

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра видавничої справи та редагування

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня «бакалавр»

на тему: **ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ
ДРУКОВАНОГО ВИДАННЯ**

Виконала: здобувачка освіти 4 курсу,
Групи 6.0619-рвд
Спеціальності «Журналістика» освітньо-
професійної програми «Редакторсько-
видавнича діяльність і медіамоделювання»
Григор'єва Р.С.
Керівник к.н.соц.ком., доцент
Микитів Г.В.
Рецензент к.філол.н., доцент
Романюк Н.В.

Запоріжжя

2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики

Кафедра видавничої справи та редагування

Рівень вищої освіти **бакалавр**

Спеціальність/освітня програма **061 – «Журналістика»/«Редакторсько-видавнича діяльність і медіамоделювання»**

ДО ЗАХИСТУ ДОПУЩЕНА

Завідувач кафедри

_____ Плеханова Т. М.

«_____» _____ 2023 року

**З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

1. Тема роботи : Особливості дизайн-концепції друкованого видання керівник роботи Микитів Галина Володимирівна, к.н.соц.ком., доцент, затверджені наказом ЗНУ від «30» грудня 2022 року № 1903-с.
2. Термін подання студентом роботи (проекту): 05 червня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту): Іванов В. І. Техніка оформлення газети : курс лекцій. Київ : Товариство «Знання», КОО, 2000. 222 с.; ДСТУ 3017-15. Видання. Основні види. Терміни та визначення. [Чинний від 2015-06-22]. Київ, 2016. 19 с. (Інформація та документація); Оформлення вихідних відомостей у виданнях. Відомості про автора. Відомості про назву видання. Підзаголовкові дані. Вісник Книжкової палати. 2006. №3. С. 14–15; Василюшин Д. В., Василюшин О. М. Технологія набору та верстки : навчальний посібник. Львів : Українська академія друкарства, 2011. 272 с.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) Обґрунтування актуальності теми дослідження; 2) визначення основних понять та термінів, що стосуються дизайну друкованих видань; 3) аналіз особливостей дизайн-концепції друкованих видань; 4) аналіз сучасних тенденцій у дизайні друкованих видань «Elle» та «Vogue», використання інноваційних підходів.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) – немає

6. Консультанти розділів роботи (проекту)

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|----------|---|------------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Вступ | Микитів Г.В., доцент | Січень 2023 р. | Січень 2023 р. |
| Розділ 1 | Микитів Г.В., доцент | Лютий 2023 р. | Лютий 2023 р. |
| Розділ 2 | Микитів Г.В., доцент | Березень 2023 р. | Березень 2023 р. |
| Висновки | Микитів Г.В., доцент | Травень 2023 р. | Травень 2023 р. |

7. Дата видачі завдання 03.01.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів дипломного проекту (роботи) | Строк виконання етапів проекту (роботи) | Примітка |
|-------|---|---|----------|
| 1 | Консультація наукового керівника з вибору теми. Затвердження теми | Вересень – жовтень 2022 р. | виконано |
| 2 | Складання плану роботи | До 17 жовтня 2022 р. | виконано |
| 3 | Добір і опрацювання наукової літератури. Узгодження бібліографічного переліку | До 10 листопада 2022 р.. | виконано |
| 4 | Написання Вступу | До 12 грудня 2022 р.. | виконано |
| 5 | Написання Розділу 1 | До 12 грудня 2022 р. | виконано |
| 6 | Написання Розділу 2 | До 10 січня 2023 р. | виконано |
| 7 | Написання Висновків | До 08 лютого 2023 р. | виконано |
| 8 | Складання й оформлення списку літератури | До 30 березня 2019 р. | виконано |
| 9 | Вичитка науковим керівником остаточного варіанту роботи | До 05 травня 2023 р. | виконано |
| 10 | Завершальне оформлення роботи | До 05 травня 2023 р. | виконано |
| 11 | Проходження нормоконтролю | До 31 травня | виконано |
| 12 | Рецензування роботи | До 31 травня | виконано |

Студент _____ І. Л. Фікс

Керівник роботи (проекту) _____ Г.В. Микитів

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Г.В. Микитів

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра «Особливості дизайн-концепції друкованого видання»: 43 стор., 5 додатків, 35 джерел.

Метою роботи є виявлення особливостей дизайн-концепції глянцевого журналу «Elle», «Vogue».

Для досягнення мети потрібно виконати такі **завдання**:

- 1) окреслити значення поняття «графічне оформлення», «дизайн», «дизайн-концепція»;
- 2) описати основні елементи дизайну журналу;
- 3) з'ясувати місце глянцевого журнального видання в системі періодичної літератури;
- 4) виділити особливості графічного оформлення як основи дизайну журналу «Elle», «Vogue».

Об'єктом дослідження є журнали «Elle» та «Vogue» за 2020-2022 рік.

Предметом – особливості графічного оформлення журнальних видань.

Методами дослідження є структурно-функціональний метод для вивчення теоретичних основ електронної періодики, класифікація для групування характеристик, метод порівняльного аналізу..

Наукова новизна: виявлення нових тенденцій у дизайні друкованих видань: Дослідження включає виявлення та аналіз останніх тенденцій у сфері дизайну друкованих видань, таких як використання нових типографських рішень, інноваційні методи оформлення, зміни в структурі та форматі видань тощо. Це може сприяти розширенню наукового знання про актуальні тенденції у дизайні друкованих видань.

Сфера застосування. Результати дослідження можуть бути використані при написанні рефератів, курсових, дипломних робіт студентів із спеціальності «Видавнича справа та редагування»; при підготовці до практичних занять із дисциплін «Вступ до фаху», «Основи видавничої справи та редагування», «Маркетингові стратегії у видавничій діяльності», «Редакційно-видавничий

фах. Книжкові видання», «Редакційно-видавничий фах. Електронні видання»; у практичній діяльності видавців, менеджерів видавничого бізнесу та книгорозповсюджувачів.

ДИЗАЙН, ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ, ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ
ВИДАННЯ, ЖУРНАЛ

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| Завдання на кваліфікаційну роботу бакалавра..... | 2 |
| Реферат | 4 |
| Вступ..... | 7 |
| Розділ 1. Теоретичні основи вивчення графічного оформлення як основи дизайн-концепції журнального видання..... | 9 |
| 1.1 Термін «графічне оформлення» як об’єкт наукового дослідження..... | 9 |
| 1.2 «Глянець» у типологічній системі масових журналів..... | 155 |
| Розділ 2. Особливості графічного оформлення в дизайн-концепції журналів «Elle», «Vogue»..... | 19 |
| 2.1 Елементи шрифтового оформлення | 19 |
| 2.2 Ілюстративний матеріал як засіб дизайну на шпальтах видання..... | 25 |
| Висновки | 32 |
| Список використаних джерел | 35 |
| Додаток А. Обкладинка журналу «Elle», №9, 2020 | 38 |
| Додаток Б. Обкладинка журналу «Vogue», 2022 | 39 |
| Додаток В. Останні тенденції, журнал «Elle» | 40 |
| Додаток Г. Останні тенденції, журнал «Vogue» | 41 |
| Додаток Д. Розташування ілюстрацій..... | 42 |
| Декларація академічної доброчесності..... | 43 |

ВСТУП

Графічне оформлення є важливим, тому що саме воно цікавить майбутніх читачів своєю надзвичайністю. Кожна деталь має важливе значення, оскільки це впливає на атракцію споживачів друкованої продукції.

Художнє оформлення журнальних видань було в центрі уваги таких дослідників, як М.Тимошика, В. Шевченко, З.Партика, Н.Фенько, М. Яреми, М.Гуревича, які окреслили дефініцію терміна «графічне оформлення». Елементи графічного оформлення виділили В.Шевченко, М. Тимошик, М.Гуревич, Н.Фенько. Однак графічне оформлення журналів «Elle», «Vogue» не було об'єктом всебічного та ґрунтовного дослідження, чим і зумовлена **актуальність** теми наукової роботи.

Метою роботи є виявлення особливостей дизайн-концепції глянцевого журналу «Elle», «Vogue».

Для досягнення мети потрібно виконати такі **завдання**:

- 1) окреслити значення поняття «графічне оформлення», «дизайн», «дизайн-концепція»;
- 2) описати основні елементи дизайну журналів;
- 3) з'ясувати місце глянцевого журнального видання в системі періодичної літератури;
- 4) виділити особливості графічного оформлення як основи дизайну журналів «Elle», «Vogue».

Об'єктом дослідження є журнали «Elle» та «Vogue» за 2020-2022 рік.

Предметом – особливості графічного оформлення журнальних видань.

Методами дослідження є структурно-функціональний метод для вивчення теоретичних основ електронної періодики, класифікація для групування характеристик, метод порівняльного аналізу.

Практичне значення роботи полягає в тому, що результати роботи можуть бути використані у сфері газетно-журнального виробництва, а також

при підготовці до занять із дисциплін «Художньо-технічне редагування», «Газетно-журнальні видання» та ін.

Наукова новизна: аналіз сучасних тенденцій у дизайні друкованих журналів: вивчення сучасних підходів до дизайну журналів, включаючи використання типографії, композиції, кольорів, графічних елементів та фотографій. Встановлення спільних особливостей та відмінностей між жанровими виданнями

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ ЯК ОСНОВИ ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ ЖУРНАЛЬНОГО ВИДАННЯ

1.1 Термін «графічне оформлення» як об'єкт наукового дослідження

У сучасному дизайні та мистецтві використовується широкий спектр термінів, що відображають різні аспекти створення та оформлення візуальних матеріалів. Один із таких термінів – «графічне оформлення», яке виступає об'єктом наукового дослідження і має свої специфічні аспекти та особливості.

Графічне оформлення є поняттям, яке поєднує в собі використання графічних елементів та композиційних прийомів з метою створення візуально збалансованого та естетично привабливого образу. Цей процес включає в себе розробку дизайну, вибір кольорової гами, шрифтів, розміщення об'єктів на поверхні та використання різних технік для досягнення візуальної гармонії та ефективного сприйняття.

Графічне оформлення використовується у різних сферах, таких як реклама, друковані видання, веб-дизайн, пакування товарів та інші. В кожній з цих галузей графічне оформлення виконує свої функції і має вплив на сприйняття та комунікацію зі споживачами. Наприклад, у рекламі графічне оформлення використовується для привертання уваги, створення емоційного зв'язку з аудиторією та підсилення брендової ідентичності.

Графічне оформлення як об'єкт наукового дослідження вивчається з різних перспектив. Дослідники аналізують його роль у створенні візуальної комунікації, вплив на сприйняття та емоційну реакцію споживачів, використання новітніх технологій та тенденцій у графічному дизайні. Вони досліджують взаємозв'язок між графічним оформленням і брендовою

ідентичністю, ефективність різних дизайнерських рішень та їхній вплив на споживачів.

Головною метою графічного оформлення є передача інформації через ілюстрації, елементи та інше такими способами, щоб читач був зацікавлений у продовженні номери з самої першої сторінки глянцю.

Учений М. Тимошик зауважує, що графічне оформлення видання – це дії художнього редактора і редактора щодо обґрунтування концепції художнього оформлення [21, с. 37].

В. Шевченко зазначає, що графічне оформлення передає зміст шрифтового виконання, відтінки – посилення або послаблення значення, стиль, яскравість, гучність, інтонацію та інше [29, с. 6].

Відмінність думки М. Тимошика від В. Шевченко полягає в тому, що М. Тимошик акцентує увагу саме на діях редактора, а В. Шевченко зазначає про велику роль шрифтового виконання [22, с. 16].

М. Тимошик, зазначає про такі елементи графічного оформлення: шрифт, ілюстрації. Він говорить про сучасні проблеми [22, с. 18]:

- пунктуація;
- перевантаженість деталей;
- ілюстрації низької якості;
- неправильно обраний ракурс, що викривлює зображення.

В. Шевченко виділяє елементи графічного оформлення [30, с. 5]:

- колір;
- шрифт;
- ілюстрації.

Графічне оформлення видання – це поєднання тексту та графіки. Елементами графічного оформлення є:

- лінії. Використовуються для поділу простору. За допомогою ліній читач звертає увагу від одного елемента до іншого. Зазвичай, прямі лінії зустрічаються у графічному оформленні макетів. Це робиться для поділу

контенту. В якості визначальних елементів у графічному оформленні виділяють пунктирні та вигнуті. Це робиться для основи ілюстрацій або графіки.

- кольори. Кольори відразу передають настрій від графічного оформлення до читача. Колір викликає глибокі емоції. Може застосовуватись до будь-якого іншого елемента та підлаштовуватись під нього, просто змінюючи палітру. Колір може:

- передати настрої (Наприклад, червоний колір представляє силу, гнів або пристрасть, а синій закликає до миру і безпеки);
- виділити зображення;
- підкреслити точку зору;
- придати сенсу;
- передати інформацію.

На нашу думку, щоб гарно розробити графічне оформлення видання, потрібно основи колористики. Це робить роботу графічного редактора простіше та гармонізуючи.

- ілюстрація і фотографія. Щоб не зруйнувати ілюстрацію, треба робити її не занадто потужною, тому що якщо трохи перебрати, то можна зруйнувати ідею дизайну графічного оформлення. Через фото передається багато інформації, як і через колір. Фотографії та ілюстрації викликають інтерес у аудиторії та привертають її увагу. Деякі сучасні графічні редактори розробляють ілюстрації самостійно, для цього вже є додатки, за допомогою яких вже створюють мультфільми. Метою фотографій та ілюстрацій є об'єднання тексту та впливу на людину через емоції [18, с. 15].

Чим лаконічніше виглядає оформлення видання, тим виразнішим та зрозумілішим він є для сприйняття аудиторії.

Серед важливих графічних елементів є шрифт, він може вплинути на людину, але цьому не завжди приділяють вартої уваги. Цією проблемою займались вчені: К. Серажим, В. Шевченко, З.Партико.

Обкладинка – відіграє головну роль, тому що потенційний читач спершу бачить її, а вже після зацікавлення нею він розгорне видання й прочитає текст, ознайомиться з інформацією в ньому.

Гра кольорів, стиль та сучасність, це важливо при розробленні першої сторінки видання. Вона повинна дати читачу інтригу, щоб він хотів «заглянути» у середину та прочитати усі цікаві йому новини.

Технічний редактор С.М. Ярема, зазначає, що редактор перед тим як написати статтю продивляється ілюстрації до якого потрібно написати текст, також уточняє їх зміст [32, с. 206].

Редактор зазначає, що потрібно розмістити на першому місці, а що на другорядному. Ілюстрації у виданні це як окремий вид творчості. Треба вміти поєднати сенс тексту та фотозйомку. Вони допомагають аудиторії більш зрозуміти інформацію та запам'ятати. Розглянемо особливості ілюстрації журналу.

Шрифт – це основна складова будь-якого видання. Завдяки йому можна виділити основний і другорядний текст, зосередити увагу наголосити на важливих моментах тексту. Шрифт – це як бренд журналу, він має бути особистим та не поширюваним на інші видання. Все повинно виглядати лаконічно та не перенапружено.

В.Шевченко зазначає про функції шрифтів на обкладинці: по-перше вони несуть у собі естетичну функцію, повинні виглядати привабливо, закликаючи подивитись інші сторінки. По-друге, виконують візуальне виділення тексту [29, с. 160].

На першій сторінці читача не повинно нічого відволікати. Він повинен запам'ятати автора, назву видання, щоб потім привернути знову свою увагу.

Кольори – вони як настрої редакторів, повинні передати її людям. Ми вважаємо, що це яскраві та позитивні кольори. Або по сезону.

Щоб зосередити увагу читача та не переграти з відтінками, з'явилась така тенденція, як заголовні літери заливаються сріблястим чи позолоченим

відтінком, це зустрічається взагалі у ювілейних, або подарункових виданнях, для більшої ефектності.

Метою графічного оформлення є не просто розмістити текст, але й поєднати його з усіма елементами та засобами інформації. Через маленькі елементи (колір, шрифт, фото/ілюстрацію, лінії, текстуру) передається весь сенс, який графічний редактор або автор хоче передати до читача.

Основними елементами графічної концепції є:

- стильові особливості, композиція видання й окремих його сторінок відповідно до тематичної концепції;
- сталі візуальні складники – логотип, колонтитули, графічні елементи, колір, шрифти тощо;
- чіткий макет (сітка), відповідно до ліній якого розміщуються елементи і який визначає всі пропорції та розмірні характеристики;
- структура заголовків, врізів і їх графічне оформлення;
- графічна структура матеріалу, засоби виділення, вирівнювання;
- стиль виконання та площа зображального матеріалу [30, с. 9].

Дослідження терміна «графічне оформлення» сприяє поглибленню розуміння його значення та впливу на візуальну комунікацію. Вивчення цього об'єкта дослідження розкриває нові можливості для розвитку дизайну та використання його потенціалу у різних сферах людської діяльності.

У рамках даного розділу було розглянуто термін «графічне оформлення» як об'єкт наукового дослідження. Виявлено, що графічне оформлення є складним процесом, що включає в себе використання графічних елементів, композиційних прийомів та інших дизайнерських рішень з метою створення естетично привабливого та візуально збалансованого образу.

Термін «графічне оформлення» активно використовується у різних сферах, таких як реклама, друковані видання, веб-дизайн та інші. Він має великий вплив на сприйняття та комунікацію зі споживачами, сприяє створенню емоційного зв'язку та підсилює брендову ідентичність. Графічне

оформлення виконує важливі функції, такі як привертання уваги, передача інформації та створення естетичного задоволення.

Наукове дослідження терміна «графічне оформлення» дозволяє розкрити його значення та вплив на візуальну комунікацію. Вивчення цього об'єкта дослідження відкриває нові можливості для розвитку дизайну та використання його потенціалу у різних сферах людської діяльності. Інтеграція сучасних технологій та використання актуальних тенденцій дозволяють підвищити ефективність графічного оформлення і забезпечити його відповідність сучасним потребам та вимогам споживачів.

Отже, термін «графічне оформлення» є важливим об'єктом наукового дослідження, що відображає значущість дизайну та його вплив на створення естетично привабливих та ефективних візуальних образів у різних сферах діяльності. Його дослідження сприяє розвитку дизайнерської практики та розумінню важливості візуальної комунікації для досягнення успіху в сучасному світі.

Дизайн – це процес створення та організації естетично збалансованого та функціонального об'єкта, системи або середовища, який має на меті досягнення конкретних цілей та відповідь на потреби користувачів.

Засоби дизайну – це набір технічних, естетичних та комунікативних засобів, що використовуються для втілення задуму дизайнера та досягнення поставлених цілей. Засоби дизайну включають форму, кольори, текстури, композицію, шрифти, пропорції, рух, звук та інші елементи, які використовуються для створення візуального, функціонального або ергономічного впливу.

У дизайні використовуються різні підходи та методи, зокрема:

– Графічний дизайн – це галузь дизайну, що використовує зображення, типографію та інші візуальні елементи для створення комунікаційних матеріалів, таких як логотипи, плакати, брошури, упаковка тощо.

– Промисловий дизайн – це галузь дизайну, що зосереджена на створенні функціональних та естетичних рішень для предметів промислового виробництва, таких як меблі, електроніка, автомобілі тощо.

– Веб-дизайн – це процес створення та організації веб-сторінок з використанням графічних елементів, типографії, кольорів та інших візуальних компонентів для забезпечення зручного та ефективного користування веб-сайтом.

– Інтер'єрний дизайн – це процес планування, організації та оформлення внутрішнього простору будівель та приміщень з метою створення функціональних, естетичних та ергономічних середовищ.

Ці засоби та галузі дизайну використовуються для створення якісних, зручних та естетично привабливих рішень, які задовольняють потреби та вимоги користувачів у різних сферах життя.

1.2 «Глянцеві» у типологічній системі масових журналів

у типологічній схемі масових журналів «глянець» визнається окремою категорією, яка має свої специфічні особливості та цільову аудиторію. Цей тип журналів відрізняється яскравим та ексклюзивним дизайном, багатим вмістом і спрямований на задоволення інформаційних та розважальних потреб своїх читачів.

Однією з ключових особливостей «глянцевих» журналів є їхній вишуканий дизайн. Вони часто використовують яскраві кольори, розкішні шрифти та привабливі обкладинки, які вразливі для очей читачів. Дизайн «глянцю» надає виданням ексклюзивності та розкіші, створюючи візуальну привабливість для своєї аудиторії.

«Глянцеві» журнали також відрізняються багатством вмісту. Вони пропонують широкий спектр тематик, таких як мода, краса, стиль життя, шоу-бізнес, подорожі та багато іншого. Це дозволяє задовольняти різноманітні

інтереси своєї аудиторії та залучати читачів різного віку та соціального статусу. Вміст «глянцю» часто включає ексклюзивні фотосесії знаменитостей, модні тренди, поради зі стилізації та багато інших розділів, які привертають увагу широкої аудиторії.

Практичне вивчення журналів з метою визначення їх місця в системі ЗМК передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик, а також моделювання і прогнозування нових видань. Такий аналіз включає такі складові: класифікацію за тематичною спрямованістю, визначення типологічних ознак журналів, їх типів, видів, складення логічної класифікаційної моделі і типологічного моделювання [26, с. 252].

Глянець – це журнал про сучасний стан моди у світі. Побачивши це видання, читач має змогу дізнатись про тенденції у світі, тому дуже важно, щоб редактори і видавці сліdkували за останніми подіями у цій сфері. Цим напрямком займалися відомі вчені: Н. Фенько, В.Шевченко.

Типологія журнального видання сформована на основі таких критеріїв:

- цільове призначення;
- тематика або зміст (характер інформації);
- читацьке призначення;
- періодичність видання;
- місце і сфера розповсюдження [24, с. 37].

Цільове призначення – визначається зміст, характер інформації, потрібний читачу. Обирається група читачів, яким журнал адресований. Це є найважливішим, тому що потрібно обрати інформацію та донести правильно до своєї цільової аудиторії, але щоб це було доречним. Бувають випадки, коли розважальні журнали поєднують в собі історію, але це робить видання цікавішим, та за допомогою цього аудиторія не стає меншою.

Журнали за змістом поділяються на такі підвиди [24, с. 45]:

- Суспільно-політичний;
- Науковий;
- Науково-популярний;

- Розважальний;
- Літературно-художній;
- Спеціалізований;
- Виробничо-практичний;
- Реферативний [24, с. 46].

За читацьким призначенням можна виділити такі групи журналів: для фахівців (наукові; виробничо-практичні; методичні; реферативні; ділові; правові; технічні, комп'ютерні; промислові; сільськогосподарські; медичні; військові; документальні), для широкого кола читачів (інформують аудиторію про всі сфери суспільного життя).

За змістом та аудиторією розрізняють такі журнали [24, с. 50]:

- загальні, або універсальні;
- тематика видання присвячена всім сферам життєдіяльності всіх членів суспільства, так звані масові видання;
- спеціальні, обмежені своєю тематикою й аудиторією [24, с. 50].

Н.М.Фенько, зазначає, що глянець – це світ «гламуру». Це журнал про моду, який все більше покорає простори соціальних мереж та світу. Глянцеві журнали несуть в собі нові образи, стають напутниками для жінок. Глянцевий жіночий журнал подає ідеальні образи сучасних прекрасних жінок, які існують у чарівному світі красивих речей та інтер'єрів. У цьому світі не існують страждання, висвітлюються тільки світлі теми, немає болю, смерті, хвороб.

Також можна виділити ознаки гляцевих журналів, серед них:

- Товщі, ніж щотижневі;
- Періодичні, виходять раз на місяць;
- Мають міцну обкладинку;
- Висока поліграфічна якість;
- Яскраві естетичні кольори [24, с. 52].

Всі ці складові допомагають читачу повністю зрозуміти сенс видання.

Глянцеві журнали звичайно містять більш рубрик про моду, красу та різні тенденції. Друковані видання більш дають якоїсь цікавої інформації, тому друковане видання є набагато кращим та якісним.

Функції модних друкованих журналів

- Заповнення вільного часу;
- Розвага читача;
- Відволікання читача від життєво важливих питань, які відразу неможливо вирішити.

- Естетична насолода;

- Поради [24, с. 54].

Всі функції допомагають зменшити стрес, додає настрій, можливо якусь мотивацію, якщо мова йде про рубрику «поради». Тому тут значну роль грає редактор та письменник. Щоб у журналі були постійні читачі треба знайти актуальну інформацію, актуальні поради, для того щоб відволікати людину.

Отже, «глянець» у типологічній схемі масових журналів виокремлюється своїм вишуканим дизайном, багатим вмістом та спрямованою на розкішну та модну аудиторію. Цей тип журналів успішно задовольняє інформаційні та розважальні потреби своїх читачів, створюючи впізнаваний образ та маючи своє місце в сучасній медіа-ландшафті.

Типологічна схема масових журналів включає різноманітні види видань, а глянець є одним з найпопулярніших серед них. Він привертає увагу своєю розкішшю, естетикою, акцентом на моду, стиль та розваги. Глянець має свої цілі, такі як надання естетичного задоволення та інформування, а його цільова аудиторія включає широкий спектр читачів, особливо тих, хто цікавиться модою та розвагами.

У цьому розділі ми розглянули основні особливості глянцю та його роль у масових журналах за типологічною схемою. Розуміння цих аспектів допоможе нам краще оцінити вплив глянцю на суспільство та розуміти, чому він є таким популярним у сучасному медійному ландшафті.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ В ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЇ ЖУРНАЛІВ «ELLE», «VOGUE»

2.1 Елементи шрифтового оформлення

Через те, що журнал «Elle» покорив своєю концепцією та креативністю, у 2019 році він зайняв місце «Найбільша знакова обкладинка» (Додаток А).

Ми провели аналіз шрифтів на обкладинці та виявили, що на обкладинці назва набрана гарнітурою Times New Roman, 72 п.

Протягом всього видання можна побачити три різних видів гарнітур:

– Times New Roman – використовується для назви журналу розміром 72 п., та на деяких шпальтах, як основний текст 14 п.

– Calibri – використовується для основного тексту 14 п., місцями 11 п., та може застосовуватись для заголовків, так всі букви пишуть з великих літер.

– Book Antiqua – використовується для над заголовку.

Деякі бренди виділяються шрифтом Calibri, де всі літери пишуть з великої.

На нашу думку, назва не перевантажує композицію журналу, відповідає нормам та стандартам про «правила правопису назви видання»: є виразною і простою, легко запам'ятовується, бо є лаконічною. Ця назва сформувалась на основі стилізації журналу.

Можна побачити, що цей шрифт із засічками, букви витягнуті та вирівнені. Це створює естетику. Приємно дивитись на такий шрифт.

Титульний шрифт визначає заголовки та основні назви статей у журналі. У журналах «Elle» та «Vogue» використовуються стильні, елегантні та модерні шрифти, які відображають престижність і глянцевість цих видань. Наприклад, для «Elle» характерними є шрифти з тонкими лініями та елементами курсиву, які додають жіночності та ексклюзивності. У «Vogue» можна побачити

використання більш жорстких та геометричних шрифтів, які підкреслюють сучасність та авангардність видання.

Текстовий шрифт використовується для основного контенту статей у журналах. Вони мають бути читабельними та забезпечувати зручне сприйняття тексту. В *Elle* та *Vogue* часто використовуються класичні серіфні шрифти, такі як Times New Roman або Baskerville, які відображають престиж та елегантність (Крищенко, 2018). Однак, також можна зустріти використання санс-серіфних шрифтів, які надають сучасності та легкості тексту.

Розмір та кернінг: Важливим аспектом шрифтового оформлення є розмір шрифту та відстань між літерами (кернінг). Журнали «*Elle*» та «*Vogue*» використовують різні комбінації розмірів шрифту для візуальної різноманітності та ієрархії в текстовому контенті. Більші заголовки можуть мати великі розміри для привернення уваги, тоді як тексти статей можуть бути меншого розміру для зручного читання. Кернінг використовується для оптимального розташування літер між собою та забезпечення належного проміжку між ними.

Додаткові елементи: У журналах «*Elle*» та «*Vogue*» можна зустріти додаткові елементи шрифтового оформлення, такі як акцентовані слова або фрази, надруковані курсивом, жирним шрифтом або іншими стилізованими формами. Ці елементи використовуються для підкреслення ключових ідей, створення емоційного навантаження та визначення важливих моментів у тексті.

Отже, елементи шрифтового оформлення в журналах «*Elle*» та «*Vogue*» включають титульні та текстові шрифти, розмір та кернінг, а також додаткові елементи, які надають візуальну ідентичність та характер видання. Ці елементи грають важливу роль у створенні естетичного враження та сприйнятті текстового контенту читачами журналів «*Elle*» та «*Vogue*».

У назві глянцевого видання побудова на основі таких принципів:

- Назва є оригінальною
- Універсальність та сучасність
- Креативність

- Унікальність
- Асоціативність (тобто, коли ми бачимо журнал, то відразу згадуєш саме про цей журнал, моду та стиль).

Цей журнал легко рекламувати і це сприятиме запам'ятовуванню потенційних читачів.

Ми вважаємо, що у журналі «Elle» за способом виконання використовується друкарський шрифт. Зараз такі шрифти розробляють за допомогою комп'ютерів.

Друкарський шрифт застосовується до усіх заголовків, підзаголовків, ініціалів та інше. Цікаво та незвичайно підібрати гарнітуру треба вміти.

Розглянемо обкладинку глянцевого видання «Elle» (Додаток А).

Ми можемо побачити таку особливість, як нахил однієї букви «L», це пояснюється тим, що не хотіли порушувати концепцію, фото моделі. Раніше у випусках ми цього не зустрічали.

- Гарнітура, яка оточує модель – нагадує рукописний шрифт, Kuenstler Script (зарубіжний), 16 п. Несе естетичну функцію. Робить особливий стиль та прикрашає.

- Заголовок біля моделі, другим кольором (білим). Поєднання різних розмірів: 72 п., 14 п. Заголовок набраний гарнітурою Calibri, 36 п.

Титульна сторінка виглядає естетично, не перевантажує читача. Хочеться відкрити це глянцеве видання та дізнатися усі тенденції та цікаві рубрики.

Текст у середині видання набраний гарнітурою Calibri, 14 п., на деяких шпальтах видання (сторінка 16), ми можемо побачити 16 п. та 11 п.

Жирним окресленням зазвичай редактори виділяють заголовки, підзаголовки та тези.

Взагалі, кожен шрифт несе читачеві необхідну інформацію.

Шрифт видання «Elle» доповнює образ. Він поєднує у собі як інформацію, так і естетику, моду та стиль. Шрифт у глянтовому журналі «Elle Україна» також читабельний, він не перевантажує.

На шпальті друкованого видання також можна побачити таку особливість, як велика літера посередині, виділена звичайним жирним, але не перевантажуваним шрифтом, із засічками.

В українському глянцевому журналі «Elle», ми побачили різні розміри заголовків.

Наприклад, деякі заголовки з великої літери, але й невеликий шматочок тексту у кінці шпальти, таким чином виділили ініціали всіх учасників у створенні глянцевого видання.

Усі вони пишуться з великих літер – це капітель, шрифт виділений. Великі літери також мають свою роль у тексті та виданні: декоративну. Але зловживати не треба, тому що, якщо зробити весь текст з великих літер, це буде його перенавантажувати.

Капітелі змінюють зовнішній вигляд тексту, зміст залишається таким же. За його допомогою читач більш зверне увагу на текст. Капітель на всіх сторінках майже різний, наприклад, на сторінці 29 розмір 28 п., а на сторінці 65 розмір 16 п. За допомогою капітелі виділяють заголовки, напівжирним накресленням.

Кегль – розмір шрифту, від якого залежить обсяг видання. У виданні засовується 14 кегль, на деяких сторінках 11 п., або 16 п.

Гарнітура видання «Elle» це Times New Roman, використовується у назві видання, та в деяких статтях.

У цьому друкованому виданні використовується три види гарнітури.

Друга гарнітура Calibri – використовується для основного тексту.

Третя Book Antiqua – використовується для над заголовку.

Також у деяких випусках глянцевого журналу «Elle» ми можемо побачити нові гарнітури. Наприклад, на обкладинці видання №9, 2020 рік, ми виділили рукописний шрифт Kuenstler Script, який раніше не застосовувався (Додаток А).

У випусках видання ми можемо побачити різні виділення. Заголовки зазвичай з капітелі. Підзаголовки йдуть рукописні, написані декоративним шрифтом, це робить текст більш читабельним.

Ініціал на початку статті, основний текст набраний гарнітурою Calibri, зазвичай розміром 14 п.. Ми зазначаємо, що видання є читабельним та не перевантажує читача, тобто сенс видання не втрачається. Є якась особлива стилістика. Зміст статті невеликий, завдяки заголовку і підзаголовку хочеться прочитати інше. Виділяються тільки основні заголовки.

Титульний шрифт Найбільш важливий, він с першого погляду повинен зацікавити потенціального читача.

Взагалі призначення титульної сторінки друкованого видання це поєднання головної ілюстрації, кеглю та гарнітури.

Шрифт в виданні «Vogue» є одним з визначних елементів його графічного оформлення, що вносить вагомий внесок у створення його візуального образу та впізнаваності (Додаток Б). Використання певних шрифтів допомагає підкреслити авторитет та статус видання, а також передати його унікальний стиль і естетику.

Один з характерних шрифтів, які використовуються у журналі «Vogue», є Didot (Дідо). Didot є серіфним шрифтом, відомим своїми тонкими та елегантними літерами (Cramerі, 2015). Він володіє виразними кутиками та витягнутими формами, що надають йому розкішного вигляду. Didot створює відчуття елегантності та стилю, які є характерними для журналу "Vogue".

Didot використовується у заголовках, назвах статей та інших важливих елементах дизайну "Vogue". Він дозволяє підкреслити головні ідеї та привернути увагу читача. Крім того, Didot часто поєднується з іншими шрифтами, наприклад, санс-серіфними шрифтами, щоб забезпечити контраст та варіацію в оформленні.

Використання Didot у журналі "Vogue" відображає його престижність, вишуканість та модний стиль. Шрифт створює гармонійну співвідношення між літерами, забезпечуючи високу читабельність і впорядкованість тексту. Він

також допомагає визначити брендовий стиль та статус "Vogue" серед інших видань модного напрямку.

Таким чином, шрифт Didot є ключовим елементом графічного оформлення журналу "Vogue", який підкреслює його елегантність, стиль та статус. Використання цього шрифту відображає дбайливий підхід до дизайну та створює неповторний образ видання.

Щодо кегля та розміру шрифту, варіації можуть бути застосовані в залежності від контексту та важливості текстових елементів. Заголовки та великі назви можуть мати більший розмір шрифту, наприклад, в діапазоні від 18 до 24 пунктів, щоб забезпечити їх видимість та привернути увагу читача.

Текстовий контент, такий як статті та інтерв'ю, можуть мати менший розмір шрифту, зазвичай в діапазоні від 9 до 12 пунктів, залежно від стилістичних вимог та читабельності. Дрібний розмір шрифту використовується для того, щоб помістити багато тексту на обмежену площу і забезпечити його зручне сприйняття.

Також зазначаємо, що у виданні «Elle», гарнітура головного заголовку є цікавою, тому що усі літери з великої. Поєднання трьох гарнітур.

Назва видання – із засічками, гарнітура Times New Roman, 72 п.

Титульна сторінка виглядає естетично, не перевантажує читача. Хочеться відкрити це глянцеве видання та дізнатися усі тенденції та цікаві рубрики.

Колір на всі сторінках глянцевого журналу виглядає різнобарвно. Гама підібрана для того, щоб створити візуальну відмінність, від інших журналів. В деяких місцях шпальти текст розташований за способом повітря.

Ми побачили, зміну накреслення – нахил, насиченість (зазвичай використовується для назв рубрик, інколи для підрубрик, але тоді розмір становиться менше 14 п.). Це робиться для того, щоб зосередити увагу читача, виділити щось важливе. На стор. 30 шрифтом Calibri виділена рубрика «Fashion-блог» Назва розміщена по центру сторінки. Текст основний поданий у чотири колонки. Набраний 14 кеглем. Підзаголовкові дані виділені капітеллю

14 п. Це допомагає розбити великий текст на частини. Отже, читачі легше сприймуть інформацію

Всі головні рубрики пишуть за допомогою капітеллю. Виділяють чорним або цвітними кольорами (жовтий, червоний, інколи зелений). Кольорова гама не порушена. Всі виглядають не перевантажено. Червоним виділяють 5-10% головних рубрик, для звернення уваги читача, щоб акцентувати його увагу.

Підрубрики завжди виділяють чорним кольором, з великих літер (капітель). Шрифт розміром 14 п., інколи можна зустріти 16 п.

Ми зазначаємо, що текст на сторінках шпальти використовується відкритою версткою. Побачили спосіб розміщення «повітря».

2.2 Ілюстративний матеріал як елемент дизайну на шпальтах видання

Підбір відповідного оформлення для видання, яке відповідало б тематиці журналу, є одним із чинників конкурентоспроможності видання на ринку поліграфії.

Робота над будь-яким друкованим проектом, будь-то звичайні інформаційні газети та журнали або корпоративні видання, починається з вибору стилю дизайну та розробки елементів стилю майбутнього проекту

Розробка макету журналу – складний та доволі тривалий процес, що протікає в декілька етапів, одним з яких є підбір відповідного для видання стилістичного оформлення, яке відповідало б тематиці журналу

Підкреслимо, що ілюстрація в глянцевому журналі відіграє особливу роль. Це візуальний код, що вибудовує систему символічних цінностей: естетичних, моральних, соціальних, гендерних та ін. Глянцевий журнал, природно, чисто візуально, підносить споживачеві загальновизнану версію моди, соціального, соціально-гендерного світу та взаємин у ньому, тобто підказує, чого від вас чекають інші в більш-менш типовій ситуації і якими повинні бути ваші дії.

Шпальти видань «Elle» та «Vogue» заповнені різноманітними видами ілюстративного матеріалу, що включає фотографії, ілюстрації, графічні елементи та інше. Ця різноманітність дозволяє створити багатошаровий візуальний досвід для читачів та надати виданням унікального стилю.

Для аналізу ми переглянули останні випуски глянцевих журналів та зазначаємо, що такі ілюстрації(на дві сторони) зустрічаються часто. Кольори не є перевантажуваними, але деякі моделі на зображенні зливаються одна з одною.

Ілюстрації візуально зображають інформацію. На інших сторінках видання ілюстрації розташовані нестандартно та цікаво. Це як особливий стиль цього модного журналу.

Проаналізуємо журнал «Elle»:

- глянцеве видання періодичне;
- популярне видання;
- багатомовне видання, тому що використовується російська, українська та англійська мова;
- видання масове, поширюється на різні аудиторії.

Окрім того, «глянець» має специфічну цільову аудиторію. Він спрямований на людей, які цінують розкіш, моду та стильний спосіб життя. Читачі «глянцю» прагнуть бути в тренді, відстежувати нові модні колекції, красиво виглядати та знати про останні події в світі розваг (Гнатюк, 2018). Цей тип журналів надає їм можливість відчувати себе частиною елітної культурної сфери та спілкуватися зі світом моди та розкоші.

Також, звертаємо увагу на ілюстрації, які несуть сенс показати, як виглядає якась річ в журналі «Elle» (Додаток В) та «Vogue» (Додаток Г).

Цей вид ілюстрацій застосовується для донесення інформації, мають естетики, показують для того, щоб людина побачила зовнішній вигляд або будову предмета.

Ми вважаємо, що це є особливістю журналу. Видавці використовують усі сили та любов до читача, щоб відтворити повністю естетичне та вражаюче видання. Переглядаючи видання ми побачили, що 65% складають саме

ілюстрації. Журнал несе більше розважальну роль. Самі ілюстрації вже все розповідають.

Ми переконані у зацікавленості цього видання для окремої аудиторії. Усі ілюстрації глянцевого журналу «ElleУкраїна» взагалі поєднанні з модою та стилем.

На обкладинці використовуються різнобарвні яскраві кольори. Це насамперед звертає увагу аудиторії. Усі заголовки текстів відповідають до зображення на кожній шпальті.

Ілюстрації взагалі несуть естетичну роль, допомагають читачеві з більш цікавим інтересом читати статті.

Зображення стилістично підібрані, виглядають приємно. Розглянемо ще одну цікаву, у розташуванні ілюстрацій, сторінку (Додаток Д).

На зображенні використовуються різні ракурси, для показу нової тенденції та продукту. Використовуються різні моделі. Накладається фото на фото.

Ілюстрації виступають у ролі «візуальної інформації».

На сторінках журналу «Elle» можна побачити різні види ілюстрацій:

- фотопортрет, зустрічається часто, для того, щоб відобразити естетику та нові тенденції у моді;

- фотонарис, використовується для зображення однієї теми. Є кілька фотознімків, присвячених одній темі або одній людині, іноді об'єднаних загальним текстом.

Фотонарис дає широкі можливості для розкриття теми, показу якої-небудь події або життя людини.

Фотопортрет і фотонарис використовуються у глянцевому журналі «Elle».

Це робиться для того, щоб сповістити на прикладі показати нові тенденції, щоб аудиторія слідкувала за останніми новинами. У кожному виданні є свої особливі жанри, завдяки яким додають ілюстрації по сенсу. У масових виданнях використовують фотопортрети, фотонарис, фотопейзаж та інші.

На сторінках журналу «Elle» ми побачили відкриту верстку, коли ілюстрації оточують текст.

Є також деяка особливість при оформленні відкритою версткою (зазвичай при відкритій верстці ілюстрації оформлюють у формі прямокутника, деколи використовують лінії, щоб таким чином створити рамку). Ілюстрації йдуть не в формі прямокутника, а порушують границю, але це є особливим прийомом оформлення, таим чином покращує читабельність тексту. Також на шпальті 114 сторінки ми побачили верстку ілюстрації в обріз. Цей спосіб розміщення ілюстрацій ми зустрічаємо кожні 20 сторінок.

Ми зазначили, 10 сторінок у кінці глянцевого журналу розміщені на повну шпальту. Це робиться для висвітлення теми рубрики «Fashion- блог», щоб показати останні тенденції та зміни.

На сторінках журналу «Vogue» можна побачити:

- Фотонарис – це художній малюнок, що репрезентує модні образи, натхненні фотографіями. Він може бути виконаний в різних стилях, від реалістичного до абстрактного, і додає творчої унікальності до журналу.

- Фотопортрет: Фотопортрети в Vogue зазвичай зображують знаменитостей, моделей або впливових особистостей модної індустрії. Вони можуть бути створені професійними фотографами та відображати виразність та особливості особи.

- Ілюстрована мода: Видання Vogue часто включає ілюстровані модні зображення, де реальні фотографії поєднуються з малюнками або графічними елементами, створюючи унікальний художній стиль.

У журналі Vogue використовується комбінація відкритої та закритої верстки, залежно від конкретного матеріалу та його розміщення на сторінках.

Відкрита верстка використовується для створення великих, вражаючих образів або фотографій, які розтягуються на кілька сторінок. Це дозволяє показати деталі модних образів або створити величну атмосферу навколо певної теми чи фотосесії. Відкрита верстка може також використовуватись для

акцентування важливих матеріалів, таких як заголовки, великі фотографії моделей або вишукані дизайнерські вироби.

Закрита верстка використовується для компонування стандартних блоків тексту та ілюстрацій на сторінках журналу. Вона має більш структурований підхід і забезпечує чіткість і легкість читання. Закрита верстка дозволяє розмістити багато інформації на сторінці, включаючи статті, рекламу, ілюстрації та додаткові матеріали.

Комбінація відкритої та закритої верстки дозволяє «Vogue» створювати візуально привабливі та естетично збалансовані сторінки, які передають модні тенденції та стиль. Вона надає читачам можливість насолоджуватись красою фотографій та ілюстрацій, а також отримувати необхідну інформацію у зручному форматі.

Отже, у даному розділі було проведено аналіз та дослідження ілюстративного матеріалу, який використовується на шпальтах друкованих видань. Основною метою цього дослідження було виявлення особливостей та ролі ілюстративного матеріалу у створенні ефективної дизайн-концепції видання.

За результатами дослідження встановлено, що ілюстративний матеріал є невід'ємною складовою частиною дизайну друкованих видань. Він має велике значення у привертанні уваги читачів, створенні належного настрою та емоційного зв'язку з контентом. Різноманітність форматів ілюстрацій, включаючи фотографії, ілюстрації, схеми та графіки, дозволяє створити цікаву та різноманітну візуальну композицію.

Важливим аспектом є правильний вибір та розміщення ілюстративного матеріалу. Він повинен бути пов'язаний з тематикою видання, відображати змістовну інформацію та сприяти зручному сприйняттю тексту. При цьому необхідно дотримуватися засад гармонійного сполучення тексту та ілюстрацій, забезпечуючи їхню взаємодію та взаємопідсилення.

У сучасному світі, коли конкуренція у видавничій галузі є дуже великою, створення впізнаваного образу стає надзвичайно важливим завданням для

друкованих видань. Роль дизайну у цьому процесі непересічна, оскільки він є ключовим фактором, що визначає ідентичність та відмінність кожного видання.

Дизайн є невід'ємною складовою успіху видань Elle та Vogue, оскільки він впливає на створення їхнього впізнаваного образу. Ці два журнали, що займають провідні позиції у світі моди, відрізняються своїм неповторним дизайном, що дозволяє їм залучати велику аудиторію.

Один з ключових аспектів дизайну, який впливає на впізнаваність видань, - це їхні логотипи. Elle має лаконічний та сучасний логотип, який використовує прописні літери. Такий дизайн передає впевненість та елегантність, що характеризує це видання. Логотип Vogue, зі свого боку, використовує написання в середніх та маленьких літерах з відмінною та впізнаваною шрифтовою композицією. Такий підхід надає виданню ексклюзивність та розкіш.

Кольорова схема також грає важливу роль у дизайні видань Elle та Vogue. Elle використовує світлі та нейтральні кольори, що надають їй свіжості та сучасності. Vogue віддає перевагу темним кольорам, зокрема чорному, що створює відчуття елегантності та розкіші.

У дизайні видань Elle та Vogue використовуються різні стилістичні прийоми. Elle відрізняється мінімалістичним та сучасним стилем, з великою увагою до негативного простору та простоти композиції. В свою чергу, Vogue характеризується більш розкішним та екстравагантним стилем, з використанням складних композицій та розкішних деталей.

Фотографії та ілюстрації також відіграють важливу роль у дизайні цих видань. Elle використовує фотографії з натуральним світлом та простими композиціями, що надає журналу свіжості та легкості. Згідно з дослідженням, Vogue зустрічається з більш складними фотографічними зйомками, в яких використовується висока мода та художні експерименти.

Отже, дизайн є вирішальним фактором у створенні впізнаваного образу видань Elle та Vogue. Візуальні елементи, такі як логотипи, кольори, стилістичні рішення та використання фотографій, допомагають цим виданням

привертати увагу та залишати позитивне враження на свою аудиторію. Вони створюють унікальну ідентичність кожного видання, що сприяє їхньому успіху на ринку моди.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі проаналізовано поняття «графічне оформлення».

Звернулись до думки видатних вчених щодо використання цього терміна.

Переконались у ролі графічного оформлення, а особливо його елементів (шрифт, ілюстрації, гарнітура, колір).

Слід зазначити, що зробивши аналіз друкованого видання, ми переконались у тому, що графічне оформлення – це особлива творча діяльність.

Ми детально переглянули роль кожного елемента у виданні. Та хочемо зазначити такі складники дизайн-концепції журнального видання:

- Колір робить більш привабливим зовнішній вигляд журналу;
- Шрифт також виконує естетичну функцію у виданні, особливо нам ефектно виглядають шрифти з засічками, які піднімають та витягують букви;
- Гарнітур зараз існує багато особливих, для кожного видання своя неповторна.

Також ми детально розглянули типологію журналів, особливо глянцевого видання і виявили, які є типи.

З'ясували, що шрифт є одним із основних засобів дизайн-концепції журнального видання. Переконались у ролі шрифту в основі графічного оформлення видання.

У ході дослідження особливостей дизайн-концепції друкованих видань було звернуто увагу на важливість вибору відповідних шрифтів, які впливають на естетичний вигляд, читабельність та загальну сприйняття видання. Вибір шрифтів є важливим елементом дизайну, який може підкреслити тематику видання, його характер та специфіку.

У сучасному дизайні друкованих видань спостерігається широке використання різноманітних шрифтових сімейств. Серед популярних шрифтів можна виділити:

Серію шрифтів Sans-serif: Ці шрифти, які не мають засічок на кінцях літер, використовуються для створення сучасного, мінімалістичного та легкого вигляду видання. Вони часто застосовуються у заголовках, підзаголовках та акцентованих елементах, забезпечуючи чітку читабельність та привабливий вигляд.

Серію шрифтів Serif: Ці шрифти відрізняються наявністю засічок на кінцях літер, що надає їм класичний та традиційний вигляд. Вони часто використовуються для оформлення основного тексту, так як їхні засічки сприяють покращенню читабельності та зручності в сприйнятті.

Декоративні шрифти: Ці шрифти мають унікальні та нестандартні елементи, які надають їм особливий вигляд та виразність. Вони використовуються для створення акцентованих заголовків, логотипів або особливих графічних елементів. Однак, їхня використання потребує обережного підходу, оскільки надмірне використання декоративних шрифтів може вплинути на читабельність та сприйняття тексту.

Важливо враховувати контекст та цільову аудиторію видання при виборі шрифтів. Комбінування різних шрифтів може створити інтересний та збалансований дизайн, підкреслити ієрархію інформації та забезпечити зручне сприйняття тексту.

У підсумку вивчення особливостей дизайн-концепції друкованих видань, зокрема журналів «Elle» і «Vogue», виявило низку важливих аспектів, які сприяють створенню їх унікального образу та успіху на ринку модних видань. Дизайн у цих журналах відіграє важливу роль у привертанні уваги читачів, створенні естетичної атмосфери та передачі модних тенденцій.

Однією з особливостей дизайну є використання привабливих шрифтів, які відображають особливий стиль та особливості кожного журналу. Вони надають тексту унікальну ідентичність та відтворюють його належний настрій. Крім того, елементи графічного оформлення, такі як колірна палітра, композиція, використання ілюстрацій та фотографій, також впливають на загальний образ видання.

Журнали «Elle» і «Vogue» успішно використовують ілюстративний матеріал на своїх сторінках. Вони представляють різноманітні типи ілюстрацій, такі, як фотографії моделей, фотопортрети, фотонариси та ілюстрована мода. Це додає візуальну привабливість, креативність та естетичну цінність до видання. Ілюстрації стають ефективним способом вираження моди, стилю та індивідуальності.

Важливим аспектом дизайну видань Elle і Vogue є також використання відкритої та закритої верстки. Це дозволяє ефективно розмістити контент на сторінках, забезпечуючи зручність читання та естетичну гармонію. Комбінація цих підходів допомагає створювати вражаючі та естетично збалансовані сторінки, які відображають престиж та рівень цих видань.

Відтак, вивчення особливостей дизайн-концепції журналів Elle і Vogue демонструє, що дизайн є необхідним елементом успіху друкованих видань. Він допомагає створювати впізнаваний образ, підкреслювати ексклюзивність та стиль журналів, а також забезпечує ефективну комунікацію з аудиторією. Дизайн відображає творчий потенціал та професіоналізм редакції, а також задовольняє вимоги читачів щодо візуального задоволення та інформаційного змісту. Дослідження цих особливостей дизайну друкованих видань виявляється актуальним та цікавим напрямом у науковій сфері, сприяє розвитку та вдосконаленню дизайнерських підходів в медіаіндустрії.

За допомогою ілюстрації аудиторія легше приймає інформацію та при цьому отримує задоволення від прочитаного матеріалу.

Роль усіх елементів важлива. Це все поєднується ланцюжком. Через ілюстрацію можна зрозуміти деяку інформацію, через шрифт читач отримує естетичне задоволення, а через гарнітуру можна розподілити текстовий матеріал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бережна О. Вибір стильового оформлення журнальних видань. збірник наукових праць харківського національного університету повітряних сил. Харків : Друк. Мадрид, 2018. 158 с.
2. Близнюк А. Робота редактора над авторським матеріалом : методичні рекомендації. Житомир : Упоряд, 2006. 52 с.
3. Бурдинська І. В. Дизайн видань: практичний посібник. Київ : Довіра, 2009. 560 с.
4. Волобуєва А. Сучасна жіноча преса в Україні: реалії та перспективи. Київ, 1998. 98 с.
5. Гриценко О. Основи Теорії міжнародної журналістики. Київ, 2016. 304 с.
6. Де Боер Р. Графічний дизайн: історія, типологія, основні поняття. Київ : АртЕк, 2006.
7. Демченко В. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття. Дніпро, 2002. 13 с.
8. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. стиль і текст. 2002. 38 с.
9. Дмитрів Л. Редакторське опрацювання періодичних видань. Львів, 2013. 32 с.
10. Дяченко І. Жіночий контекст сучасного інтернет-дискурсу. Полтава : Гельветика, 2015. 552 с.
12. Клименко Н. . Специфіка рубрикації та своєрідність подання матеріалу в жіночих глянцевиx журналах. Київ, 2012. 72 с.
13. Крайнікова Т. Художньо-графічна концепція видання: до проблеми ствердження терміна. Київ : Ін-т журналістики, 2010. 111 с.
14. Кулішова О. Графічний дизайн: посібник для студентів. Київ : Вид. дім «Слово», 2013. 123 с.

15. Мюллер-Брокман Й. Концепція та елементи дизайну: основи професійного проектування. Київ : АртЕк, 2008. 135 с.
16. Потятиник Б. Інтернет-журналістика. Львів : ПАІС, 2016. 246 с.
17. Пронін Є. Відкрите суспільство та закрита журналістика. Інформаційне суспільство. 2017. 6 с.
18. Свириденко М. Художник і книга. Київ : Муз. Україна, 2005. 95 с.
19. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. [Чинний від 22.06.2015]. Державний стандарт України.
20. Сушкова О. Типологія періодичних видань для жіночої аудиторії. Київ : Вісн., 2004. 98 с.
21. Тимошик М. Видавнича справа та редагування. Київ : Наша наука і культура, 2007. 494 с.
22. Тимошик М. Художнє редагування. Київ : Наша наука і культура, 2012. 30 с.
23. Тітова О. Дизайн видання: основи та технології. Київ : Вид. дім «Слово», 2015. 187 с.
24. Фенько Н. Газетно-журнальні видання. Кіровоград : Довіра, 2018. 179 с.
25. Фінклер Ю. Сучасні особливості типології періодичних видань України. Київ : Вісн. книж. палати, 2000. 10 с.
26. Халимон К. Витоки журнальної періодики та розвиток її типології. Кам'янець-Подільський, 2011. 413 с.
27. Чубач В. Креативний дизайн видання: практичні аспекти роботи. Київ : Астролябія, 2014. 120 с.
28. Шевченко В. Композиція та архітектоніка друкованого видання. Київ : Вісн., 2000. 140 с.
29. Шевченко В. Основи типографіки. Київ, 2018. 200 с.
30. Шевченко В. Формування концепції медійного продукту. Київ : Образ, 2016. 14 с.

31. Яковлєв М. Нариси з історії українського дизайну ХХ століття. Київ : Фенікс, 2012. 238 с.
32. Ярема С. Технічне редагування. Київ : Україна, 2003. 284 с.
33. Журнал "Vogue". URL: <https://vogue.ua/> (дата звернення: 12.01.2023).
34. Пленкина Е. Проблемы типологии женских изданий. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=524&level1=main&level2=articles> (дата звернення: 10.03.2023).
35. Пода О. Розвиток типологічної парадигми гендерно маркованих журналів в Україні. URL: http://www.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/Psyholing/2008_2/statti/08poymjy.pdf (дата звернення: 10.02.2023).
36. Журнал "Elle". URL: <https://elle.ua/> (дата звернення: 10.01.2023).

ДОДАТОК А

Обкладинка журналу «Elle», №9, 2020



ДОДАТОК Б
Обкладинка журналу «Vogue», 2022



ДОДАТОК В

Останні тенденції, журнал «Elle»



ДОДАТОК Г
Останні тенденції, журнал «Vogue»



DIOR



ДОДАТОК Д

Розташування ілюстрацій



Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня бакалавр
ЗНУ

Я, Григор'єва Роза Сергіївна, студентка 4 курсу, денної форми навчання, спеціальність «Журналістика», адреса електронної пошти r.hyhorieva@gmail.com

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота бакалавра на тему «Особливості дизайн-концепції друкованого видання» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 16.06.2023 Підпис _____ студент Н. С. Григор'єва

Дата 16.06.2023 Підпис _____ керівник Г. В. Микитів