

Сучасні підходи до визначення терміна «стиль» у дизайні періодичних видань

У статті подається трактування терміна «стиль» у дизайні періодичних видань, розглядаються точки зору на це питання українських та зарубіжних дослідників.

Ключові слова: графічний дизайн, стиль, періодичні видання.

Вступ. Стиль у графічному дизайні, як і в інших видах проектно-художньої діяльності, є ознакою, що дає можливість розрізнити чи об'єднувати художні твори за певними критеріями. Тему стилю в графічному дизайні періодичних видань неодноразово порушували дослідники преси, дизайну та мистецтва. Серед найновіших досліджень варто відзначити працю «Історія журнального дизайну» російської дослідниці О. Рожнової, яка схарактеризувала стильові напрями європейської, американської та російської культур, що найбільше вплинули на графічне оформлення журналу з моменту його появи у середині XVII ст. до початку XXI ст. [1].

Про трансформацію образу під дією різних естетико-філософських концепцій періодичного видання О. Рожнова пише: «...якщо в одних випадках нові прийоми і концепції переходили в журнальний дизайн із станкового мистецтва, то деякі стилі, навпаки, формувалися на основі тематико-ідеологічних орієнтирів журнального оформлення» [1, с. 4]. У праці С. Геллера та С. Куоста «Graphic Style from Victorian to Post-Modern» («Графічні стилі від вікторіанської доби до постмодерну») здійснено періодизацію стилів за хронологією й основними рисами [2]. Хронологічні межі стилів у цьому виданні певною мірою відрізняються від запропованої періодизації О. Рожнової, а також окремо виділені арт нуво, глазго, вортицизм, баухауз, мемфіс тощо.

Чинники, під дією яких формується стилістика періодичних видань, описані у працях В. Крупського «Українська газета як художньо-поліграфічний феномен: Історія, сучасний стан, перспективи розвитку» [3], В. Тулупова «Дизайн періодичних видань» [4], І. Табашнікова «Газета і дизайн» [5] та ін. У фахових виданнях «Журналіст», «Журналістика і медіаринок» В. Скоробогачко наводить приклади стилістичних втілень у російській періодиці [6; 7; 8].

У цій статті спробуємо з'ясувати, як користуються терміном «стиль» спеціалісти ЗМІ та дизайну і в якому контексті. Оскільки дискусійним та доволі суперечливим є подеколи трактування терміна у видавничій справі. Для виявлення смислів досліджуваного поняття послугуємо термінологічним аналізом.

Матеріали статті можуть бути використані під час проведення лекційних занять з дисципліни «Верстка та дизайн» для студентів дизайнерських та журналістських спеціальностей.

Результати й обговорення. Класичне визначення терміна «стиль» у навчальному посібнику з дизайну «Ілюстрований словник-довідник» звучить так: «Стиль – художньо-пластична однорідність предметно-просторового середовища та елементів, що виділяється в процесі сприйняття матеріальної та художньої культури як єдиного цілого» [9, с. 50]. Російський дослідник дизайну і реклами В. Тулупов вважає, що «...поняття «стиль» у газетному дизайні потрібно розглядати на кількох рівнях: ...як сукупність особливостей «обличчя» конкретного видання; як характеристику фізіономічної єдності оформлення газети на визначеному етапі його розвитку; як сукупність особливостей композиції та графіки газети одного типу, і насамкінець, як стиль визначеної національної школи оформлення» [4, с. 184]. Подібні фактори, що визначають виникнення і розвиток того чи того стилю оформлення періодичного видання, виділяє й український журналістикознавець В. Крупський. «До першої групи, – пише дослідник, – належать фактори, які визначають типологічні особливості видання, причому одним із провідних у системі стильотворчих факторів є напрям видання, його зміст, структура і композиція... Друга група пов'язана із розвитком основних принципів і прийомів оформлення періодичних видань. Основою тут є традиція. Важлива вона насамперед тим, що зберігає риси попередніх стилів. <...> До третьої групи належать фактори, які суб'єктивно впливають на художньо-поліграфічне оформлення газети. Це власний смак оформлювача, його знання і творчо-професійний досвід... До четвертої групи стильоформуючих факторів можна зарахувати ті, що пов'язані з рівнем розвитку матеріально-технічної бази» [3, с. 24]. Спираючись на наведені групи чинників стилів періодичного видання, розглянемо різні думки дослідників з цього приводу.

Типологічний фактор. За типологічними ознаками розрізняють газетну та журнальну



верстку, але, аналізуючи сучасні московські видання, відомий російський спеціаліст із дизайну газет В. Скоробогатко доходить висновку, що відбувається «...зародження нового типологічного симбіозу, нового оформлювального стилю: газета журнального варіанту. Простіше кажучи, це перевага візуального над вербальним, реалізація принципу “показую і коментую” замість традиційно газетного “розказую і показую”» [7]. Газетний дизайнер, міжнародний директор Всесвітньої організації газетного дизайну, володар премії за професійну майстерність «European Newspaper Award – 2001» Ханс Пітер Яниш також говорить про цю тенденцію. За його словами, «газета майбутнього швидше за все буде схожа на щоденний журнал», крім цього, за рахунок конкуренції з інтернетом у газетному дизайні відбувається покращення навігації, актуальним стає зменшення формату видання [10]. Якщо звернутися до історії преси, то можна побачити, що типологічна подібність часописів спостерігалася у часи її зародження і становлення.

Історичний фактор. Графічному дизайну властива циклічність в історичному розвитку стилів, тому в дизайні друкованих ЗМІ спостерігаємо чергування конструктивності й декоративності. Історичні етапи розвитку стилів газетно-журнального дизайну описав І. Табашніков: 40-ві рр. – післявоєнний стиль, або, як його ще називають, «економічний стиль»; 50–60-ті рр. – «строкатий» стиль; 70-ті рр. – брускова верстка, що надала виданням геометричності. Пострадянські 90-ті рр. започаткували стиль «просвітлення», що характеризується великою кількістю повітря й відрізняється від попередніх стилів функціональністю [5, с. 107–109]. Щодо сучасного стану періодики В. Тулупов у книзі «Дизайн періодичних видань» зазначає: «Нині існує ще більша небезпека того, що оформлювальний несмак заповнить газети, адже їх кількість росте з кожним днем, а в якості дизайнерів і верстальників виступають самоучки. Сподіваємося, що різностильність та еkleктизм – тимчасова хвороба росту» [4, с. 168]. Відповідно до теорії циклічності, певний відсоток сучасних видань тяжіють до декоративності, та В. Скоробогатко вважає, що «подальше переосмислення декоративності, найімовірніше, дасть у чистому вигляді діловий стиль і масовий стиль. Спільним для них, можливо, буде особлива технократичність, за тим принципом, що хороша машина – це гарна машина. Максимальна функціональність буде шукати чудове зовнішнє втілення» [8].

Національний фактор. У кожного народу є свій національний стиль живопису, архітектури, інтер'єру, пісень, одягу тощо. Вислів відомого болгарського дослідника преси Д. Георгієва «Формування національного графічного стилю газет, як правило, – продукт століть» є слухним при характеристиці будь-якої творчості народу [11, с. 20]. Д. Георгієв у статті «Актуальні проблеми графічної архітектури газети», характеризуючи національні стилі дизайну газет, виокремлює такі: радянський, французький, німецький, італійський, чехословацький, румунський, англійський, болгарський – та обґрунтовує їх особливості. Однак у кожній країні, як правило, можуть існувати паралельно кілька стилів, що змінюються і розвиваються. З-поміж сучасних оформлювальних шкіл у Росії В. Скоробогатко виокремив московську школу графічного дизайну, південноуральську (пов'язану з іменем І. Табашнікова) та оформлювальну школу газетного дизайну, до якої причетний В. Белоусов [7]. Суджень із приводу сучасної національної школи в Україні в науковій літературі поки що не висловлено, оскільки дизайн українських періодичних видань на сьогодні недостатньо досліджений.

Зв'язок стилю верстки з національними ознаками простежив діяч пролеткульту П. Керженцев. Його праця «Газета. Її організація та техніка» була одним із перших радянських підручників газетної справи. За словами автора, в «європейській пресі можна відзначити три основні типи верстки – англійську, американську, французьку, – кожна з яких має свої різновиди» [12, с. 102].

Суб'єктивні та об'єктивні фактори, що впливають на дизайн періодичних видань. Для сучасних дизайнерів поняття «оформлювальний стиль» є архаїчним і має певною мірою негативне забарвлення. Адже «оформлювальний» стиль споріднений із поняттям «оформлювання» (рос. сленг), який означає, що дизайнерський об'єкт не має жодного смислового наповнення. Зовсім інша семантика властива терміну «оформлювальний стиль» у фаховій літературі з основ оформлення газет і журналів. Дослідник В. Скоробогатко пише: «Оформлювальний стиль не можна вгадати. Він складається під дією численних факторів зовнішнього для журналістики середовища: традиція друку – як у країні загалом, так і кожному з регіонів, «умонастрій» власників та засновників, запити читачів та наявність інших видів і типів ЗМІ на певному ринку, прибутковість та збитковість галузі, технологічні умови і т. п. Оформлювач кожної конкретної газети може тільки урізноманітнити зовнішній вигляд видання, привносячи свої естетичні смаки, надаючи верстці певних рис індивідуальності» [7, с. 71]. І. Табашніков погоджується з думкою про можливість зовнішнього впливу на оформлювальний стиль: «Оформлювальний стиль газети не є якимось замкнутим у собі. Він, очевидно, створюється



під впливом близьких до газетного оформлення видів мистецтва: архітектури, прикладної графіки, промислового і книжкового дизайну» [5, с. 107]. Отже, закономірним є те, що стилі, які розвиваються у названих видах мистецтва, знаходили і знаходять своє застосування в дизайні періодики.

Стиль як чинник художнього спілкування творця і реципієнта у відомого вченого, письменника Ю. Борева є «способом удосконалення реальності з допомогою культури» [13, с. 134]. На думку досвідченого журналіста і дизайнера, професора К. Фроста стиль видання має враховувати естетичні уявлення читача, крім того, творці ЗМІ засобами композиції та графіки повинні створити стиль, з допомогою якого читач зможе «легко впізнавати видання і відчувати свою належність до цільової аудиторії» [14, с. 23].

Технічний фактор. У сучасному світі за наявності видавничих систем термін «стиль» існує також в іншому значенні – технічному: «Стиль є не тільки естетичним поняттям, але і конкретним комп'ютерним терміном. Стиль розробляється для газети в цілому, для кожної полоси, тематичної сторінки і добірки окремо», – наголошує В. Тулупов [4, с. 166]. А для зручності в повсякденній роботі американський дизайнер Т. Харроуер пропонує дизайнерам створити в редакції стилістичні довідники з дизайну, які б повідомляли, що у верстці певної газети дозволено, а що заборонено, які дизайнерські прийоми систематизують і творять цілісність. Автор переконаний: «Стилістичні довідники створюються не для того, щоб підрізати крила вашої бурхливої творчої енергії. Вони потрібні для того, щоб зекономити час і щоб редколегія, гнана крайніми термінами, які наближаються, не ламала собі голову через насиченість заливки у вашому логотипі чи шрифту в заголовку» [15, с. 194].

Висновки. Стилi графічного дизайну періодики, творячись під дією історичних, типологічних, національних, суб'єктивних та об'єктивних факторів, виокремлюють газетно-журнальну продукцію серед інших друкованих видань. Графічний дизайн друкованих ЗМІ, як і дизайн загалом, тісно пов'язаний із мистецтвом, технікою та наукою. Теоретичні та практичні напрями медіадизайну представлено переважно працями науковців-журналістикознавців, натомість напрацювання дизайнерів-практиків і мистецтвознавців – у меншості. Мистецтвознавчий аспект медіадизайну є маловивченим. Тому і виникають такі полярні трактування, як «оформлювальний стиль».

1. Рожнова О. И. История журнального дизайна / Ольга Игоревна Рожнова. – М. : ИД «Университетская книга», 2009. – 272 с.

2. Геллер С. Графічні стилі від вікторіанської доби до постмодерну / Стівен Геллер, Сеймур Куост. – Нью-Йорк : Гаррі Н. Абрамс, 1988. – 240 с.

3. Крупський І. В. Українська газета як художньо-поліграфічний феномен: Історія, сучасний стан, перспективи розвитку : [консп. лек.] / Іван Васильович Крупський. – Львів : ЛДУ, 1993. – 103 с.

4. Тулупов В. В. Дизайн периодических изданий : [учебник] / Владимир Тулупов. – С.Пб : Изд-во Михайлова В. А., 2008. – 224 с.

5. Табашников И. Н. Газета и дизайн / Игорь Табашников. – Тюмень : Софт Дизайн, 1994. – 160 с. – (Архив провинциальной журналистики).

6. Скоробогатько В. В поисках национального стиля / Владимир Скоробогатько // Журналист. – 2008. – № 6. – С. 71.

7. Скоробогатько В. Новый макияж как шанс на randevu. Новые тенденции в оформлении московских газет [Электронный ресурс] / Владимир Скоробогатько // Журналистика и медиарынок. – 2003. – № 1. – URL: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=335&c_id=3013.

8. Скоробогатько В. Пресса в поисках индивидуальности. Об особенностях современного газетного оформления [Электронный ресурс] / Владимир Скоробогатько // Журналистика и медиарынок. – 2004. – № 6. – URL: http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=544&c_id=6522.

9. Дизайн : иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин, В. Т. Шимко, А. В. Ефимов и др. ; под общ. ред. Г. Б. Минервина, В. Т. Шимко. – М. : Архитектура-С, 2004. – 288 с.

10. Королева Н. Ханс Питер Яниш: «Газета будущего будет похожа на ежедневный журнал» [Электронный ресурс] / Наталья Королева // Издатель. kz. – URL: http://izdatel.kz/2007/06/12/khans_piter_janish_gazeta_budushhego_budet_pokhozha_na_ezhednevnyj_zhurnal.html.

11. Оформление газет и журналов за рубежом : [сб. переводов] / под ред. и с предисл. А. П. Киселева. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1978. – 148 с.

12. Керженцев П. М. Газета. Ее организация и техника / Платон Михайлович Керженцев. – М. : Государственное изд-во, 1925. – 170 с.

13. Боров Ю. Б. Эстетика : [учебник] / Юрий Боров. – М. : Высш. шк., 2002. – 511 с.

14. Фрост К. Дизайн газет и журналов / Крис Фрост ; [науч. ред. пер. О. И. Рожнова ; пер. с англ. М. В. Лапшинов]. – М. : ИД «Университетская книга», 2008. – 231 с.

15. Харроуэр Т. Настольная книга газетного дизайнера / Тим Харроуэр. – Воронеж : Комсомольская правда, 1999. – 212 с.

Подано до редакції 10. 09. 2014 р.



Polikha Lesia. Modern approaches to the definition of style design periodicals.

The article deals with the interpretation of the term 'style' in design periodicals, terms of Ukrainian and foreign researchers.

Keywords: graphic design, style, periodicals.

Полиха Л. Я. Современные подходы к определению термина «стиль» в дизайне периодических изданий.

В статье изложена трактовка термина «стиль» в дизайне периодических изданий, рассматриваются точки зрения на этот вопрос украинских и зарубежных исследователей.

Ключевые слова: графический дизайн, стиль, периодические издания.