

ЕВОЛЮЦІЯ ВІЗУАЛЬНО-ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЖАНРІВ У ТИЖНЕВИКУ «КОРРЕСПОНДЕНТ»

У статті на матеріалі часопису «Корреспондент» розглянуто сучасні тенденції дизайнерських рішень в оформленні суспільно-політичних видань. Здійснено аналіз і подано опис візуально-зображальних жанрів журналістики, їхніх особливостей, визначено їх кількісний вияв, функції тощо. Візуально-зображальний комплекс друкованих ЗМІ неодноразово був предметом наукових досліджень, однак жанри сучасної журналістики, зокрема й візуальні, зазнають значних трансформацій і модифікацій. Розробка цих питань надасть змогу визначити тенденції в оформленні сучасних суспільно-політичних видань. За результатами аналізу суспільно-політичного часопису «Корреспондент» виявлено такі закономірності: активне використання фотоколлажів на обкладинці, на сторінках журналу з'являється більше фотопортретів і репортажних світлин, залучається більша кількість різних форм інфографіки. У рубриці «Культура» тижневик друкує кадри з фільмів, мультфільмів, кіноафіші; рубрика «Книжня лавка» презентує фотографії аносованих книг. Зрідка журнал публікує студійні та художні фотографії (наприклад, інтер'єр, пейзаж, фуд-фотографія).

Ключові слова: дизайн друкованих ЗМІ, візуально-зображальні жанри журналістики, візуальний контент, фотографія, малюнок (шарж, карикатура), інфографіка.

I. Вступ

Для сучасних засобів масової комунікації характерні гнучкість, мобільність, швидке реагування на запити суспільства, тому в сьгоднішніх реаліях (насамперед інтернетизація) друковані видання, зокрема періодичні, змушені шукати нові засоби для привернення уваги читача. Візуальна атракція є вагомим складником і стратегії просування продукту, та власне концепції, структури й змісту часопису.

Методологічну та теоретичну основу цієї статті становлять праці вчених, які досліджували візуальний образ газетно-журнальних видань. До цієї теми зверталися, зокрема, С. Гуревич, А. Кисельов та ін. Так, у монографії В. Іванова «Техніка оформлення газети» розкрито поняття «ілюстрація», описано її різновиди та подано рекомендації щодо оформлення. С. Галкін детально характеризує шрифти, подає їхні різновиди, акцентує на видах ілюстрації й загалом на елементах оформлення періодики. Білоруський учений О. Свороб визначив особливості дизайну молодіжної преси та специфіку оформлення малоформатних видань.

Підґрунтям для розвитку сучасної жанрології фотожурналістики стали праці науковців ХХ ст.: В. Березіна, М. Ворона, О. Камкіна, Д. Струженцова та ін. Розвиток новітніх зображальних жанрів досліджують М. Василенко, О. Колосов, М. Максимович, Л. Поліха, М. Рожкіна, П. Холланд, Б. Черняков, В. Шевченко та ін. Попри значну увагу науковців до візуального контенту, є низка нез'ясованих питань, зокрема існують лакуни у висвітленні системи візуально-зображальних жанрів та особливостей використання кожного з них у різних ЗМІ, що й зумовлює актуальність подібних досліджень.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виявлення динаміки розвитку ілюстрування сучасного українського часопису «Корреспондент» (за 2011–2018 рр.).

У ході дослідження використано метод аналізу документальних джерел (суспільно-політичний часопис «Корреспондент» за 2011–2018 рр.), застосовано моніторинг, порівняльний метод. Для визначення головних тенденцій ілюстративного наповнення українських часописів проведено контент-аналіз на матеріалі друкованого періодичного видання – «Корреспондент» за 2011–2018 рр.

III. Результати

За словами дослідників, журнальне виробництво являє собою галузь з дуже високим рівнем внутрішньої конкуренції, але при цьому здатним постійно дробитися, займаючи все нові ніші на читацькому ринку й зберігаючи свою привабливість для рекламодавців [5]. На сьогодні в Україні існує мережа найпопулярніших загальнонаціональних видань суспільно-політичного типу різних форматів: і газет, і журналів. Якщо стежити за рейтингами, то журнали «Корреспондент», «Укра-

їнський тиждень», «Фокус» упевнено займають перші місця за такими параметрами, як популярність, актуальність тем та гострота аналітики. Тож для аналізу візуального контенту обрано один із найвпливовіших журналів – «Корреспондент» (наприклад, тираж у 2011 р. – 50 000 примірників; наприкінці 2015 р. – 39 200 примірників; у 2018 р. – 39 200 примірників).

«Корреспондент» – український щотижневий суспільно-політичний журнал. Видання містить інформацію про політику, культуру, спорт, суспільство, бізнес, науку й техніку, здоров'я, освіту та дозвілля. «Корреспондент» висвітлює широке коло питань від актуальних та цікавих новин до спеціальних тематичних досліджень. Журнал заснований 18 березня 2002 р., виходить форматом А4, спочатку складався із 66 сторінок, пізніше зменшився, наприклад, у 2015 р. – всі номери містять 52 сторінки (за винятком декількох номерів, у яких 54 сторінки) Часопис є повністю глянцеvim з великою кількістю фотоматеріалів та ілюстрацій. Тираж на початку виходу журналу становив 48 000–50 000 примірників. У 2015 р. ця цифра змінюється: № 1–18 виходили тиражем у 47 875 примірників, № 19–30 мали наклад 24 450 примірників, № 31–51 – 39 200 примірників. До кінця 2018 р. наклад залишився без змін – 39 200 примірників.

Часопис «Корреспондент» відомий своїми спецпроектми: «Рік у фотографіях», «Найкращі виші країни», «ТОП-100» (100 найвпливовіших людей України), «Золота сотня» (100 найбагатших українців), «Особистість року», «Найкраща українська книга», «Найкращі роботодавці», «Автододаток» (спеціальний автомобільний додаток до журналу), «СТОП-10» (рейтинг найексцентричніших витівок відомих українців, які йдуть урозріз з еволюцією людства), «Європа на колесах» (автомобільний путівник по Європі) тощо.

Кожне видання реципієнт диференціює спершу за обкладинкою, не є винятком і журнал «Корреспондент»: титульна сторінка має впізнавані візуальні коди, зокрема, на червоній «стрічці», що розташована вгорі, білими буквами написано назву; над стрічкою-назвою розташовано зазвичай два-три візуально-вербальних блоки (анонси змісту номера – заголовок, іноді лід та відповідна ілюстрація – це може бути і фото, і малюнок, і жанри інфографіки); основну увагу читача привертають ілюстрація та назва, остання, однак, не заважає й створює єдиний візуальний ансамбль. Як правило, журнал вміщує на обкладинку колоритні фотоколажі (наприклад, у 2015 р. із 47 випусків у 31 – фотоколаж, у 6 – репортажна фотографія, у 5 – фотопортрет, у 5 – мальована ілюстрація). Варто зазначити, що серед 5 фотопортретів, уміщених на титульній сторінці, 3 виконані в репортажному стилі (яскраво виражена природна динаміка руху особи, яку фотографують) і 2 – постановочних фотопортрети. На титулці зображено впізнаваних осіб – найчастіше це політики: № 1 – Юрій Стець, керівник Міністерства інформаційної політики; № 2 – Вадим Рабінович, депутат Верховної Ради України; № 3–4 – Хатія Деканоїдзе, начальник Національної поліції України, та Арсен Аваков, міністр внутрішніх справ України (обличчя політиків «прикріплені» фотомонтажем до тулубів відомих впізнаваних героїв-спецагентів із кінострічки «Містер і місіс Смітт»); № 5 – Павло Розенко, міністр соцполітики України тощо. Цікавим є той факт, що у № 51 портрет політика (Михайл Саакашвілі) представлений не у фото, а намальованим.

Найчастіше фотоколажі використовують для комічного й сатиричного ефекту, як засіб атракції (приваблення читачької уваги) і розміщують на обкладинці. Якщо у 2011–2015 рр. журнал «Корреспондент» використовує фотоколажі, в яких уміло змонтована цілісна «картинка» із частин фото, у середині номерів (наприклад, № 1, 2015 р., с. 42–43 (на весь розворот); № 3–4, 2015 р., с. 14, с. 15; № 7, 2015 р., с. 10–11 (на весь розворот); № 8, 2015 р., с. 38; № 14, 2015 р., с. 10 та в деяких інших), то вже з 2018 р. у середині номера фотоколажів немає, це, напевно, зумовлено їх природою – певною «несерйозністю» цих жанрів: вони позбавлені документальності, достовірності, об'єктивності, вони не можуть наочно підтвердити або спростувати наведені в статтях факти.

На другій сторінці журналу зазвичай реклама. Зрідка часопис змінює звичайну обкладинку на оригінальну габаритну сторінку (розмір А3), яка перегинається навпіл. Усередині сторінки-розгортки міститься складний різновид інфографіки – поєднання кругової діаграми та схеми під загальною назвою «Весь український бізнес». Так, у № 3–4 за 2015 р. розкрито тему «Вся українська енергетика», у № 12 за 2015 р. – «Весь український ритейл» (ритейл у перекладі з англійської мови – роздріб або роздрібна торгівля) тощо.

На третій сторінці часопису завжди розміщують оригінально оформлений зміст: у верхньому правому кутку завжди є фотографія (12x12 см), що анонсує (разом із лідом) тему конкретного випуску. Праворуч надруковано назви рубрик, назви статей або інтерв'ю та сторінки. У журналі є постійні рубрики й такі, що з'являються несистематично. До постійних рубрик у 2011–2015 рр. належать такі: «Тема номера», «Мир», «Культура», «Семь дней», «Архив», «Открытие из...». Рубрики, що розміщують у виданні час від часу, мають такі назви: «Деньги», «Жизнь», «Страна», «Hi-tech», «Автотест» тощо. До 2018 р. залишились лише такі рубрики: «Тема номера», «Семь дней», «Страна», «Мир», «Деньги», «Жизнь», «Культура». Варто сказати, що рубрика «Семь дней» до 2014 р. була виключно сатиричною та містила лише карикатури й анекдоти на

злободенні теми. Жанрово-тематичні особливості політичної карикатури в журналі «Корреспондент» потребують окремого дослідження, тому зупинятися на цьому питанні не будемо. Зауважимо лише таку специфічну рису: до карикатури завжди додають інформаційне повідомлення на 1–2 речення, що орієнтує читача в окресленій проблемі. У 2011 р. дизайнери зрідка використовували також звичайні малюнки як ілюстрації до статей (наприклад, № 5, 2011 р., с. 20–21 – зображено «круглий стіл» – засідання президента В. Януковича з міністрами).

На четвертій сторінці у 2011–2015 рр. розміщена рубрика «Слово редактора», щоправда, тут друкують матеріали не лише від головних редакторів – Віталія Сича (до 2014 р.) та Андрія Овчаренка (наприклад, за 2015 р.: № 1–19; 21; 24; 26–29; 37; 38; 40 та ін.), а й від інших співробітників журналу, наприклад: матеріали Дмитра Слинька – заступника головного редактора (за 2015 р.: № 20; 22; 30–36; 39 та ін.), Артема Горячкіна – редактора рубрики «Страна» (№ 23 за 2015 р.), Олени Романюк – редактора рубрики «Деньги» (№ 41 за 2015 р.). Ця сторінка теж цікава своїм оформленням: поруч із текстом завжди розміщено постановочний фотопортрет журналіста. Зображення подано крупним планом (по пояс), без фону (із вирізаним силуетом, що потім накладено на білий фон сторінки). Варто зазначити, що таке дизайнерське рішення використовують і на інших сторінках журналу: фотопортрети журналістів додають до їхніх текстів саме в такому форматі (зображення по пояс або по плечі, вирізаний силует, покладений на білу сторінку).

Наступні сторінки (с. 5–6) кожного випуску привертають особливу увагу читачів: тут на весь розворот розміщують одну великоформатну колоритну репортажну світлину. Це дизайнерське рішення прийнято називати «фотосторінкою», а рубрика називається «Фото недели». До кожної такої фотографії в кожному номері додають коротку класичну замітку. Варто зауважити, що найчастіше фотографії журнал запозичує з інших інформаційних ресурсів. Так, з обстежених за 2015 р. журналів (усього 51 номер, але 47 випусків) 23 примірники містять фото із Reuters, 10 – із AP (Associated Press), 10 – із EPA (European Pressphoto Agency), 3 – із УНІАН. Загалом на своїх шпальтах часопис використовує світлини й з інших електронних ресурсів (UGLE «United Grand Lodge of England» – № 1, с. 35, 36; Укрінформ – № 9, с. 28–29; Українські новини – № 3–4, с. 16, № 10, с. 10–11 тощо), і світлини власних штатних фотографів – Таїсії Стеценко та Дмитра Никоноров, а також зрідка й фотографії, зроблені самими журналістами. Наприклад, № 9 до матеріалу під назвою «Мира и конфет» (с. 16–18) розміщені фото, зроблені Майєю Михайлюк та авторкою статті – Яною Седовою; у № 24 – «Путешествие со вкусом» (с. 26–29) фото зроблено автором статті – Ольгою Дорогань та ін. Фотопортрети до різноманітних форм інфографіки, зокрема до рейтингів (наприклад, традиційні рейтинги на с. 5), зроблені Наталією Кравчук, Михайлом Марківим, а також Дмитром Никоноровим та взяті з інтернет-ресурсів, таких як УНІАН. Особливістю журналу «Корреспондент» є часте використання фотосторінок: в одному номері найчастіше вміщують 2–3 розвороти, що повністю заповнені одним фото (наприклад, за 2015 р. – № 2, с. 10–11 та с. 34–35; № 11, с. 6–7 та с. 10–11; № 14, с. 6–7 та с. 10–11 тощо), – це рубрики «Фото недели» та «Тема номера»; а максимальна кількість – 4 фотосторінки було вміщено у № 27 за 2015 р. (с. 6–7, с. 10–11, с. 24–25, с. 36–37). У 2017–2018 рр. спостерігається спад у використанні фотосторінок.

Тим часом, фотографія в тижневику представлена в найбільшій кількості й у різноманітних жанрах. Найбільше на сторінках часопису розміщено репортажних знімків: найперше в рубриці «Фото недели», що розташовується на двох сторінках (тобто на весь розворот), і потім по всьому випуску – меншим масштабом, але практично на кожній сторінці. Як зауважують дослідники, найбільше дискусій у визначенні жанровості триває навколо фотографій, що зображають подію: одні вчені розподіляють такі фото на кілька фотожанрів (фотоінформація, фотокореспонденція, фотозамітка, фотозвіт, фотозвинувачення), інші зараховують такі фото до репортажного типу [6]. За визначенням М. Максимовича, «фоторепортаж та новинарна фотографія – це фіксування конкретної події в певному місці. Така світлина демонструє, що було насправді, тому організувати відповідну сцену, здійснюючи постановку, надзвичайно складно. У поєднанні з авторським текстом такого роду матеріал дає повне уяву того, що відбулося» [4, с. 40]. У журналістикознавстві існує ряд синонімів на позначення репортажної фотографії, наприклад, новинна (або прес-фотографія, або подієва фотографія) – знімання поточної події від місцевого до міжнародного масштабу, дуже оперативна й зазвичай відображає теперішню мить. Науковці підкреслюють, що подієві фотографії – це всі фотографії, відзняті в репортажному жанрі [3, с. 299]. Репортажні знімки представлені у виданні «Корреспондент» різними жанрами, це, зокрема, індивідуальні та групові портрети, фото масштабних багатолюдних подій.

Присутні в журналі й постановочні (художні) фотографії, насамперед, це фотопортрети і самих журналістів, і «головних героїв» численних статей та інтерв'ю. Варта уваги одна деталь: портрети журналістів зазвичай «вирізані» по силуету й розташовані на білому фоні поряд із назвою матеріалу; портрети «героїв» статей чи інтерв'ю – подані в прямокутному форматі класичного постановочного фотопортрета (людина + відповідне тло: особистий кабінет, робоча майс-

терня, інтер'єр музею або іншого приміщення, пейзаж тощо). Варто підкреслити, що частина фотографій знята в псевдорепортажному стилі. Приклади постановочних фотопортретів у 2015 р.: у навчальній аудиторії – № 15, с. 29–30; у приміщенні архіву СБУ – № 19, с. 27; у продовольчому магазині – № 29, с. 22 або у крамниці одягу – № 39, с. 24, 25; у кабінеті – № 31–32, с. 16–17 (інтерв'ю з губернатором Дніпропетровської області Валентином Резніченком); у басейні – № 31–32, с. 26; на фоні природи – № 33–34, с. 16 (інтерв'ю з губернатором Запорізької області Григорієм Самардаком); у кафе – № 31–32, с. 44, № 35, с. 3; у пабі – № 33–34, с. 34 (інтерв'ю з гендиректором компанії «Ресторанный консалтинг» Ольгою Насоновною); у човні – № 35, с. 28; на пляжі – № 35, с. 31; у мистецькій галереї – № 35, с. 42; на вулиці – № 31–32, с. 31, № 36, с. 40; у стінах парламенту – № 35, с. 23 тощо. Тенденцією останніх років є створення портретів у місцях бойових дій, наприклад, в окопах (№ 15, 2015 р., с. 28).

Окремо варто згадати так званий етнографічний фотопортрет: «Оскільки об'єктом дослідження етнографії є народи, їх культура, побут, походження, етногенез, культурно-побутові відносини, традиції, етнографічна фотографія також виконує функції цієї суспільствознавчої науки. Люди в подібних фоторядках зображуються під час якої-небудь дії. Найчастіше зображуваний етнос має характерний одяг, прикраси. Мета фотографа – передати атмосферу життя серед цього етносу» [7, с. 128]. Якщо фотографія не постановочна, то такий різновид матеріалів називають етнографічним фоторепортажем (цей жанр надзвичайно розповсюджений у трепел-виданнях), відмінність його від етнографічного фотопортрета в тому, що фоторепортажі – своєрідна серія фотографій – людину зображують під час роботи, виконання традиційних обрядів, на святах тощо. Етнографічний фотопортрет час від часу з'являвся на останній сторінці видання «Корреспондент» у рубриці «Открытка из...», на світлинах зображено аборигенів відповідних країн, наприклад: № 5, 2015 р., с. 50 (Ефіопія); № 13, 2015 р., с. 50 (Бразилія); № 22, 2015 р., с. 50 (Танзанія); № 43, 2015 р., с. 50 (Намібія) тощо. Після 2015 р. рубрика зникає зі шпальт журналу, саме тому на шпальтах тижневика практично не знаходимо етнографічних фотопортретів.

Рідкістю на сторінках видання «Корреспондент» є фотопейзажі, які можуть бути вміщені в будь-якій рубриці номера (наприклад, у 2015 р. – № 15, с. 10–11, с. 15; № 16, с. 10–11; № 17–18, с. 6–7; № 27, с. 24–25 і под.), але традиційно завжди друкують у рубриці «Открытка из...», що завершує кожен випуск (як правило, на с. 50 або с. 52): тут фотопейзаж подають у великому форматі – на всю сторінку (№ 2; № 3–4; № 11; № 12; № 15; 21 та ін.). Іноді на цій шпальті друкують три різноформатних і різножанрових фото (наприклад, № 35, с. 50; № 36, с. 50 тощо). На знімках знаходимо найрізноманітніші зображення природних ландшафтів: пляжі, поля, вулкани, гори, військові полігони тощо. Після зникнення рубрики «Открытка из...» фотопейзажі починають з'являтися в інших рубриках, наприклад, «Отдых» (№ 3, 2018 р., с. 32–35, с. 39; № 5, 2018 р., с. 28–32), «Мир» (№ 14, 2018 р., с. 20–22).

На межі жанрів (архітектура – пейзаж) з'являється нова форма: урбаністичний (міський) пейзаж, що також представлений на сторінках видання (адже сучасна людина живе в ритмі індустріалізації), він передає масштабність, велич, міць архітектурних комплексів сучасного міста: будинків і вулиць, заводів і автострад, морських і повітряних портів, поєднання природного і штучного (2015 р. – № 15, с. 18, 19; № 31–32, с. 10–11; № 33–34, с. 3; № 38, с. 18; № 45, с. 50; № 47, с. 24 тощо), наприклад, у № 8 на с. 22 зображено сучасний суднобудівний завод (великогабаритні будівельні крани, будівлі, кораблі – стаття «Состояние республики»); у № 16, на с. 50 подано світлинку сучасного міста Буенос-Айреса; у № 17–18, с. 23 – одеське подвір'я; у № 20, с. 31 – подвір'я київської новобудови; у № 22, с. 36 – хмарочоси у м.Хошимін, В'єтнам тощо. Зрідка видання друкує фото давніх архітектурних споруд, наприклад: у № 6 за 2015 р. на с. 48 опубліковано світлинку Китайського будиночка (на передньому плані) та Золочевського палацу (задній план), рубрика «Архив»; у № 14 за 2015 р. на с. 50 вміщено давній архітектурний комплекс – стародавня обсерваторія Джантар-Мантар (рубрика «Открытка из Индии»); у № 15, 2015 р., с. 18 – Олеський палац; у № 21, 2015 р., с. 32 – руїни давнього міста Пальміра, Сирія; № 30, 2015 р., с. 22 – помістя цукрового магната Леопольда Келінга тощо.

Найменш поширеним жанром на сторінках журналу «Корреспондент» є фотографія сучасних інтер'єрів та екстер'єрів архітектурних ансамблів (інтер'єр – це архітектурно й художньо оздоблена внутрішня частина будинку; екстер'єр – це художнє та архітектурне зовнішнє оформлення будівлі). Використовують такі світлини для того, щоб надати достовірності викладеним фактам, додати наочності, увиразнити, чітко окреслити відповідні локації, познайомити читача з хронотопом (час і місце) події. Інтер'єри та екстер'єри є тлом – частиною постановочних і репортажних портретів, однак ці формати журнал використовує і як самостійні ілюстрації, наприклад, у 2015 р.: № 5, с. 32–33 екстер'єр (фасад житлової багатоповерхівки + стаття «Взятие Варшавы» про нерухомість у Варшаві); у № 11 на с. 28–29 подано екстер'єр – фотозображення недобудованої багатоповерхівки (кореспонденція «Фаза глубокого сна»); екстер'єри саркофагу на ЧАЕС (№ 16, с. 21), автозаправки (№ 16, с. 27), Луганської ТЕС (№ 24, с. 13), вхід до ринку «Привоз» м. Одеса (№ 29, с. 18); у № 14, с. 36 – інтер'єр (фото приміщення, у якому розташований адрон-

ний колайдер, рубрика «Наука и технологи», стаття «Новая физика»); № 27, с. 10–11 та № 29, с. 39 – інтер'єр аеропорту; № 15, с. 34–35 – інтер'єр центру соціальної допомоги в Німеччині; інтер'єри музеїв – № 22, с. 10 (музей космонавтики, м. Житомир) та № 22, с. 36 (океанічний музей Нья-Чага, В'єтнам); приміщення храмів – № 22, с. 23 тощо.

До 2014 р. на сторінках видання «Корреспондент» були поодинокими такі форми, як: фотонатюрморти, фотозображення пам'яток, скульптур тощо. Останніми роками фотонатюрморт, будучи насамперед мистецькою фотографією, починає впевнено підкорювати інформаційно-аналітичний сегмент сучасних періодичних видань. Натюрморт, за традицією, має зображувати предмети, речі «неживої» природи. Однак, ще в живописі (а пізніше й у фотомистецтві) виявляються деякі смислові трансформації жанру: відтворення природно створених композицій (без втручання митця), побудова авторської (придумані, штучної) композиції з предметів, вилучених із їхнього природного середовища, а також залучення в сюжет живих об'єктів: тварин, комах тощо. Фотонатюрморти в тижневику «Корреспондент» відповідають суспільно-політичній тематиці й сучасним пластичним і гнучким змістово-візуальним формам, наприклад, у № 1 за 2015 р. вміщено фото з підписом «"Уроки смерті": об епідемії в Африке все знали, но никто не ждал, что она станет угрозой для безопасности всего мира»: постановочна художня світлина вдало репрезентує акценти (на зеленому газоні лежать два жовтих захисних костюми), яскраві силуети використаних костюмів – як метафора небезпеки, особливо загрозливої атмосфери порожнечі додає відсутність людей. У № 9 за 2015 р. (до теми номера – «Медреформа по-грузински») на с. 14–15 вміщено фотонатюрморти, що унаочнюють сферу медицини: зображення ампул, флаконів із пігулками, шприци, крапельні системи тощо. Часто фотонатюрморти додають до текстів у рубриці «Hi-tech» (автор – Павло Сивокінь), де зображено технічні новинки, про які йдеться в матеріалах, наприклад: спортивна фотокамера, годинник-смартфон, сканер відбитків пальців, кишеньковий смарт-проектор (№ 11, 2015 р., с. 44–45); смарт-годинник (№ 15, 2015 р., с. 40–41); віртуальний шлем, окуляри, віртуальні печатки, костюм із віртуальною реальністю (№ 20, 2015 р., с. 40–41); мобільні телефони та планшети (№ 24, с. 44–45); геймпад, стереосистема, ігрова миша (№ 28, 2015 р., с. 44–45); портативний сканер відбитків пальців, цифрове дзеркало, розумні ваги (№ 37, 2015 р., с. 44–45); термостат, електронна система догляду за рослинами, сенсорний килим (№ 42, 2015 р., с. 44–45) тощо. У 2015–2018 рр. натюрморти з'являються як звичайні ілюстрації до статей (тобто ці форми не є тематично необхідними), наприклад: художня фотографія – натюрморт подано до статті «Баланс между работой и жизнью» (№ 11, 2018 р., с. 40–41) тощо. Останніми роками часопис запозичує такий тренд, як фуд-фотографія; зазвичай такі зображальні форми розміщують у рубриці «Культура», якщо йдеться про анонс подій, пов'язаних із їжею та напоями (наприклад, № 15, 2018 р., с. 42 «Гастрономический уик-энд Смакобум»; № 17, 2018 р., с. 44 «Фестиваль крафтовых напитков» тощо).

Особливістю видання «Корреспондент» до 2016 р. були публікації фоторепродукцій, що з'являлися кожного номера в рубриці «Архив». У 2015 р. найчастіше на сторінках часопису «Корреспондент» друкують репродукції давніх світлин, а саме портрети (як індивідуальні, так і групові), у кожному номері вміщено від 2 до 11 репродукцій фотопортретів кінця XIX – початку XX ст., крім того, документальні фотографії, старовинні фотопейзажі, інтер'єри, архітектуру. Як ілюстрації журнал використовує різні види фоторепродукції – картини вітчизняних та зарубіжних художників, документів, марок, книжкових сторінок і фрагментів газетних та журнальних публікацій, скріншоти інтернет-публікацій тощо. За словами дослідників, ці жанрові форми дають можливість точно відтворювати частини текстів та ілюстрації, надруковані в інших періодичних виданнях, зокрема в тих, з якими полемізує газета, яка публікує фоторепродукції [2]. У виданні «Корреспондент» фоторепродукції використовували з іншою метою: надати історичним матеріалам достовірності й розважити читача. Наприклад, за 2015 р. у виданні були надруковані репродукції мальованих картин (№ 24, 2015 р., с. 43 – картини Катерини Білокур; № 33–34, с. 41 – полотна Сальвадора Далі й Казимира Малевича; № 40, с. 48 – гравюра 1531 р.; № 40, с. 49 – полотно польського художника Ф. Вигживальського «Бурлаки»; № 41, с. 49); зображення старих газет (№ 44, с. 35); зображення давніх книг (№ 6, с. 41; № 12, с. 38); плакатів – агітаційних (№ 13, с. 37; № 30, с. 47) і рекламних (№ 36, с. 39; № 37, с. 49; № 46, с. 47); старовинних листівок (№ 14, с. 46–49; № 24, с. 35; № 38, с. 46; № 43, с. 47–48), географічних карт (№ 7, с. 47; № 23, с. 48–49; № 39, с. 49); зображення грошових одиниць, цінних паперів, зокрема облігацій (№ 13, с. 47; № 24, с. 35; № 29, с. 47; № 44, с. 48–49); репродукції давніх документів – декларацій, угод (№ 26, с. 47); старі мальовані карикатури (№ 27, с. 49; № 30, с. 46); старі постери-афіші до вистав, концертів (№ 28, с. 42) та інші репродукції. Суттєвою вадою, на нашу думку, є те, що автори матеріалів не зазначають (за рідкісними винятками) точних відомостей про картини (автор, назва дата), про джерело походження старовинних світлин, ким створені й де розміщені давні мальовані карти, листівки, плакати тощо. Прибравши зі шпальт рубрику «Архив», видання припинило друкувати й фоторепродукції.

У ролі фотоілюстрацій часопис «Корреспондент» використовує й кінокадри та кіноафіші, пов'язані з текстом кінорецензії, кіноанонсів або з рекламою нового кінофільму, мультфільму. У рубриці «Культура» часто публікують кадри з художніх або документальних фільмів, рідше – з мультиплікаційних фільмів, наприклад, за 2015 р.: № 17–18, с. 44–45; № 23, с. 43; № 27, с. 38–39; № 33–34, с. 38–39; № 37, с. 40–41 тощо. У згаданій рубриці часто друкують й огляди новинок кіно, музики й книг, тому поряд з анонсами розміщують дрібні зображення афіш, платівок, обкладинок книг. Поступово часопис виокремив рубрику, присвячену пропагуванню читання, – «Книжная лавка» (що традиційно розміщують на останній сторінці кожного номера); тут друкують не лише анотації до книг, а й власне зображення рекомендованих видань.

Цікавими жанровими реалізаціями в журналі «Корреспондент» представлена й інфографіка. Загалом варто зауважити, що тижневик спеціалізується на різних рейтингах, проводить власні соціальні опитування, спостереження, моніторинги тощо. Час від часу видання публікує розгорнуті схеми-діаграми за темою «Весь український бізнес» (що розміщують на спеціально зробленому розвороті титульної сторінки). Наприклад, у № 3–4 за 2015 р. надруковано кругову діаграму, до якої додано схему «Вся украинская энергетика»; у № 12 за 2015 р. – «Весь украинский ритейл» тощо. На с. 5 часто розміщують рейтинг «О ком говорила страна» («Наиболее часто упоминаемые в украинских средствах массовой информации политические деятели»); крім традиційної статистичної шкали, в оформленні рейтингів використовують фотопортрети політиків. Наприклад, за 2015 р. у таких номерах: № 2, 10, 14, 19, 23, 27 тощо.

Видання використовує всі жанрові форми інфографіки: схеми, таблиці, рейтинги, стовпчикові й кругові діаграми, графіки, географічні карти. Проте найчастіше на сторінках журналу вміщено так звану «складну», «синтетичну» інфографіку – поєднання кількох форм, наприклад за 2015 р.: органічне поєднання в цілісній композиції географічної карти й стовпчикової діаграми (№ 1, с. 25) або схеми (№ 16, с. 40); графіка й діаграми (№ 2, с. 38) або рейтингу (№ 29, с. 18); таблиці й схеми (№ 7, с. 31); кругової діаграми й фото (№ 17–18, с. 36), карти, схеми й таблиці (№ 19, с. 26) тощо. У 2018 р. спостерігаємо активізацію у використанні піктограм у різних формах інфографіки. Інфографіка вже давно стала візитівкою тижневика, і до кінця 2018 р. ця тенденція зберігається.

Журнал «Корреспондент» із 2015 р. не використовує малюнків: на його сторінках не бачимо жодної жанрової форми політичного сьогодення – ні шаржів, ні карикатур, ні коміксів. Це зумовлено концепцією видання, його «обличчям»; цей фактор є тією специфічною прикметою, що відрізняє від інших суспільно-політичних видань (пор., часопис «Український тиждень» [1]).

На особливу увагу заслуговує й рекламна ілюстрація на шпальтах згаданого видання, але цей аспект занадто широкий, тому в цій статті не розглянуто, відтак може стати предметом окремого дослідження.

IV. Висновки

Таким чином, у сучасній системі ЗМІ окрему нішу займають суспільно-політичні часописи. У загальній мовній практиці часописом називають і газету, і журнал, і будь-яке інше періодичне видання, проте в статті ми використовуємо лексему «часопис» як синонім до терміна «журнал», що не суперечить сучасній мовній традиції.

Журнали суспільно-політичного типу містять статті та матеріали актуальної суспільно-політичної тематики й розраховані на широке коло читачів. Цей тип журналів може містити матеріали загальнополітичної тематики, економічної тематики або сатиричні чи розважальні твори. Журнали поступаються газетам в оперативності, проте мають більше можливостей для аналізу. Не зосереджені, як газети, на поточних подіях, вони більше уваги можуть приділяти тенденціям розвитку суспільства (економічного, політичного, соціального, культурного, наукового) і є катализатором та фіксатором громадської думки. До основних ознак унікальності журнального формату дослідники зараховують такі, як: дизайн як специфічне поліграфічне оформлення; якісна поліграфія (щільна обкладинка; широка кольорова гама; кращий, ніж у газет, папір тощо); портативність (зручність формату); регулярність виходу у світ; тематична спрямованість змісту (концептуальність); визначена рубрикація; вузька спеціалізація, розмаїття якої значно перевищує газетні тематичні спрямування; чітко окреслена цільова аудиторія; брендинг особистості, тобто використання зображення відомих людей задля створення або підтримання іміджу видання.

Однією з головних характеристик журнального видання є художньо-технічне оформлення (дизайн). Складовими елементами дизайну є основний текст (зокрема, ширина колонки), заголовки, лінійки, прикраси, шрифт, кольорові контрасти, якість паперу тощо, а ключовим елементом є ілюстрація. Сучасні видання не можуть обходитися без ілюстративного доповнення. Зображення на титульній сторінці допомагає привернути увагу читача, а в середині зорієнтувати його, допомогти обрати матеріал, який буде цікавим для нього. Тому майже всі періодичні видання використовують у своїх випусках ілюстрацію, яка виконує ряд функцій: інформативну, рекреативну (розважальну), вказівну (демонстративну), композиційно-конструктивну (маніпулятор-

ну), естетичну, дидактичну (виховну), культурологічну тощо. Залежно від ідейно-тематичної спрямованості видання відбувається добір візуальних об'єктів.

У сучасному медіапросторі України є цілком сформований сегмент загальнонаціональних видань суспільно-політичного типу різних форматів – і газет, і журналів. За різними рейтингами журнал «Корреспондент» є одним із найпопулярніших видань.

Отже, часопис «Корреспондент» містить інформацію про політику, культуру, спорт, суспільство, бізнес, науку й техніку, здоров'я, освіту та дозвілля. Журнал висвітлює широке коло питань від актуальних та цікавих новин до спеціальних тематичних досліджень. Це видання також визначається яскравим дизайном; тижневик підтримує ту ідею, що на його сторінках мають бути опубліковані лише найяскравіші й найоригінальніші фотографії, пріоритет надається фотопортретам та репортажним світлинам. До найбільш використовуваних журналом візуальних форм належать репортажні фотографії, портрети (постановочний, репортажний, а також жанровий різновид – етнографічний фотопортрет до 2016 р.), фотопейзажі (природні та урбаністичні ландшафти). Серед фотонатюрмортів останнім часом переважають фуд-фотографія та художня інсталяція. Поодинокими є світлини інтер'єрів та екстер'єрів, а також пам'ятників і скульптур. Особливістю журналу «Корреспондент» до 2016 р. було використання в кожному номері великої кількості найрізноманітніших фоторепродукцій (рубрика «Архів»): документальні фотографії, старовинні фотопейзажі, світлини із зображенням інтер'єрів та архітектури, картини вітчизняних та зарубіжних художників, зображення давніх документів (декларацій, угод), марок, книжкових сторінок, фрагментів газетних і журнальних публікацій, старовинних листівок, зображення грошових одиниць, цінних паперів, зокрема облігацій, старі мальовані карикатури, плакати тощо. Традиційними візуально-зображальними формами на сторінках тижневика є кінокадри, кіноафіші та зображення обкладинок сучасних книг (рубрики «Культура», «Книжня лавка»). У часописі за 2015–2018 рр. не було надруковано жодного малюнка (як окремої ілюстрації, а також відсутні шаржі й карикатури).

Журнал «Корреспондент», відомий своїми спецпроектами – складанням рейтингів, використовує не лише традиційні загальнозрозумілі форми (це таблиці, графіки, стовпчикові та кругові діаграми, схеми, географічні карти тощо), а й різноманітні оригінальні синтетичні жанри, такі як: рейтинг-фотоколаж, схема-малюнок із використанням фотографій і текстових вставок, схема-малюнок із включенням кругової діаграми, карта з вкрапленням світлин, різноформатні монтажні та колажі з поєднанням фотографій, піктограм, статистичних показників тощо.

Список використаної літератури

1. Волинець Г. М. Специфіка візуального контенту в часописі «Український тиждень». *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2016. № 1. С. 49–58.
2. Гуревич С. М. Номер газети : учеб. пособие. Москва : Аспект Пресс, 2002. 191 с.
3. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навч. посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін. ; за ред. В.В. Різуна. Київ : Вид.-полігр. центр «Київ. ун-т», 2012. 352 с.
4. Максимович М. Дослідження фотожурналістики. *Теле- та радіожурналістика*. 2012. Вип. 11. С. 40–45.
5. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. Київ : ЦУЛ, 2002. 284 с.
6. Поліха Л. Жанрові різновиди фотожурналістики у періодичних виданнях Закарпаття 1919–1944 років. *Вісник Ужгородського університету. Серія філологія*. 2009. Вип. 22. С. 141–143.
7. Шалімова М. Ю. Етнографічний фоторепортаж: особливості жанру. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації*. 2011. № 968. Вип. 3. С. 127–130.

References

1. Volynets, H. (2016). Specificity of Visual Content in "The Ukrainian Week" Journal. *State and Regions. Series: Social Communications*, 1 (25), 49–58 (in Ukrainian).
2. Gurevich, S. (2002). The Number of Newspaper : Study Guide. Moscow : Aspekt Press, 2002. 191 p. (in Russian).
3. Prystupenko, T. O., Radchuk, R. V., Vasilenko, M. K., Rizun, V. V. (ed.) (2010). Journalistic Profession : Newspaper and Journal Production : Study Guide. Kyiv : "Kyivskyi universytet" Publishing and Polygraphic center, 2010. 352 p. (in Ukrainian).
4. Maksymovych, M. (2012). Photo Journalism Research. *TV and Radio Journalism*. 11, 40–45. Lviv (in Ukrainian).
5. Mykhailyn, I. (2002). The Basics of Journalism. Kyiv : TsUL (in Ukrainian).
6. Polikha, L. (2009). Genre Types of Photo Journalism in Periodicals of Zakarpattia within 1919–1944. *Uzhhorod University Herald. Philology Issue*. 22, 141–143. (in Ukrainian).
7. Shalimova, M. (2011). Ethnographic Photo Report: Features of Genre. *Karazin Kharkiv National University Herald. Social Communications Issue*. 968 (3), 127–130. (in Ukrainian).

Стаття надійшла до редакції 01.11.2018.

Вольнец Г. Н. Эволюция визуально-изобразительных жанров в еженедельнике «Корреспондент»

В статье на материале еженедельника «Корреспондент» рассматриваются современные тенденции дизайнерских решений при оформлении общественно-политических украинских изданий. Проанализированы и описаны визуально-изобразительные жанры журналистики, их особенности; определены функции, количественные показатели визуальных форм и т.д. На основе анализа журнала «Корреспондент» выявлены такие закономерности: активное использование фотоколлажей на обложке, на страницах издания появляется больше фото-портретов и репортажных фото, увеличивается количество разнообразных форм инфографики. В рубрике «Культура» еженедельник печатает кадры из фильмов, мультфильмов, киноафиши; рубрика «Книжная лавка» презентует фотографии анонсированных книг. Изредка журнал публикует студийные и художественные фотографии (например, интерьеры, пейзажи, фуд-фотографии).

Ключевые слова: дизайн печатных СМИ, визуально-изобразительные жанры журналистики, визуальный контент, фотография, рисунки (шарж, карикатура), инфографика.

Volynets H. The Evolution of Visual art Genres in the Weekly «Korrespondent»

Research methodology. *In the course of the study the method of documental sources («Korrespondent» (Correspondent) social and political journal, within 2011–2018) analysis was used, as well as monitoring and comparative method.*

Results. *Visual and graphic complex of printed media has been a subject of scholar researches, but modern journalistic genres, visual ones in particular, undergo significant transformations and modifications. Elaboration of these issues will allow to outline tendencies in typography of modern social and political media. The analysis of the «Korrespondent» social and political journal allowed to reveal the following trends: active use of photo collages on a cover, increasing number of photo portraits and reportage photo, involving of more forms of infographic. In the «Kultura» (Culture) section the weekly journal prints film- and cartoon-based images, film posters; the «Knizhnaia Lavka» (Bookstall) section presents photos of announced books. Sometimes the journal prints studio and art photos (for example, interior, landscape, food photo).*

Novelty. *Following the «Korrespondent» journal content, the article considers modern tendencies of design solutions in the typography of social and politic periodicals. The research analyzed and described visual and graphic journalistic genres, their particularities, specified their quantitative manifestation, functions, etc.*

Practical importance. *The study results can be used for further scholar researches, for student periodicals publication.*

Key words: *printed mass media design, visual and graphic journalistic genres, visual content, photo, drawing (cartoon, caricature), infographic.*