

## ВІЗУАЛЬНИЙ СТИЛЬ ЖУРНАЛУ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ІДЕНТИФІКАЦІЇ ВИДАННЯ

**Мета** дослідження полягає у виявленні індивідуально-стильових характеристик журналу, які впливають на його ідентифікацію серед інших видань. **Методологія дослідження.** Застосовано такі методи: порівняння, систематизації, аналізу, узагальнення досліджуваної проблеми, опису, конкретності, використано наукові праці з дизайну та моделювання. **Наукова новизна** дослідження полягає у спробі довести вплив візуального стилю журналу на його ідентифікацію. **Висновки.** Як показує проведене дослідження, візуалізація є складовою інформаційного повідомлення, яке здатне впливати на сприйняття, забезпечуючи чітку передачу інформації навіть без перегляду тексту. Візуальний стиль журналу значно впливає на його ідентифікацію за допомогою таких символічних форм, як логотип, шрифт, колір та графічні зображення. Саме символіка допомагає розпізнати журнал серед інших, робить його унікальним та привертає до себе увагу читача, а візуальні характеристики формують неповторний імідж журналу, стають його інформаційним носієм та ідентифікують видання, закріплюючи його асоціативний образ у пам'яті споживача.

**Ключові слова:** журнал, видання, дизайн, графічна складова, візуальний стиль, ідентифікація.

*Бутенко Вікторія Петрівна, студентка Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*

### **Візуальний стиль журналу как важная составляющая идентификации издания**

**Цель** исследования заключается в выявлении индивидуально-стилевых характеристик журнала, которые влияют на его идентификацию среди других изданий. **Методология исследования.** Применены следующие методы: сравнения, систематизации, анализа, обобщения исследуемой проблемы, описания, конкретности, использовано научные труды по дизайну и моделированию. **Научная новизна** исследования заключается в попытке доказать влияние визуального стиля журнала на его идентификацию. **Выводы.** Как показывает проведенное исследование, визуализация есть составляющей информационного сообщения, которое способно влиять на восприятие, обеспечивающее четкую передачу информации даже без просмотра текста. Визуальный стиль журнала значительно влияет на его идентификацию при помощи таких символических форм, как логотип, шрифт, цвет и графические изображения. Именно символика помогает распознать журнал среди других, делает его уникальным и привлекает к себе внимание читателя, а визуальные характеристики формируют неповторимый имидж журнала, ставят его информационным носителем и идентифицируют издание, закрепляя его ассоциативный образ в памяти потребителя.

**Ключевые слова:** журнал, издание, дизайн, графическая составляющая, визуальный стиль, идентификация.

*Butenko Victoria, student, National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts*

### **The visual style of the magazine as an essential component of the publication's identification**

**Purpose of the article** is to identify the individual-style characteristics of the journal, which affect its identification among other publications. **Methodology.** In achieving this goal, the following research methods were applied: comparison, systematization, analysis, the generalization of the problem studied, description, concreteness, used scientific works on design and modeling. **Scientific Novelty.** The research consists of trying to prove the influence of the visual style of the journal on its identification. **Conclusions.** As the study shows, visualization is a component of an information message that can influence the perception, providing a transparent transfer of information even without viewing the text. The visual style of the journal dramatically affects its identification with the help of such symbolic forms as the logo, font, color and graphic images. It is the symbolism that helps to find out the magazine among others, makes it unique and attracts the attention of the reader, and visual characteristics form a unique image of the magazine, become its information carrier and identify the publication, fixing its associative model in the memory of the consumer.

**Key words:** magazine, edition, design, graphics component, visual style, identification.

Актуальність теми дослідження. Візуалізований контент допомагає краще та швидше передати інформацію, закладену в тексті. Його продукування вимагає опрацювання значної кількості джерел, але результат завжди буде виправданим, оскільки за допомогою візуалізації можна швидше потрапити у свідомість читача, залишити там певні образи та уявлення, викликати асоціації. Відповідно, інформація, яка сприймається таким чином, здатна утворити в пам'яті стійкі стереотипи, бути зрозумілою без тексту.

Різноманітні наукові розробки дають змогу окреслити концепції візуалізації контенту та віднайти способи подачі матеріалів так, щоб вони краще відображали наведені факти чи події.

Серед інших видань журнал максимально поєднує вербальну та візуальну мову, а сучасні технології дають змогу розширити можливості візуалізованого контенту як нової культури, яка поєднує в собі цінності та норми, притаманні нашому суспільству [3, 207].

Актуальність обраної теми зумовлена зростанням ролі дизайну для ідентифікації журналу та його функціонування в медійному просторі, що вимагає відповідного оформлення, підбору кольорової гами, розміру композиції та ін.

Різноманітність підходів до зображальної журналістики та інформаційного дизайну призводять до розбіжностей у розумінні впливу візуалізованої подачі інформації на читача. Все це обґрунтовує актуальність дослідження.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Аналізуючи теоретичний матеріал за даною проблематикою, зустрічаємо багато наукових праць із зображальної журналістики та візуальної комунікації, серед яких праці Б. Чернякова, С. Горевалова, Ю. Шаповала, Д. Желязни; дослідження з колористики та композиції В. Глазичева, Р. Антонова, М. Кагана, О. Іванової, Т. Крайнікової; праці з теорії журналістики О. Гнатюка, М. Назарова, О. Холода, Т. Давидченко, В. Владимірова, В. Тулупова, Ю. Лотмана, Г. Почепцова та ін..

М. Мюлер розробила аналітичний практично-орієнтований підхід до аналізу зображень, а М. Лестер і Б. Черняков запропонували класичний підхід до їх дослідження. Фундаментальними також слід вважати праці Р. Якобсона, Р. Барта, Ч. Пірса та С. Вартазаряна [6, 139].

Чинники, під дією яких формується стилістика періодичних видань, розглянуті у працях В. Крупського, В. Тулупова, І. Табашнікова.

За роки незалежності в Україні з'явилося чимало досліджень, які висвітлюють питання графічного дизайну – праці В. Я. Даниленко, В. І. Лесняка, О. М. Хмельовського, О. Гладуна та інші.

Особливості оформлення обкладинок стали центром наукових зацікавлень таких дослідників, як: В. Волкова, С. Галкін, Д. Маккей, К. Фрост, Д. Морріш.

Незважаючи на значну кількість наукових праць у галузі журналістики та дизайну, поняття "візуальний стиль", як важливу складову ідентифікації видання, розглядали мало, здебільшого цю тему підіймає В. Е. Шевченко у дисертації "Концепція візуалізації журнального контенту в системі наукових поглядів у галузі соціальних комунікацій", у монографії "Форми візуалізації в сучасному журналі" [7] та низці наукових статей.

Метою дослідження є виявлення індивідуально-стильових характеристик журналу, які впливають на його ідентифікацію серед інших.

Виклад основного матеріалу. Форма подання інформації у сучасному світі постійно змінюється, зростає потреба в якісному матеріалі та висвітленні його на високому рівні. Важлива роль в цьому відводиться періодичним друкованим виданням. Яким вони повинні бути, щоб задовольнити потреби найвибагливішого читача? Що привертає увагу споживачів, як вони ідентифікують журнали і чому обирають саме ті, а не інші?

Відповіді та дані питання можна знайти, занурившись у світ візуальної журналістики. Сучасна журнальна періодика не має чіткої типологічної моделі, проте є певні складові, які її характеризують – це рівень розвитку культури, яка постійно трансформується та цінності різних видів діяльності.

Візуальний образ журналу – це його "обличчя", зміст, стиль, презентабельність, тому ретельна продуманість цього образу сприятиме його успішності. Саме візуальні образи та символи викликають певні асоціації, відображають дійсність, сприяють кращому розумінню та засвоєнню інформації.

Візуальні образи не стільки відображають соціальну реальність, скільки приймають участь у її конструюванні, через особливості їх сприйняття більшістю членів суспільства [4, 27].

У загальному розумінні візуальний стиль представляє собою сукупність постійних художніх, текстових, декоративних, кольорових елементів оформлення [6, 142].

Велика конкуренція між друкованими виданнями вимушує виробників при створенні концепції журналу приділяти увагу візуальному образу створюваного продукту, який би гармонійно поєднував в собі графічні зображення та стиль тексту. Це досить кропітка робота, яка примушує концентруватися на найдрібніших деталях, але, за успішності виконання, вона приносить очікуваний результат. Слід враховувати також велику кількість електронних видань та інформацію, яка, завдяки технологічному розвитку, передається за допомогою телебачення та Інтернету у вигляді яскравих візуальних форм. "Графічне оформлення додає вартості, підвищує естетичну якість, тривалість життя видання" [1, 134].

Окрім цього, графічні складові допомагають читачеві щонайкраще зорієнтуватися у виданні, краще його зрозуміти, підвищують комунікативні функції журналу. Вони не є тимчасовими, адже надають загальної інформації про продукт, характеризують його і мають бути збереженими протягом усієї історії журналу, щоб ідентифікувати його.

Оригінальність оформлення видання запорукою його успішності та тривалості існування. Популярність журналу визначається його миттєвою ідентифікацією читачем, коли він може розпізнати індивідуальний стиль продукту, який проявляється в окремих статтях, яскравому логотипі, розвороті сторінок, обкладинці. Все це сприяє найкращому запам'ятовуванню.

Культура і символіка тісно пов'язані, візуалізація одночасно є елементом зовнішньої форми журналу та його змістовим наповненням. За допомогою символів можна спілкуватися та передати будь-яку інформацію. Символи несуть у собі повний обсяг закодованої інформації, яка сприймається наочно та швидко. Найчастіше саме символічні зображення привертають увагу читача, викликаючи у нього певні асоціації.

Часто візуальні образи чітко наочно дають зрозуміти те, що є складним для сприйняття, конкретизувати зміст, розкрити образ, охарактеризувати людей чи події. Проте візуальний контент має певні вимоги, а саме: правдивість, актуальність, зрозумілість, якість, виразність та точність.

На сторінках журналу символи також відіграють роль акценту, способу взаємодії зображення та тексту, відтворюють культуру, зумовлюючи її функціональність. Тобто, знаки у символічній мові виконують ряд функцій: пізнавальну, документальну, художньо-образну та декоративну функції одночасно.

Візуальний контент може виражатися у різних формах: мальованих зображеннях (карикатури, шаржі, комікси, графічні, технічні та художні зображення), графічних символах (пиктограми, монограми, логотипи, емблеми, декоративні елементи, орнаменти, заставки, ініціали, кінцівки), фотографії (портрет, пейзаж, натюрморт, жанрові знімки, фрагментація), інфографіці (графіки, діаграми, таблиці, матриці, структурні схеми та блок-схеми, мережі-дерева, карти, плани, часові шкали, візуальні образи) та типографіці в залежності від завдань публікації [6, 144-147].

Не менш важливим компонентом при створенні журналу є колір та фон. Як показує практика, для універсальних журналів, які читають люди різного покоління краще використовувати нейтральні кольори, стримані, упорядковані, тоді, коли при вестці журналів для дітей та молоді перевагу слід надавати яскравим кольорам, невпорядкованим, привертаючим увагу [2, 15-16].

Колір як засіб комунікації здатен викликати різноманітні емоції, передавати настрій, загострювати сприйняття, акцентувати, заспокоювати або, навпаки, роздратовувати.

Колір також повинен асоціюватися зі сферою діяльності (наприклад, море й вода – блакитний колір, він також несе в собі надію, доброту та постійність; рослинництво – зелений, також він символізує природу, радість та молодість, здоров'я; червоний колір може одночасно асоціюватися з вогнем та кров'ю або, навпаки, символізувати любов, красу та повноту життя; жовтий – колір сонця, багатства, тому статті про подорожі, відпустки доречно підкреслювати в жовтій кольоровій гамі). Видавець має знати основи кольорових асоціацій людини [2, 15].

Підсумовуючи, слід зазначити, що кольорова гама у видавничих журналах викликає:

- 1) психологічну реакцію;
- 2) надає об'ємності надрукованому зображенню;
- 3) підкреслює якість, настрій, спрямованість видання;
- 4) надає продукції приємного зовнішнього вигляду, що привертає увагу, та залучає велику кількість читачів [3, 178].

Візуальний стиль журналу щонайкраще відображає шрифт, адже він складає більшу частину тексту, тому має бути простим і зрозумілим. Правильно підібрана шрифтова гарнітура пливає на легкість сприйняття тексту, проте задля того, щоб підкреслити дизайнерський стиль журналу, можна прикрасити шрифт, виділити, особливо на обкладинці та заголовках і підзаголовках статей.

На обкладинці часто використовують напівжирні, курсивні шрифти, часто кольорові. Широкою популярністю користується подання тексту виворіткою або з тінюваними ефектами. Але слід пам'ятати, що забагато такого тексту спотворює ефект, перенасичуючи обкладинку. Часто саме через це конкретні анонси на такому фоні не привертають уваги.

Зовнішня форма журналу дає змогу виокремити його серед інших. Досліджуючи сучасні українські журнальні видання, виявлено їхню спрямованість та призначення: дослідження (наука), практичне, естетичне, інформування, довідка, організація дозвілля, комерційне, пропагування, аналітика, навчання та ін..

Усі вище зазначені компоненти складають фірмовий стиль журналу, який забезпечує візуальну та значеннєву єдність інформації, гармонійне поєднання внутрішнього та зовнішнього оформлення.

Фірмовий стиль дозволяє споживачу легко розпізнати товар за зовнішніми ознаками, ідентифікувати його.

Слід зазначити, що споживач купує друковане видання з певною метою. Чітке розуміння цієї мети дає змогу побудувати графічну концепцію журналу так, щоб зацікавити певну цільову аудиторію, викликати позитивні емоції. Якщо читачу сподобався журнал, він купуватиме його і наступного разу, розповідатиме знайомим про видання, що слугує своєрідною рекламою.

Для того, щоб ідентифікувати себе з-поміж інших журналів, візуальні акценти повинні бути зосереджені на зовнішньому оформленні, тобто обкладинці, шрифтові, кольорі, логотипові та графічному оформленні [5, 28]. Саме на цих перерахованих характеристиках зупиняє свою увагу споживач. Важливо приділяти увагу заголовкам, які мають бути лаконічними, чітко сформованими та привертати до себе увагу за допомогою кольору та шрифту.

Послідовність розміщення елементів встановлюється наступними прийомами [7, 163]:

1. Розташування елементів шляхом природного руху ока (зліва направо і зверху вниз) або відповідно до правила лівої руки (правий нижній кут, лівий верхній).

2. Рух від більших до дрібніших елементів, від темних до світлих, від кольорових до монохромних, від незвичайних форм до звичайних.

3. Спрямування погляду читача за допомогою суцільних чи пунктирних ліній, які створюють ніби шлях для погляду і полегшують його роботу. З цією самою метою застосовується перспектива, просторове зображення.

4. Повторювання форм і розмірів, що створює уявний шлях погляду, коли око рухається від одного блока до іншого. Послідовність є оптичним ритмом, вона може розвиватися й іншими шляхами, включаючи імпульси та паузи.

На обкладинці сучасних журналів найчастіше можна побачити фотографії – портрети героїв номеру або динамічні сюжети, пейзажі та ландшафти. Ретельно продуманий дизайн першої сторінки видання допомагає створити його "обличчя", зробити журнал естетично привабливим.

Композиція обкладинки повинна бути логічно змальована, тобто текст і графічні елементи на сторінці мають бути чітко організованими, при чому окремо виділяється основна частина, все інше підпорядковується їй у змістовому та композиційному значенні.

Обкладинка має чітко висловлювати чергову тему номеру журналу, проте в основних елементах оформлення залишатися незмінною, оскільки саме вона відображає брендову цінність видання. Тому основним завданням дизайнера обкладинки є знаходження власного стилю та його підтримка.

Кожен журнал повинен бути розрахований на власну аудиторію, конкретного читача, для цього потрібно чітко усвідомлювати його інтереси та спрямування, потреби та вимоги, рівень освіти, вік та стать [1, 46].

Аналіз сучасних журналів дав змогу виокремити такі способи візуалізації:

- демонстрація тенденцій, залежностей у часі;
- візуалізація для порівняння;
- характеристика, структура об'єкта;
- описова, репортажна візуалізація;
- передача просторових даних;
- відображення прихованих даних, когнітивних процесів;
- візуалізована історія, тобто повноцінний журналістський матеріал, але у вигляді структурованих зображень, блоків текстів [7, 44].

Найважливішою передумовою художньої якості журналу виступає єдність усіх елементів, тобто їх домірність і співпідпорядкованість [4, 202].

Особливості використання мають не тільки шрифти та кольорова гама, а й елементи вихідних відомостей, зокрема їхнє розташування у виданні.

Міжнародний стандартний номер серіального видання (ISSN) розташований на першій сторінці обкладинки у правому нижньому кутку. За

вимогами ДСТУ 4861:2007 його розміщують у правому верхньому куті першої сторінки обкладинки чи переднього боку палітурки.

Підзаголовкові дані (вид видання, цільове призначення, тематика, відомості про засновника, періодичність, рік і місяць заснування) мають бути розміщені під назвою видання [2, 17].

Способи відображення контенту слугують як засоби відображення змісту журналу, тому не можуть бути самоціллю. Форма відображення повинна відповідати призначенню, тематиці видання та цільовій аудиторії.

Отже, основним завдання візуальних характеристик журналу є створення візуального іміджу, стилю оформлення, індивідуальності журналу з метою створення певних асоціацій, які будуть відображати цю символіку.

Саме візуальний образ журналу надає йому пріоритетності, ідентифікує серед інших видань, привертає увагу.

Наукова новизна дослідження полягає в спробі довести вплив візуального стилю журналу на його ідентифікацію.

Висновки. Отже, візуалізація є складовою інформаційного повідомлення, яке здатне впливати на сприйняття, забезпечуючи чітку передачу інформації навіть без перегляду тексту. Візуальний стиль журналу значно впливає на його ідентифікацію за допомогою таких символічних форм, як логотип, шрифт, колір та графічні зображення. Саме символіка допомагає розпізнати журнал серед інших, робить його унікальним та привертає до себе увагу читача, а візуальні характеристики формують неповторний імідж журналу, стають його інформаційним носієм та ідентифікують видання, закріплюючи його асоціативний образ в пам'яті споживача.

#### *Література*

1. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. М. : Д. Аронов, 2006. 201 с.
2. Лаптева И. Использование цвета в периодических изданиях. КомпьюАрт. 2001. №9. С. 15-17.
3. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? М. : Астрель, 2005. 256 с.
4. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. М.: ЛИБРОКОМ, 1996. 224 с.
5. Типология периодической печати: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. М. : Аспект Пресс, 2009. 236 с.
6. Шевченко В. Е. Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання// Наукові записки [Української академії друкарства]. Серія : Соціальні комунікації. 2015. №2. С. 139-147.
7. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. К. : Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.

#### *References*

1. Bringerst R. (2006). Basics of style in typography. Moscow : D. Aronov. [in Russian].
2. Lapteva I. (2001). Use of color in periodicals. KompyuArt. 9. PP. 15-17. [in Russian].
3. Nyuark K. (2005). What is Graphic Design? Moscow : Astrel. [in Russian].
4. Rozin V. M. (1996). Visual culture and perception. How a person sees and understands the world. Moscow : LIBROCOM. [in Russian].
5. Typology of the periodical press: Proc. allowance for university students (2009). M. V. Shkondina, L. L. Resnyanskaya. [in Russian].
6. Shevchenko V. (2015). The role of the visual style of the journal to identify the publication. Scientific notes [Ukrainian Academy of Printing]. Series : Social Communications. Vol. 2. [in Ukrainian].
7. Shevchenko V. (2013). Forms of visualization in the modern journal : monograph. Kyiv : Palivoda A. [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 19.03.2018 р.*