

УДК 7.012:050

РОЛЬ КОМПОЗИЦІЙНИХ РІШЕНЬ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ПЕРІОДИЧНИХ ВИДАНЬ

Скурихіна П. П., Дубрівна А. П.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета. Аналіз композиційних засобів та прийомів у сучасному графічному дизайні періодичних видань, що моделюють адекватні форми вияву інформативно-візуального контенту.

Методика. В основу дослідження покладено комплексний науковий підхід, який базується на системно-аналітичному, структурно-функціональному методі, а також на емпіричному та типологічному підходах.

Результати. Визначено форми застосування композиційних рішень для підтримки процесу створення вражень засобами графічного дизайну на сторінках періодичних видань. Окреслено комунікаційні одиниці, що забезпечують і відображають взаємодію адресанта і адресата, які дозволяють виявити прийоми впливу на адресата і прийоми, які забезпечують інтерактивність цих відносин.

Наукова новизна. Сформовано моделі композиційних рішень у сучасному графічному дизайні періодичних видань.

Практична значимість. Систематичний аналіз композиційних рішень сучасного графічного дизайну у контексті оформлення періодичних видань.

Ключові слова: дизайн, періодичне видання, композиційна модель, макет, верстання, ілюстрація, колір, заголовок

У свідомості особистості реальність відбивається у вигляді образів, які формуються в результаті протікання пізнавальних психічних процесів. Люди сприймають і оцінюють навколишній світ, створюють на цій основі суб'єктивні образи світу і самих себе в ньому, і далі на основі створених образів приймають рішення, як вести себе в цьому світі.

Враження від об'єктів навколишнього світу формуються у свідомості кожної індивідуальності двома основними шляхами, а саме: на основі відчуттів від безпосереднього впливу об'єктів на органи чуття та на основі сприйняття вербальної і невербальної інформації про ці об'єкти, переданої іншими особами.

У сучасному світі індивідуум отримує все більше інформації саме другим шляхом. При цьому значний обсяг такої (вербальної і невербальної) інформації транслюють різні продукти графічного дизайну. За вербальну складову контенту цих продуктів відповідальність несе копірайтер, журналіст та інші, а за його невербальну складову відповідальність несе дизайнер.

У кожного графічного послання є адресант (замовник, рекламодавець) і адресат (покупець, користувач, глядач). Дизайнер виступає посередником в цій комунікації, переводячи повідомлення адресанта на мову графіки. В результаті використання засобів композиції – ліній, форм, світлотіні і кольору – графічний дизайнер формує невербальне послання, яке «прочитується» користувачем і залишає слід в його свідомості у вигляді образів (вражень). І як на вербальній мові непросто висловити потрібну думку, так і невербальне послання може «прочитуватися» адресатом не так, як було задумано адресантом. Наслідки можуть серйозно вплинути на взаємодію адресата з адресантом. Як наслідок, враження, що формуються дизайн-продуктом у цільовій аудиторії, необхідно планувати і контролювати.

Реалізація наукових думок стосовно впливу композиційних рішень на точність проектування вражень за допомогою графічного дизайну висвітлено у наукових працях багатьох як зарубіжних так і вітчизняних вчених. Так, Олівер Райхенштейн [6] зазначає, що будь-який досвід можна спроектувати. Автор вважає, що світ дизайну – це перш за все, досвід дизайну.

Д. А. Носаєв [2] аналізує структуру дизайн-проекту по аналогії з будовою людини. Науковець описує сучасні тенденції розвитку графічного дизайну при формування моделі періодичного видання.

Комп'ютеризовані технології та системи видавничо-поліграфічних виробництв та електронних мультимедійних видань описує на сторінках своїх робіт О.Б. Бережна [1]. Автор детально підходить до питання застосування комп'ютерних технологій у створенні індивідуального дизайнерського підходу до оформлення періодичних видань.

Болгарський дослідник Д. Д. Георгієв ввів в науковий обіг поняття графічної концепції (ГК) [5]. ГК включає поліграфічні засоби: шрифти, лінійки, кліше і т. д.; основні графічні прийоми в оформленні публікацій: характер рамок, спосіб виділення частин тексту – і такий компонент, як «риторичний образ читача».

Після усвідомлення самого факту, що створення вражень є невід'ємною складовою проектів в сфері графічного дизайну, наступним кроком має стати формалізація процесу створення вражень і розробка методичних рекомендацій щодо його здійснення. Така робота активно ведеться в сфері дизайну веб-видань [4]. У сфері графічного дизайну рішення приймаються здебільшого інтуїтивно, на основі знань теорії графічної композиції і особистих асоціацій дизайнера. Однак, особисті асоціації

дизайнера можуть істотно відрізнитися від середньостатистичних. І тоді невербальне послання буде прочитано цільовою аудиторією зовсім не так, як це задумував адресант.

Припустимо, що скорочення розриву між необхідним і створеним враженням від дизайн-продукту може сприяти використанню дизайнерами якоїсь комп'ютерної підтримки за типом сучасних композиційних рішень, що і визначило мету дослідження.

Постановка завдання

Завданням роботи є здійснення аналізу основних композиційних засобів та прийомів у сучасному графічному дизайні періодичних видань, що моделюють адекватні форми вияву інформативно-візуального контенту. Опис основних графічних елементів та компонентів графічного дизайну періодичних видань. Визначення перспективних напрямків застосування композиційних рішень для підтримки процесу створення вражень засобами графічного дизайну на сторінках періодичних видань.

Результати досліджень

Розробка різних аспектів моделювання композиційних рішень періодичних видань проводиться у вітчизняній науці [2-4]. Композиційний (структурний) компонент (розділи, рубрики, їх співвідношення і ієрархія, розташування) залежить від концепції періодичного видання, авторської інтенції, змістовного компонента, типологічних характеристик (наприклад, територіальний фактор, періодичність та ін.), особливостей аудиторії (її склад, інтереси, інформаційні запити). Зауважимо, що самі назви розділів, рубрик, тематичних смуг, тобто номінації структурних компонентів газети, є газетний тезаурус, який цілком може змінюватися, тим самим показуючи зміни в пріоритетах в публіцистичній картині дійсності. Слова і словосполучення, що входять в тезаурус, називаючи по суті не подію, а компонент структури, виконують функцію своєрідних «навігаторів», дозволяючи читачеві знайти потрібне, а також допомагають запам'ятати загальну структуру газети і формують у свідомості постійного читача впізнаваний, що не збиває з толку образ видання.

Дизайнерський компонент – це художньо-образне рішення газети або журналу, естетичний фактор, що привертає увагу покупців і впливає на рівень конкурентоспроможності видання. Визначений елемент моделі відображає однаковість і впорядкованість в розміщенні матеріалів, виразні візуальні і друковані засоби, наявність оригінальних оформлювальних прийомів, передбачає взаємозв'язок всіх змістовних і композиційних компонентів. Відзначимо, що розглядаючи текст газети як медіатекст, маємо цілком виправдано окремий компонент на перетині лінгвістичної і медійної

складових, так як медіатекст організований як вербальними, так і невербальними (візуальними) одиницями.

Періодичне видання – це втілення творчої діяльності деякого числа редакційних працівників. Воно служить своїм цілям і задачам та створюється для певної аудиторії. Кожна газета або журнал в більшості своїй унікальні, індивідуальний і їх дизайн. При цьому різні видання часом досить складно порівнювати між собою. Ця необхідність виникає через те, що дизайн в сучасному світі стає основною типологічною ознакою газети і вимагає пильної уваги і вивчення.

Сьогодні газети, також як і інші ЗМІ, надають більше значення візуальній складовій періодичних видань, що змушує не тільки описувати новини, а й візуалізувати їх.

Творча складова має велике значення в процесі створення газети. Формування смуги матеріалів, на сьогодні, здійснюється індивідуально кожним окремим дизайнером. При цьому рівень сприйняття різних варіантів верстання газети читачем може не змінюватися.

Крім того, існують і застосовуються фахівцями, а також з'являються нові певні дизайнерські закономірності, за якими і створюються нові моделі газет, формуються їх стилі. Регулюючим елементом творчого процесу тут служить композиційно-графічна модель, яка допомагає налагодити єдиний стиль, зробити періодичне видання пізнаваним для читача, а роботу над ним для всієї редакції зрозумілою і успішною. При цьому, чим більше газета або журнал, тим жорсткіше стає композиційно-графічна модель, і з більшою інтенсивністю йде процес уніфікації в роботі над виданням.

Зовнішній вигляд періодичного видання залежить від потреб читачької аудиторії і стратегії редакції в їх задоволенні. Саме це створює стиль і колорит газети, що орієнтовані на читача, адже стиль і характер газети повинні бути сумісні з особливостями аудиторії, якій вона адресована.

Такий параметр, як орієнтир на читача, складається у зв'язку з інтерактивністю й зручністю пошуку інформації або навігації. Вони є самою суттю створення газети та впливають на всі елементи композиційно-графічної моделі. Цей зв'язок також і зворотній. Використовувані елементи впливають на навігацію, інтерактивність, колорит, стиль і композицію періодичного видання. Прикладом слугує навігація, окрім, основного навантаження на комплекс заголовку за рахунок якого вона реалізована, навігація виконується і за рахунок шрифтів (розмір кегля вказує на значущість матеріалу),

ілюстрацій (направляють, дають сигнал читачеві в іншій, не текстовій, формі), графічних елементів і кольору, які несуть розділову функцію навігації.

Вплив шрифтів на колорит періодичного видання значний. Курсив сприймається як рукописний текст, вираз власного судження, їм також можна опублікувати лист читача, що створить відразу особливий настрій. Шрифти у вигляді тексту і заголовків займають основну частину газетної площі і є вираженням стилю газети. У разі обрання єдиного шрифту з великою різноманітністю накреслень, у межах одного видання, вони будуть дуже гармонійно поєднуватися. При використанні двох шрифтів потрібно чітко визначити, для якого тексту призначений кожен шрифт, скласти так званий шрифтовий розклад.

Загально визнано, що багатогарнітурність веде тільки до зайвої строкатості і не дає хороших результатів. Хотілося б зауважити, що і велика кількість різних кеглів теж не приносить позитивних рішень. Наприклад, для заголовків можна використовувати 2-3 розміри. Крім того, величина заголовка повинна відповідати розміру матеріалу, про що іноді забувають невдачливі дизайнери.

Заголовний комплекс – елемент постійно розвивається. І чим він складніше і оригінальніше, тим зручніше і ефективніше подача інформації читачам, відповідно більш функціональний і логічний дизайн. Багато видань мають досить прості комплекси заголовку, але чим більше періодичне видання, тим вони ускладнюються. Текстовий тип дизайну поступово трансформується в тексто-графічний, і комплекс заголовку при цьому змінюється досить сильно.

Окремо розглядаються перші сторінки номерів газет. У різних видань вони можуть нести абсолютно несхожий інформаційний і емоційний посил. Є декілька варіантів оформлення першої смуги: «таблоїдна, де від половини до 2/3 займає ілюстрація, крім неї в анонсах може бути кілька фотографій; строката, в якій на першій шпальті розташовані фотографії різних розмірів, це може бути фоторепортаж або фотонарис; традиційна, на якій передова стаття або колонка редактора, одно-два невеликих фото і добірка заміток; консервативна – практично без ілюстрацій, три-чотири середніх публікації, добірка з 3-4 заміток» [2, 6]; «традиційна, де розміщуються лише головні новини дня, фотографії, заголовки і текст зверстані в серйозному стилі; журнальна обкладинка, де одна велика стаття в самому центрі з великим ілюстрованим заголовком і великою головною ілюстрацією; інформаційний центр, в якому графіка, фото, анонс-блоки і короткі зведення стають провідником до основного матеріалу газети» [4, 6].

Графічні елементи на перший погляд здаються найбільш незначними в дизайні, але саме завдяки їм формується стиль видання. Вони виступають в якості «фішки». Крім основних функцій вони роблять періодичне видання динамічним, насиченим. В основному виданні застосовують лінії, рідше рамки (вони використовуються більше для реклами і оголошень) і підкладки різних кольорів і насиченості.

Наразі багато хто використовує колір, але навіть у великих редакціях не завжди застосовують його продумано і ефективно. Найбільш виправдано скористатися кольором в рекламі, і не зовсім – в шрифтах і тлі для текстів. О. Б. Бережна говорить: «Звичайно, максимальний ефект від застосування кольору дають ілюстрації. За своїм впливом та інформаційним наповненням кольорові ілюстрації можуть ставати окремими хорошими матеріалами» [1]. Частина видань друкує кольоровими певні сторінки: обкладинку, розворот, рекламу.

Окремо хочеться виділити ілюстрації у зв'язку з їх все більш зростаючою роллю в дизайні видань. Сьогодні вони стають основою верстки газети, з опорою на них будується композиція видання, вони є виразом колориту.

На думку професора Л. Я. Поліхи, «ілюстрації мають такі функції: вони акцентують увагу читача (знімок, малюнок нерідко грають роль зорового центру смуги). В композиційному плані вони як би замикають на себе інші публікації і є вихідною точкою в знайомстві з вмістом матеріалів смуги. Для фотографії, фотоблоку, плакату, карикатури визначається центральне місце на смузі, а вся смуга монтується навколо неї (таку верстку іноді називають «млином»); орієнтують читача (заставна фотографія, мальована заставка, фотомонтаж, колаж можуть відразу підказати читачеві тему публікації; заставки-символи виступають і в якості постійної, і разової рубрики); служать засобом художнього оформлення друкованих смуг. Текст та ілюстрації повинні представляти собою змістовну єдність, разом розкривати тему, підсилювати один одного» [3]. Таким чином, варто зазначити, що на сьогодні формування єдиного комплексу композицій у графічному оформленні періодичного видання є пріоритетним завданням сучасного дизайнера. Застосування графічних та фото елементів є обов'язковим та беззаперечно вірним рішенням у наповненні змісту періодики сьогодення.

Висновки

Періодичне видання, як окремий компонент видавництва повинно сприйматися читачем, як цілісний об'єкт, а не набір окремих елементів. Композиційне оформлення, у

сучасному графічному дизайні періодичних видань, відіграє важливу роль у задачі об'єднання всіх номерів періодичних видань в єдину композицію сформовану спільними художньо-технічними ознаками.

Спираючись на особливості архітекtonіки текстового матеріалу, кожен елемент композиційного формоутворення у графічному дизайні формується окремо, а саме гармонійне співіснування, у рамках одного видання, і є ключовою особливістю успішного графічного дизайну періодичного видання.

Список використаних джерел

1. Бережна О. Б. Комп'ютеризовані технології та системи видавничо-поліграфічних виробництв та електронних мультимедійних видань / О. Б. Бережна // Системи обробки інформації. – 2017. – випуск 2 (148). – С. 211-215.
2. Носаев Д. А. Современные тенденции развития графической модели газеты / Д. А. Носаев // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. Филология и искусствоведение. Майкоп. – 2012. – Вып. 3. – С. 59-60.
3. Поліха Л. Я. Сучасні підходи до визначення терміна «стиль» у дизайні періодичних видань / Л. Я. Поліха // Наукові записки Інституту журналістики. – 2014. – Т. 56. – С. 285-288.
4. Фенько Н. М. Газетно-журнальні видання: Навчальний посібник для студентів факультету філології та журналістики (галузь знань 06 Журналістика, спеціальність 061 Журналістика) / Н. М. Фенько. – Кропивницький: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. – 2017. – 136 с.
5. Штыкова Н. Комплексная модель газеты: компоненты и параметры моделирования // *Lingua mobilis*, 2013. – № 6 (45). – С. 43–52.

References

1. Berezhna, O.B. (2017). *Komp'yuteryzovani tekhnolohii ta systemy vydavnycho-polihrafichnykh vyrobnytstv ta elektronnykh multymediinykh vydan* [Computer-aided technologies and systems for publishing and printing production and electronic multimedia publications]. *Systemy obrobky informatsii* [in Ukrainian].
2. Nosaev, D.A. (2012). *Sovremennye tendentsii razvitiya graficheskoy modeli gazety* [Modern trends in the development of a graphic model of a newspaper] *Vestnik Aдыгейского государственного университета. Ser. Filologiya i iskusstvovedenie. Maykop* [in Russian].
3. Polikha, L.Ya. (2014). *Suchasni pidkhody do vyznachennia termina «styl» u dizaini periodychnykh vydan* [Modern approaches to the definition of the term «style» in the design of periodicals] *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky* [in Ukrainian].
4. Fenko, N.M. (2017). *Hazetno-zhurnalni vydannia: Navchalnyi posibnyk dlia studentiv fakultetu filolohii ta zhurnalistyky (haluz znan 06 Zhurnalistyka, spetsialnist 061 Zhurnalistyka)* [Newspapers and magazines: Textbook for students of the Faculty of Philology and Journalism (branch of knowledge 06 Journalism, specialty 061 Journalism)] *Kropyvnytskyi: RVV KDPU im. V. Vynnychenka* [in Ukrainian].
5. Shtykova, N. (2013). *Kompleksnaya model gazety: komponenty i parametry modelirovaniya* [Integrated newspaper model: components and modeling parameters] *Lingua mobilis* [in Russian].

6. Reichenstein O. Can Experience be Designed? [Marketing in examples and tasks] / O. Reichenstein. – Access: <https://ia.net/topics/canexperience-be-designed/>
6. Reichenstein, O. *Can Experience be Designed?* [Marketing in examples and tasks]. Retrieved from: <https://ia.net/topics/canexperience-be-designed/>

Skurikhina Polina

polina105@ukr.net

Kyiv National University of
Technologies and Design

Dubrivna Antonina

ORCID:<https://orcid.org/0000-0001-8012-6946>

dubrivna.d@gmail.com

Kyiv National University of
Technologies and Design

Роль композиционных решений в современном графическом дизайне периодических изданий

Скурихина П. П., Дубривна А. П.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Анализ композиционных средств и приемов в современном графическом дизайне периодических изданий, моделирующие адекватные формы проявления информационно-визуального контента.

Методика. В основу исследования положен комплексный научный подход, основанный на системно-аналитическом, структурно-функциональном методах, а также эмпирическом и типологическом подходах.

Результаты. Определены формы применения композиционных решений для поддержки процесса создания впечатлений средствами графического дизайна на страницах периодических изданий. Определены коммуникационные единицы, которые обеспечивают и отражают взаимодействие адресанта и адресата, позволяют выявить приемы воздействия на адресата и приемы, которые обеспечивают интерактивность этих отношений.

Научная новизна. Сформированы модели композиционных решений в современном графическом дизайне периодических изданий.

Практическая значимость. Систематический анализ композиционных решений современного графического дизайна в контексте оформления периодических изданий.

Ключевые слова: дизайн, периодическое издание, композиционная модель, макет, верстка, иллюстрация, цвет, название

The role of compositional solutions in the modern graphic design of periodicals

Skurykhina P. P., Dubrivna A. P.

Kiev National University of Technology and Design

Purpose. Analysis of compositional tools and techniques in the modern graphic design of periodicals, modeling adequate forms of information-visual content.

Methodology The study is based on a comprehensive scientific approach based on system-analytical, structural-functional methods, as well as empirical and typological approaches.

Findings. *The forms of applying composite solutions to support the process of creating impressions by means of graphic design on the pages of periodicals are determined. Communication units are defined that provide and reflect the interaction of the addressee and the addressee, and allow to identify techniques for influencing the addressee and techniques that ensure the interactivity of these relations.*

Originality. *The models of compositional solutions in the modern graphic design of periodicals are formed.*

Practical value. *A systematic analysis of compositional solutions of modern graphic design in the context of the design of periodicals.*

Keywords: *design, periodical, compositional model, layout, layout, illustration, color, name*