля декором, на одной полосе могли использоваться разные гарнитуры шрифтов. Для данного стиля были характерны депрессивные настроения в оформлении, поэтому преимущество отдавалось темной палитре цветов. Дизайнеры активно использовали многослойность оформления, что снижало удобочитаемость текстового материала.

Также в начале XXI века широкое распространение получил такой стиль как неомодернизм, который воплощал в себе компромисс между информативной насыщенностью и изобразительной активностью журнального образа. С приходом данного стиля нагромождённые и небрежные композиции были заменены на спокойствие, реалистичность и деликатность. Несмотря на это для изображений был недопустим бытовизм:

преобладала постановка и эстетическая безупречность. Внутри издания колонки имели правильные формы, а пробелы между элементами оставались чистыми для создания удобочитаемости. Могли использовать разные гарнитуры шрифтов.

На смену неомодернизму пришел неоконструктивизм, для которого было характерно усиление строгости, уменьшение разнообразия шрифтов и повышение удобочитаемости. Несмотря на это изображения сохраняли тенденцию на постановочность.

В наше время большинство журналов стараются придерживаться стиля новой фактурности или минимализма. Но из-за сложившейся свободы оформления данные стили могут содержать в себе оттенки других стилей, что мы можем наблюдать в следующей главе.

Стиль новой фактурности предполагает концентрацию большого количество текстовой или графической информации на как можно меньшей площади. Несмотря на это сохраняется удобочитаемость материала. Главная особенность заключается именно в техническом оформлении. Пример данного стиля изображен на рисунке 7 приложения Ж на примере журнала *Cosmopolitan*.

Минимализм является реакционным стилем. Его появление связано с переизбытком декора на страницах журналов. Для данного стиля характерно использование рубленых шрифтов и акцент на расстановку элементов оформления, вместо привычного количества. Главным в минималистичных журналах является именно информационное содержание. Внутри изданий распространены большие пустые пространства. Яркий пример данного стиля изображен на рисунке 6 приложения Е на примере журнала *Independent Magazine*.

Вывод первой главы. Обращаясь к истории оформления журнала, мы видим, что изначально данный вид периодики мало чем отличался от книги. Но благодаря развитию и различным тенденциям к концу XIX века журнал обрел уникальный и характерный только для него вид. Следствием этого

стало появления множества стилей оформления в XX веке. Стоит также отметить, что данные стили отражали в себе течения популярные в обществе в тот или иной отрезок времени. А сокращение количества используемых стилей в XXI веке стало естественной реакцией на вышеупомянутое явление.

2 Анализ стиля оформления журналов «Vogue» и «Numero»

Каждый журнал должен иметь индивидуальный облик, некую уникальную формулу, которая создает единый образ издания: хорошее издание должно иметь свой уникальный и неповторимый стиль. Редакторы должны иметь о нем максимально точное представление, чтобы сохранять единство из номера в номер.

Дизайн журнала создается на основе многочисленных исходных материалов: тематические статьи и тексты, исследования и интервью, полезная информация, новости, рекламные части, графические элементы, такие как фотографии, иллюстрации и рисунки.

Одни журналы стремятся к тому, чтобы все страницы номера были связаны единым оформительским стилем, в то время как другие унифицируют материал в пределах одной статьи, а в рамках всего номера используют самые различные дизайнерские подходы.

Стиль оформления зависит от направленности издания - удачный макет должен соответствовать содержанию и обеспечивать цельность и легкость восприятия. Современные пакеты компьютерной графики позволяют создавать большое количество различных спецэффектов, однако при разработке макета разумно руководствоваться, прежде всего, конечной целью - как можно лучше донести до читателя информацию, а не стремиться применить все эффекты в одном документе.

Оформление журнала является основополагающим при создании не только нового журнала, но и каждого номера. Стиль журнала как главная составляющая имиджа издания должен отвечать самым высоким требованиям, подчеркивая ценность и уникальность его содержания. Оформление журнала всегда создается с учётом основной концепции и тематической направленности издания. Это дает возможность как можно больше усилить запоминаемость материала. Дизайн журнала способен подчеркнуть важность отдельных статей и значимость рубрик. Эффектное

оформление журнала повышает популярность издания, притягивает к себе нового читателя. Абсолютно уверенно можно сказать, что стиль оформления издания в наше время, когда в издательском бизнесе наблюдается жёсткая торговая конкуренция, способен сделать из журнала отличную рекламную площадку, приносящую издателю и рекламодателю немалую прибыль.

Высококласная вёрстка журнала, его внутренних полос и рубрик ведётся с таким расчётом, чтобы потребитель смог как можно быстрее погрузиться в лёгкое и увлекательное чтение. Качественная вёрстка журнала, ориентируются на максимальную эффективность подачи материала.

Функции оформления – это важнейшие способы взаимодействия системы «форма», создаваемой редакцией, с системой «читатель». Их можно определить как совокупность «обязанностей» оформления, характер их исполнения. Функциональные возможности системы, как правило, проявляются шире, чем структурные особенности; система (оформление в том числе), взаимодействуя со средой, приобретает те или иные специфические свойства.

1. Выделяют следующие функции оформления:
2. визуализации информации (утилитарную);
3. комментирования (идеологическую);
4. распространения культуры (эстетическую);
5. релаксации (рекреативную).

Функции определенным образом соотносятся с потребностями, а также деятельностью. Есть потребность в информации (словесной, визуальной), которая определенным образом воспринимается благодаря читательской деятельности, преследующей определенную цель: узнать, понять, принять то или иное решение. С понятиями функции и цели соотносится понятие задачи (то, что требует выполнения, решения).

Основные задачи оформления:

1. Способствование наиболее полному охвату материалов издания
2. Облегчение восприятия информации

3. Ориентирование читателя (помощь в быстром понимании содержания номера)

Анализ стиля оформления журналов «Vogue» и «Numero» будет проводиться по следующей схеме:

1. Краткие сведения о журнале.

История, тематическая направленность.

2. Название.

Название составляет основную и часто единственную отличительную особенность журнала, по которой покупатель может опознать издание. Шрифт и оформление названия не меняются из номера в номер. В оформлении названия наряду со шрифтом могут использоваться графические элементы. Сам шрифт иногда подвергается ручной обработке с целью выделения смысловых аспектов, достижения большей выразительности или облегчения восприятия.

3. Анализ стиля оформления.

Стиль, элементы декорирования, верстка иллюстраций, цветовая палитра, формат, обложка, шрифты и рубрики.

2.1 Анализ стиля оформления журнала “Vogue”

Для анализа данного журнала мы использовали выпуск от апреля 2018 года.

1. Краткие сведения о журнале

Vogue — женский гляцевый журнал. Тематической направленностью издания является мода. Издается с 1892 года издательским домом Condé Nast. Признано самым влиятельным модным изданием в мире, а главный редактор американской версии Анна Винтур – одной из самых влиятельных персон в индустрии моды. Журнал издается в девятнадцати государствах. Vogue стал

первым в истории издательского дела журналом о моде, где на обложке была опубликована цветная фотография. В журнале размещается информация о модельерах, дизайнерах, моделях, модельных агентствах, популярных мировых марках одежды, трендах и тенденциях в моде. Также на страницах издания можно найти фотоотчёты с модных событий и показов, фотографии модных коллекций одежды последних сезонов и репортажи с показов мод и недель высокой моды.

В России Vogue издается с 1998 года. Первым главным редактором российской версии издания была Алена Долецкая. С июля 2010 года по январь 2018 года главенствующий пост занимала Виктория Давыдова, работавшая в издании и до назначения. С февраля 2018 года эту должность занимает Мария Федорова. Примечательно, что выбранный для анализа номер журнала «Vogue» является первым, вышедшим под редакцией Федоровой. С приходом нового главного редактора в журнале наблюдаются некоторые изменения, которые будут упомянуты далее. Целевая аудитория журнала - это женщины в возрасте 16-44 года, с доходом выше среднего и проживающие в больших городах.

2. Название

Название журнала в переводе с французского языка означает «мода», что отвечает тематике издания.

3. Анализ стиля оформления

Данный журнал и его оформление имеют длинную историю. Несмотря на это стиль его оформления не потерпел грандиозных изменений. Для данного журнала характерен популярный в наше время стиль новой фактурности, главной особенностью которого является концентрация информации с сохранением удобочитаемости. Также он проявляется в подборе шрифтов, иллюстративного материала и композиции в целом. Также хорошо просматривается примесь таких стилей, как неомодернизм, коммерческий модернизм, фотореализм и интернациональный. Такое сочетание в итоге придает неповторимый шик и изящность. Основным видом

иллюстраций в данном издании являются фотографии, что очень характерно для изданий, тематической направленностью которых является мода. Сочетание всех элементов оформления максимально точно помогает показать все тонкости моды и ее тенденций. На страницах издания можно найти большое количество рекламных элементов, которые умно подобраны под стиль журнала и не выбиваются на общем фоне.

В журнале «Vogue» можно найти большое количество различных элементов декорирования. Большинство из них являются предметы одежды и аксессуаров, вырезанные из фотографий. Они словно случайно разбросаны по страницам журнала, но в то же время очень грамотно подобраны к информационным элементам издания. Также часто встречается такой элемент как буквица.

В журнале используются следующие виды верстки иллюстраций: закрытая, открытая, в оборку, глухая и под обрез. Также распространены коллажи, которые хорошо подходят при составлении различных рейтингов. Рекламные иллюстрации занимают отдельные полосы и развороты. Встречаются изображения, замещённые под текстом.

Формат полосы издания – 213x277 мм, а разворота – 426x277 мм. Данный формат очень удобен для чтения и транспортировки.

Обложка журнала (изображена на рисунке 8 приложения 3) выполнена в минималистично-реалистическом стиле с примесью неомодернизма, что является одним из внедрений нового главного редактора, ведь раньше она оформлялась в стиле новой фактурности. В качестве изобразительного материала на обложке как данного издания, так и других журналах о моде, принято использовать фотографии, полученные с помощью фотосессий, приводящихся специально для журналов. Выбранный для анализа выпуск не стал исключением. На фотографии изображена девушка в сидящем положении. Из-за неяркого фона внимание читателя сосредотачивается именно на ней и на одежде. На девушке надеты брюки черного цвета и золотые аксессуары. Благодаря выбранной позе не видно ничего лишнего,

хотя на девушке отсутствует кофта или блуза. На фоне изображены стена и кровать, а точнее простынь, на которой сидит героиня. Основные цвета обложки – черный, белый и серый. Название журнала размещено в шапке обложки за девушкой. Из-за этого не видно одной буквы названия. На такой смелый шаг могло пойти только именитое издание, название которого у всех на слуху и не нуждается в лишней рекламе. Название набрано гарнитурой шрифта с заческами, созданной специально для данного журнала. Внешне он напоминает Times New Roman, но с более утонченными деталями. В названии используются только заглавные буквы. В нижней части посередине обложки находится тема номера и информация о содержании журнала. Тема номера набрана большим кеглем, чем информация о содержании. Информация о содержании дана короткими тезисами, что вызывает желание заглянуть в журнал. Данная информация набрана разными гарнитурами, кеглем и начертанием. Несмотря на это, она достаточно удобочитаема. Тема данного номера – “С чистого листа”. Возможно это отсылка к смене главного редактора.

В данном журнале используются как гарнитуры шрифтов засечками, так и рубленые. Примечательно сочетание шрифтов разных кеглей. Цвета – белый, черный и красный. Используются всевозможные начертания шрифтов. Шрифты в этом журнале словно мода: сочетание разных по своей природе компонентов. Наблюдается сочетание различных по виду форм. Также распространены разнovidные выделения в тексте.

Журнал содержит в себе следующие рубрики: выбор Vogue, шопинг, культура, красота, мода, сюжет номера, радости жизни. Такое количество рубрик хорошо освещает тематику. Одна рубрика занимает от пятнадцати до сорока пяти страниц.

2.2 Анализ стиля оформления журнала “Numero”

Для анализа данного журнала мы использовали выпуск от февраля 2018 года.

1. Краткие сведения о журнале

Numéro — международный интеллектуальный журнал о моде, дизайне и искусстве, имеющий уникальный острый взгляд на обозреваемые материалы. Журнал издается во Франции с марта 1999 года издательским домом «Groupe Alain Ayache».

С 2013 года журнал начал издаваться в России издательским домом «Медиа Групп». Первым главным редактором российской версии издания стал легендарный деятель моды Андре Леон Телли. На обложку первого номера журнала в России попала легендарная британская супермодель Наоми Кэмпбелл. Таким образом журнал привлек больше внимание и наделал много шума со своим появлением на отечественном рынке. На данный момент пост главного редактора журнала занимает Игорь Андреев. Журнал наполнен различными интервью, модными съемками, различными рейтингами и тематическими статьями. Примечательно, что вся текстовая информация представляется параллельно на двух языках: русский и английский.

2. Название

Название «Numéro» переводится с французского как «номер», что сразу показывает особенность журнала и некий протест.

3. Анализ стиля оформления

Журнал появился на рынке относительно недавно, что стало одной из причин сочетания в себя некоего протеста и интеллектуальности. Оформление издания отвечает ультрасовременной моде. Именно поэтому здесь используются смесь таких стилей, как минимализм и футуризм. Они проявляются в подборе шрифтов, иллюстративных материалов и художественной композиции в целом. Несмотря на то, что многие элементы на первый взгляд размещаются в непривычных местах, не создается ощущения неопрятности, а даже наоборот. Рекламные материалы, которые

редко встречаются в издании, помещены на отдельных полосах и разворотах для того, чтобы они как можно меньше нарушали общий стиль. В качестве иллюстративных материалов используются только фотографии. Просматривая журнал, создается впечатление, будто издание было создано в будущем. Один из основных принципов – коротко и точно.

В журнале отсутствуют привычные нам декоративные элементы. Между информационными элементами издания наблюдается большое количество пустых белых полей, так называемого «воздуха». Они словно «рамки без рамок» подчеркивают материалы.

В журнале используются следующие виды верстки иллюстраций: закрытая, открытая, в оборку, глухая и под обрез. Распространены фотографии занимающие целые полосы и развороты. Верстка иллюстраций полностью соответствует стилю издания.

Журнал имеет достаточно ограниченную цветовую палитру. Основными цветами являются черный и белый, что является одной из особенностей стиля минимализма.

Выбранное для анализа издание имеет следующий формат: полоса - 225x298 мм, разворот – 450x298 мм. Данный формат отличается от большинства изданий тем, что он немного больше. Это также является одной из отличительных особенностей стиля журнала.

Обложка журнала (изображена на рисунке 9 приложения II) полностью соответствует стилю оформления издания. Выбранный нами для анализа выпуск журнала имеет минималистичную обложку. На ней изображена девушка. Она предстает перед нами только по плечи. На ней надет плащ, на котором изображены логотипы журнала. Лицо девушки на три четверти повернуто вправо, а волосы спрятаны под капюшон плаща. Фон однотонный, серый. Примечательно, что обложка выполнена полностью в черно-белой цветовой палитре. Такое явление – большая редкость среди современных журналов. Название журнала расположено в шапке обложки. Оно набрано рубленой гарнитурой шрифта, которая называется Futura.

Первая буква названия – прописная, остальные – строчные. Справа сверху набрано название страны, в которой выпускается журнал. В нашем случае это Россия. Слева маленькую площадь обложки занимают короткие тезисы, содержащие в себе информацию о содержании данного выпуска. Они набраны рубленным шрифтом довольно маленького кегля. Также отличительной особенностью журнала Numero является тот факт, что внизу слева располагается трехзначное число, обозначающее порядковый номер выпуска, и которое тоже набрано рубленной гарнитурой шрифта. Данный выпуск имеет номер 047.

В данном журнале используются гарнитуры только рубленных шрифтов, что характерно для стиля минимализм. Начертания только полужирное, тонкое и прямое. Примечательно сочетание шрифтов больших и маленьких кеглей. Для заголовков используются шрифты большого кегля. Для основного текста – непропорционально маленького кегля.

В журнале присутствуют следующие рубрики: имя, стиль акценты, взгляд, гид, дизайнер, она, интервью, украшения, вопрос-ответ, красота, монолог, тренд, парфюмер, культура, репортаж, актриса, актер, проект, новая волна, журналы вид из окна, маска, адреса, некролог, мода. Одна рубрика в данном выпуске занимает от двух до сорока пяти страниц.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведения данного исследования были выполнены поставленные задачи. Мы изучили историю оформления журналов с XVII века по настоящее время, рассмотрели и проанализировали стиль оформления современных журналов на примере «Vogue» и «Numero». Также мы выявили современные особенности оформления. Они заключаются в том, что в наше время наиболее популярными стилями оформления являются минимализм и стиль новой фактурности. Причиной тому является стремление сделать больший акцент на графической и текстовой информации, изложенной в журнале. Основным фактором, влияющим на такое стремление, стало наступление «века информации».

Также были достигнуты поставленные цели исследования. Мы изучили современное состояние журнального оформления на примере журналов «Vogue» и «Numero», и сделали следующие выводы. В настоящее время основной функцией оформления является удобная подача информации. Таким образом объясняется популярность минимализма и стиля новой фактурности. Несмотря на то, что данные стили являются достаточно разными, их объединяет тот факт, что главным является информация. Минимализм делает акцент на информации за счёт отсутствия или минимального количества декора. А стиль новой фактурности помещает на полосы издания как можно больше информации. Также мы выявили следующие тенденции в оформлении журналов:

1. Наблюдается реакционность. Если в данный момент популярен какой-либо художественно-хаотичный стиль, то через неопределенное количество времени его сменит более строгий стиль, то есть противоположный. Это объясняется тем, что с течением времени читателю может надоедать длительная однообразность. Так популярный в наше время минимализм стал заменой популярному в 90-е годы прошлого века стилю новой волны.

2. Влияние социальных явлений. Так как журналы содержат в себе информацию о социальных явлениях, наблюдается их влияние на оформление. Также большое влияние оказывают популярные в данный момент течения в обществе.

Данное исследование и его результаты могут быть полезны художественным редакторам периодических изданий и издательствам, которые планируют начало выпуска новых журналов и выбирают стиль их оформления. В современном издании оформление выполняет функции подачи информации и ориентиров в навигации по содержанию. Таким образом от выбранного стиля зависит успех периодического издания.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бхаскаран Л. Дизайн и время. – М.: АРТ-РОДНИК, 2005. – 110 с.
2. Волкова В. В., Газанджиев С. Г., Галкин С. И., Ситников В. П. Дизайн газеты и журнала. — М.: Аспект Пресс, 2003. — 224 с.
3. Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала: Учеб. Пособие. — М.: Аспект Пресс, 2005. — 215 с.
4. Герчук Ю. Я. История графики и искусства книги. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с.
5. Гнидович Г., Бридинг Г. Дизайн журнала. – Пер с нем. Н. Боброва. – М.: Институт подготовки специалистов журнально-издательского дела, 2001. – 55 с.
6. История мировой журналистики / авт.: А.Г. Беспалова, Е.А. Корнилов, А.П. Короченский, Ю.В. Лучинский, А.И. Станько. М.: Аспект Пресс, 2015. – 32 с.
7. Крейг Д.Р. Шрифт и дизайн. Современная типографика. – М.: Питер, 2016. – 176 с.
8. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. – М.: Вильямс, 2006. – 736 с.
9. Лаврентьева А.Н. История дизайна : учеб. пособие. М.: Гардарики, 2007. – 248с.
10. Лазаревич Э.А. Дизайн периодических изданий: учеб. пособие. М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2004. – 120 с.
11. Мильчин А. Справочник издателя и автора. Редакционно-издательское оформление издания. – М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2018. – 1010 с.
12. Михайлов С.М. История дизайна Том 1 М.: Аспект Пресс, 2002. – 196 с.

13. Рожнова О.И. История журнального дизайна. М.: Университетская книга. – М.: Эксмо, 2009. – 272 с.
14. Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса. – М.: Логос, 2008. — 180 с.
15. Ситников В. И. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радиовещание. – М.: Эксмо, 2004. – с. 161.
16. Типология периодической печати: Учеб. Пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; Под ред. М. В. Шкондина, Л.Л. Реснянская. – М.: Аспект Пресс, 2007. – 236 с.
17. Тулупов В. В. Техника и технология СМИ. Дизайн периодических изданий: Курс лекций. – М.: Кварта. 2005. – 320 с.
18. Цапф Г. Философия дизайна Германа Цапфа. – М.: Издательство студии Артемия Лебедева, 2014. – 367 с.
19. Чихольд Я. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера. Пер. с нем. Л. Якубсона. — М.: Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. — 244 с.
20. Шубин А.В. Средства массовой информации: информирование и манипулирование // Политико-психологические проблемы исследования массового сознания. – М.: Аспект-Пресс, 2008. – 284 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А



Рисунок 1 – журнал Mercure Galant, 1678

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

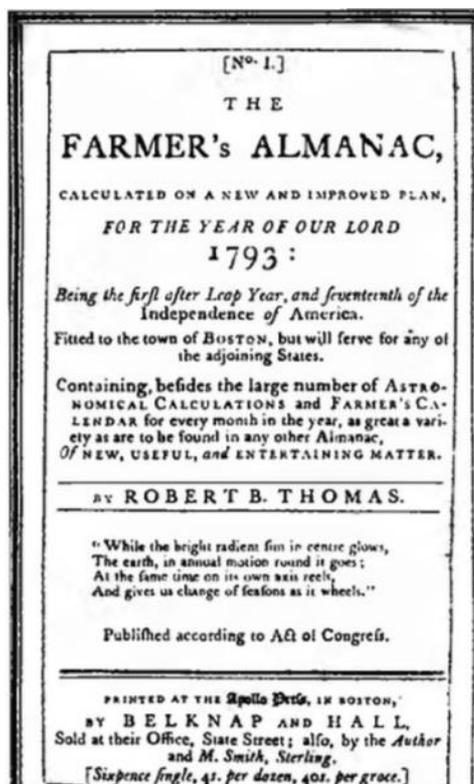


Рисунок 2 - журнал The Farmer's Almanac, 1793

ПРИЛОЖЕНИЕ В

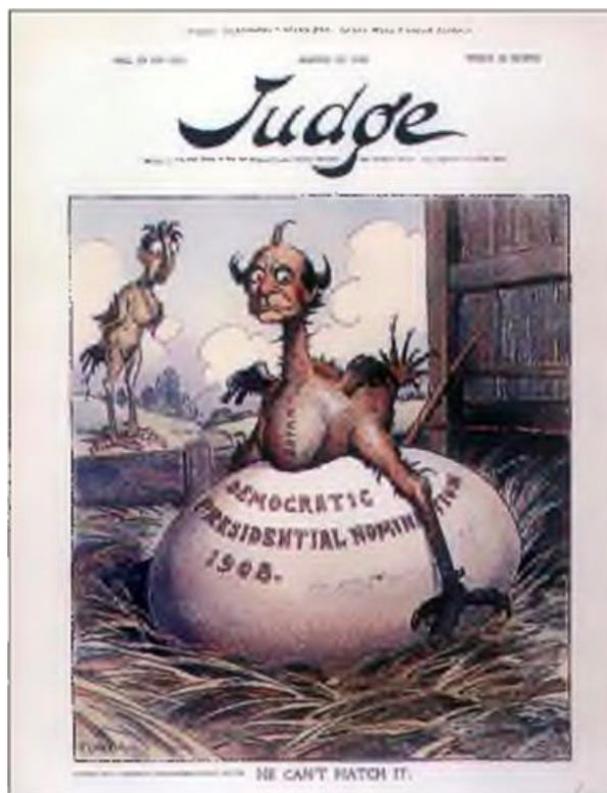


Рисунок 3 – журнал Judge

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

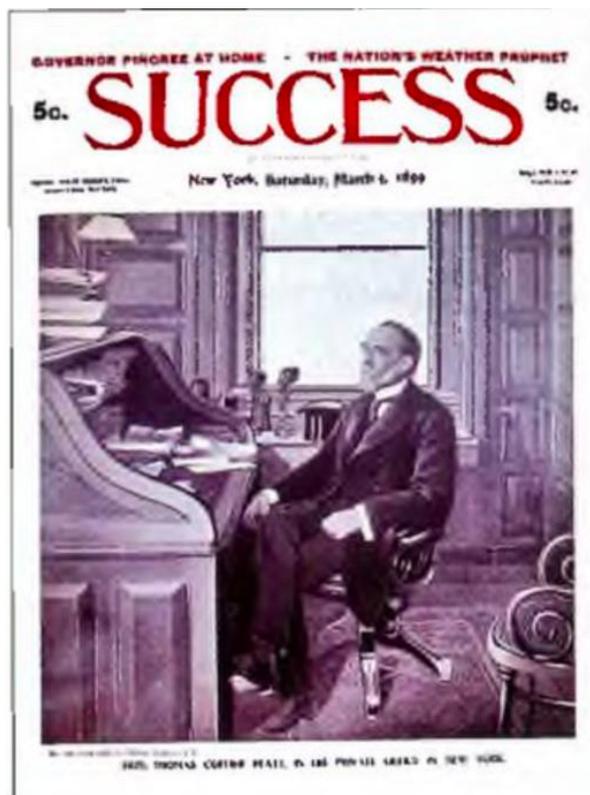


Рисунок 4 - журнал Success

ПРИЛОЖЕНИЕ Д



Рисунок 5 – журнал Mediterraneo Futurista

ПРИЛОЖЕНИЕ Е



Рисунок 6 – журнал Independent Magazine

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж



Рисунок 7 – журнал Cosmopolitan

ПРИЛОЖЕНИЕ 3



Рисунок 8 – журнал Vogue

ПРИЛОЖЕНИЕ И



Рисунок 9 - журнал Numéro