

Панченко С. А.

(м. Запоріжжя, Україна)

УДК 007 : 304 : 070

ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ ЖУРНАЛУ «ШО»: СПЕЦИФІКА ТА ПРИНЦИПИ ФУНКЦІОНУВАННЯ

У статті розглядається парадигма художньо-графічної моделі журналу «ШО».

Ключові слова: концепція журналу, дизайн, графіка, модель, художньо-графічне оформлення.

В статье рассматривается парадигма художественно-графического оформления журнала «ШО».

Ключевые слова: концепция журнала, дизайн, графика, модель, художественно-графическое оформление.

The article considers the paradigm of artistic and graphic design of magazine "SHO".

Keywords: magazine concept, design, graphics, model, artistic and graphic design.

Зі становленням новітніх стандартів фахової діяльності в сучасній українській журналістиці важливим залишається розуміння специфіки дизайну мас-медіа, бо застосування прийомів художньо-графічного оформлення ЗМІ є одним із засобів підвищення якості видань. Художньо-технічні елементи у пресі насичують матеріали необхідною атмосферою подій задля полегшення сприйняття фактів читачем. Аби зайняти певний сегмент мас-медійного ринку та збільшити читацьку аудиторію, створивши конкурентоспроможний продукт, який виділятиметься на фоні подібної за тематикою періодики, журналісти використовують не лише цікаві чи сенсаційні матеріали, адже на вибір читача також впливає концепція видання.

До розгляду проблеми художньо-графічного макетування зверталися такі вчені та науковці, як Є. Адамов, А. Балаш, С. Галкін, Д. Георгієв, С. Гуревич, І. Табашников, вони дали характеристику поняттю «оформлення видання» та визначили роль дизайну в формуванні образу видання.

Питання оформлення видання привертає особливу увагу практиків, більшість праць з художньо-графічного редагування були написані

художниками-редакторами з багаторічним досвідом (Ю. Адамов, Б. Валуєнко, П. Гіленсон, Н. Гончарова, С. Добкін, В. Пахомов, В. Фаворський). Серед сучасних дослідників художньо-графічного оформлення періодики виділяють М. Тимошика, В. Саву, С. Ярему, А. Мільчина, С. Гавенко, Е. Огар, Н. Дубіну, В. Єфімова, З. Партико. З розвитком науки змінюються технологічні процеси підготовки до друку та потреби читачів, що позначається на оформленні видання відповідно до призначення. З огляду на це необхідним є проведення досліджень стосовно індивідуалізації зовнішнього вигляду і формування концепції, своєрідності використання прийомів макетування видання.

Метою статті є аналіз специфіки та принципів функціонування художньо-графічного оформлення журналу «ШО».

Реалізація мети передбачає виконання **завдань**:

- висвітлити методологічні аспекти понять «художньо-графічне оформлення», «дизайн», «концепція видання»;
- простежити принципи формування зовнішнього виду видань, проаналізувати засоби досягнення необхідного ефекту впливу на аудиторію;
- визначити методи художньо-технічного оформлення і виявити специфіку художньо-графічної моделі журналу «ШО»;
- проаналізувати роль художньо-графічного оформлення у формуванні іміджу видання, розкрити взаємозв'язок структури та концепції журналу «ШО»;
- з'ясувати роль художньо-технічного оформлення у формуванні іміджу видання.

Однією з головних характеристик номера видання є художньо-технічне оформлення. Воно застосовується у будь-якій сфері діяльності, де можливе художнє проектування, зокрема й у газетно-журнальній діяльності. На сприйняття змісту видання значною мірою впливають візуальні чинники, що формуються під час перетворення авторського твору у твір друку.

У 30-ті рр. XX ст. у видавничій сфері виник термін «художньо-технічне конструювання». Діяльність конструктора включала всі процеси, пов'язані з перетворенням змісту інформації в її графічну форму з урахуванням нормативних документів: від моменту, коли авторський оригінал надходив до редакції, до рекомендацій поліграфічному підприємству та оцінюванні якості контрольних відбитків.

На рівні з художньо-технічним конструюванням науковцями розглядалося поняття «художньо-технічне оформлення». Дослідник Е. Лазаревич [5] зазначає, що художньо-технічне оформлення – система розміщення публікацій та їх заголовків у номері видання, способи виділення найважливіших матеріалів, вибір та застосування шрифтів для набору текстів, використання різноманітних видів ілюстрацій, кольорів.

На думку вченого В. Іванова, заміна понять здійснюється ще й тому, що відбувається бурхливий розвиток поліграфічного виробництва. Під його впливом і поновлюється професійна термінологія. У газетах та журналах, що випускаються з використанням фотонабору та офсету, вживають не поняття верстки, а монтаж друкованих форм. «У теоретичних працях з оформлення газет розглядаються вже не окремі варіанти художньо-технічного конструювання номерів, а принципи композиційно-графічного моделювання газет і журналів у цілому» [4, с. 10].

На сьогодні науковці та журналісти все частіше звертаються до його іншомовного відповідника – терміну «дизайн». С. Галкін зазначає, що на сучасному етапі поняття дизайн є більш всеохоплюючим. «Дизайн (від англ. Design – задум, проект, малюнок) – термін, що визначає різноманітні види діяльності, пов'язані з проектуванням, має за ціль формувати естетичні і функціональні якості предметного середовища. У вузькому значенні дизайн – художнє конструювання» [2, с. 14].

Саме дизайн як стала модель є одним із визначальних факторів читацької уваги до видання, основою подальшої рекламної кампанії та зримим виразом концепції газети, послідовне дотримання і стабільність якої

– важливий елемент маркетингової політики видання, передумова комерційного та читацького успіху видання.

«ШО» є ілюстрованим культурологічним двомісячним (виходить шість номерів на рік, у 2009 р. – вісім випусків) журналом, який висвітлює новини культурно-мистецької проблематики. Засновники видання позиціонують видання як «український журнал культурного опору», що авторитетно аналізує найбільш важливі культурні події в країні та за кордоном і залучає до діалогу професійних письменників і письменників-початківців, художників, режисерів, музикантів, артистів, продюсерів, створюючи платформу для обговорення питань.

Як уже зазначалося, проект «ШО» стартував як журнал «культурного опору» і вміщував, за словами О. Кабанова, головного редактора видання, актуальний «арт-радикалізм» і «мистецький рафінад», однак впродовж семи років існування зазнав безліч поліграфічних, дизайнерських і контентних трансформацій. Після зникнення у 2008–2009 рр. з медіаринку декількох видань-конкурентів («Афіша», «TimeOut» та ін.) О. Кабанов переформатував модель «ШО»: з'явилася тверда обкладинка, видання стало позиціонуватися як колекційне, стосовно контенту – вийшло з ніші молодіжних журналів і перетворилося в аналітичне (дещо подібне до посібника) видання про сучасну культуру. «ШО» займає передові позиції на ринку журналів культурно-мистецької проблематики, не поступаючись журналам «ART-Ukraine», «Українська культура», «A–Z Art» і «Мистецькі грані», часописам «І» та «Критика».

Художньо-графічне вираження змісту є результатом впливу внутрішніх та зовнішніх формотворчих аспектів.

Структуру видання складають розділи: «ШО дивитися», «ШО слухати», «ШО читати», «ШОіздат»; рубрики: «Тема», «Топ-10», «Театр», «Кіно», «АРТ» (актуальні проблеми мистецтва країни та світу), «Справа майстра» (інтерв'ю); авторські колонки – «сучукрліт з І. Славінською», «руська поезія України з Н. Бельченко», «труднощі перекладу з

А. Поздняковою», «книжковий дозор з Ю. Володарським» (рецензії), «плями з А. Ульяновим» (тенденції, замітки про актуальні події сезону). Рубрики «Рефлексія», «Професія», «Рецензія», «Новини мистецтва» (що має знати сучасна людина, аби вважатися в «контексті»: спостереження щодо нації, культури, суспільства, мистецтва, дозвілля, анонси культурних подій) були дійсними до 2011 р., проте у випуску журналу № 1–2 2011 р. відбулася заміна рубрикації – з'явилися: «Точка зору», «Новий проект», «Персона грата», «В Україні» та інші. Рубрики «Новини мистецтва» та «Плями з А. Ульяновим» мають мозаїчну композицію, адже містять рівноцінні замітки та коментарі стосовно актуальних арт-подій. У рубриці «АРТ: експозиція» у розділі «ШО дивитися» – великі за розміром репродукції картин художника, про якого йдеться у статті, текст є коротким і лаконічним, аби не переобтяжувати сприйняття матеріалу, що рясніє малюнками та кольоровими рішеннями.

Композиційне розміщення заголовків у «ШО» представлено прийомами верстки напіввідкритої (заголовок розміщують над частиною тексту – ліворуч або праворуч вгорі матеріалу, для збільшення вільного простору на полосі та урізноманітнення композиційних рішень) і відкритої (заголовок стоїть над текстом, побудова не залежить від змісту та місця публікації на полосі). У «підвалі» третьої сторінки знаходяться вихідні дані журналу, розташовані горизонтально по ширині сторінки, оформлені у три колонки, від основного блоку інформації відділені лінійкою. Композиційне рішення рубрик «ШО» залежить від жанру і розділу, в якому подано матеріал, та від специфіки використання ілюстрацій, інфографіки, форми подачі тексту.

У журналі розподіл матеріалу на колонки є різним, відповідно до рубрики, аби полегшити читачу сприйняття інформації, а спеціалісту з оформлення – компонування матеріалів на полосі. Основними форматами є дві колонки по 72 мм (застосовується до великих публікацій) та три колонки по 45 мм (розділ «ШО читати» та деякі інтерв'ю). Додатковий формат –

чотири колонки по 32 мм (рубрика «Топ-10», художньо-графічне оформлення якої зведено до мінімуму).

На особливу увагу заслуговує художньо-графічне оформлення інтерв'ю в журналі. Зазвичай воно є лаконічним: використовується вертикальна асиметрична верстка, що досягається завдяки формуванню тексту в дві (по 72 мм) або три (по 45 мм) колонки на кожній полосі. Найчастіше журналісти «ШО» беруть інтерв'ю у музикантів, письменників, художників, кінорежисерів і театральних діячів (супроводжуючи публікацію кадрами з фільмів чи фотографіями вистав) [3]. Подання тексту у вигляді трьох колонок утворює велику кількість «повітря» (вільного від тексту простору на полосі). «Білі плями» заповнені основними тезами інтерв'юованого у вигляді цитат, подані заголовковими літерами більшим шрифтом, ніж основний текст. Кольорова гама цитат представлена, як і весь текст, стандартним чорним або білим кольором (залежить від яскравості фону). Частину «повітря» займають оборки (частини тексту, набрані на звужений формат для розміщення на вивільненій від знаків площі), в яких подаються біографічні дані, роз'яснюються позиції та погляди особи.

Фотоілюстрації зазвичай відмежовують від тексту завдяки використанню прямокутного формату та кольорового фону, однак використовується й прийом введення ілюстрації до тексту, коли текст ніби обрамляє фотографію: у матеріалі «Геніальний ідіотизм» (№ 3–4 2010 р., с. 44–55) на першому розвороті представлено фотоілюстрацію, по контуру якої вирізано силует людини – текст обрамляє фотографію, що впливає на композицію полоси, адже порушуються формат колонки, яка звужується до десяти символів і розширюється до шістдесяти. Якщо інтерв'ю займає більше одного розвороту, подається декілька портретних фото, кожне з яких займає приблизно чверть сторінки: композиційні рішення є різноманітнішими, що надає матеріалу динаміки та асиметричності, руйнує монотонність тексту.

Центральна тема номера розкривається в рубриці «Тема», специфіка художньо-графічного оформлення якої полягає у виконанні матеріалів в

одному стильовому рішенні (схожий фон, подібне розташування ілюстрацій та розділових елементів або однаковий формат заголовкових частин). Тема «Вторгнення» (№ 9–10 2012 р., с. 4–17) складається з епіграфічного етюд, фантастичної замальовки, есе та інтерв'ю, художньо-графічне оформлення яких виконано в темних відтінках (з переважанням чорного кольору), що дає матеріалам вигляд містичний і таємничий. В інтерв'ю «Атеїст від Бога» (№ 9–10 2012 р., с. 14–17) присутня ілюстрація – графічне поєднання у вигляді півхреста фотографії П. Грінуея з репродукцією картини «Таємна вечеря» Леонардо да Вінчі. Особливість приналежності зображень до теми вторгнення полягає у використанні малюнків з прибульцями.

«ШО», починаючи з № 3–4 2011 р., виходить у твердій обкладинці, ставши першим в СНД і Європі журналом в книжковій палітурці. Обкладинка зверстана за принципом конструкції з одним композиційним центром. Назва видання розміщена зверху в центрі (до № 3–4 2010 р. включно – зліва) літерами контрастного до фонові підкладки кольору (щоразу барви змінюються, найчастіше для назви видання використовують жовтий, блакитний, червоний та зелений, рідше – помаранчевий, білий та фіолетовий). Композиційним та зоровим центром титульної частини «ШО» є ілюстрація.

Характер, соціальний, професійний та віковий склад читацької аудиторії визначають особливості художньо-графічної моделі видання. Аудиторія «ШО» складається з молоді та людей середнього віку, які відносяться до інтелектуальної еліти (митці, артисти, рецензенти, студенти, мистецтвознавці). Аудиторний показник демонструє, що читачі журналу є освіченими людьми, які належать до середнього і вищого класу. Тематика «ШО» зосереджена на арт-подіях у країні та світі, соціальних проблемах, мистецтві, подорожах, культурі.

Вплив міжнародного фактору полягає у використанні світового досвіду оформлення видання та сучасних мистецьких течій. Звернення «ШО» до постмодерного інструментарію осягнення та інтерпретації дійсності є

природним процесом, адже медіа-ресурси не є ізольованими від загального культурного дискурсу. Послуговуючись техніками постмодерного конструювання, «ШО» не описує й аналізує дійсність, а моделює, оперуючи графічними кодами для пробудження інтелектуального інтересу читачів. Дифузія документального та художнього дискурсу є рисою поетики матеріалів журналу. З огляду на комерційну успішність видання «ШО», виправданим є зміщення акцентів на засоби подачі матеріалу. Над змістом домінує форма, бо важливішим за дію є сприйняття, ставлення. Модель журналу «ШО» зумовлюється постмодерністською манерою формотворення – об'єднання роботи художника і комерсанта, поета і кризового менеджера, метою котрих є популяризація сучасної культури, що вестиме до розвитку. Вочевидь вдалим видається застосування пастішу як прийому іронічної імітації інших стилів з акцентуалізацією стилістичних надмірностей: його використовують у ролі фону зображення старого пожовклого паперу для приміток «ШО про співрозмовника» (№ 11–12 2012 р., с. 30, 58, 70, 76, 96) чи окремих статей як «Дай мільйон» (№ 9–10 2012 р., с. 24–29), або як рамки і візерунки, що імітують оформлення старовинних фоліантів (№ 5–6 2010 р.). Іронія для постмодерного осмислення дійсності є моделлю взаємодії людини з реальністю. Рецензія «Монохромний друг» (№ 9–10 2012 р., с. 80–81) на книгу коміксів за романом С. Жадана: «Цікаво, чи сам Сергій Жадан впізнав свій роман?» (№ 9–10 2012 р., с. 81), – доповнена чорно-білим малюнком з криги. Постмодернізм є усвідомленням умовного, знакового характеру дійсності, як у рецензії «Пішак і королева»: «...але все це виявляється фікцією. У сучасному світі немає пророків, та й сам світ загинути не може – бо його кінець давно вже настав» (№ 11–12 2012 р., с. 80), – головна думка дубльована збільшеним художнім шрифтом.

Принципом продукування художньо-графічних елементів є інтерстильове тонування – процес залучення до зображеного лексичних одиниць обмеженої сфери використання: жаргонізми, сленг, розмовні одиниці тощо. Наприклад, у «ШО» на ілюстраціях вжито фразу: «Сьогодні ти

граєш треш... а завтра бабу свою з'їси!» (№ 3–4 2010 р., с. 54–55), що відображає модифікацію та варіювання значень певного слововжитку, надає суб'єкту інформаційного впливу більше можливостей для емоційного оцінювання тексту. Завдяки прийому інтерстильового тонування зображення змістовно збагачується, позначаючи рецепцію розширенням спектра емоційно-оціночних значень. Виникає ряд ефектів, які надають колориту художньо-графічним елементам. Навіть назва журналу «ШО» належить до розряду розмовних одиниць, суржику.

Отже, журнал «ШО» належить до категорії спеціалізованих (культурологічних) видань. Рясне застосування ілюстрацій є відмінною рисою художньо-графічного оформлення журналу. Дизайн «ШО» виділяється використанням різнокольорової гами для компонентів оформлення (ілюстрацій, лінійок, колонтитулів, інфографіки тощо). Функціональне призначення елементів макету залежить від тематики, рубрики та жанру. Ілюстрації виконують допоміжну (в інтерв'ю, дайджестах, оглядах) і змістову (у статтях, есе, фотопублікаціях) функції. Лінійки виступають рамками при обрамленні ілюстрацій, виконують розділову функцію при мозаїчній побудові полос та роль кольорової підкладки у центральних статтях випуску. Інфографіка супроводжує рейтинги, огляди, матеріали із статистичними даними, що потребують узагальнення. Художньо-технічне моделювання інфографіки в журналі виконано професійно, об'єкти подані в малюнках, образах і символах, що привертає увагу, сприяє виразності та естетизації композиції.

Обсяг журналу становить понад сто сторінок, тому композиційні рішення є варіативними, а високий поліграфічний рівень дозволяє використовувати в оформленні складні конструкції та ілюстрації різного формату. Елементи художньо-графічної моделі журналу представлені колонками, лініями, рамками, ілюстраціями, інфографікою тощо, функціональне призначення яких полягає в увиразненні композиції полос, акцентуванні та підпорядкуванні матеріалів у рубриках. Окремі елементи

оформлення (ілюстрації, інфографіки) «ШО» виступають і самостійними змістовими частинами композиції.

Зовнішній вигляд видання, його естетична привабливість, адаптованість та зручність для розуміння значною мірою впливають на рішення читача при виборі видання. З огляду на це у сучасній журналістиці важливою залишається перспектива дослідження специфіки художньо-технічного оформлення, якості формування “обличчя”, засобів індивідуалізації зовнішнього вигляду видання.

Список використаних джерел

1. Бхаскаран Л. Анатомия дизайна : реклама, книги, газеты, журналы / Л. Бхаскаран. – М. : Астрель, 2007. – 256 с.
2. Галкин С. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала : учебн. пособ. / С. Галкин. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 216 с.
3. Грабська А. Інтерв'ю в журналі культурного спротиву ШО / А. Грабська / Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна. – К., 2008. – Т. 32. – С. 101–106.
4. Иванов В. Техніка оформлення газети : курс лекцій / В. Иванов. – К. : Знання, 2000. – 222 с.
5. Лазаревич Э. Дизайн периодических изданий : учебн. пособ. / Э. Лазаревич. – М. : Ф-т журналистики, МГУ, 2004. – 92 с.
6. Официальный сайт журнала культурного сопротивления «ШО». – Режим доступа : <http://www.sho.kiev.ua/> (дата звернення до сторінки – 15.05.2013)
7. ШО : журнал культурного спротиву. – 2010–2012 рр.