

Научная статья
УДК 070: 74
doi: 10.17223/26188422/13/7

Влияние актуальных трендов медиадизайна на облик и оформление современных российских журналов

Мария Михайловна Иванова

*Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина, Тамбов, Россия,
o-o-maria-o-o@mail.ru*

Аннотация. Статья посвящена анализу степени влияния современных трендов медиадизайна на стиль оформления российских журналов. В качестве материала анализа взяты советский толстый журнал «Юность» и современные издания – журнал «Правила жизни» и проект «Сноб». Особое внимание уделено тенденции возвращения к советским традициям дизайна журнальных изданий и результатам реализации этих идей в контексте современных реалий медиарынка.

Ключевые слова: медиадизайн, журнал, перспективы медиадизайна, визуальный контент, винтаж, функциональность, минимализм, советские журналы

Для цитирования: Иванова М. М. Влияние актуальных трендов медиадизайна на облик и оформление современных российских журналов // Вопросы журналистики. 2023. № 13. С. 111–123. doi: 10.17223/26188422/13/7

Original article
doi: 10.17223/26188422/13/7

The influence of current media design trends on the appearance and design of modern Russian magazines

Maria M. Ivanova

*Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation,
o-o-maria-o-o@mail.ru*

Abstract. The article analyzes the degree of influence of modern media design trends on the design style of Russian magazines. A close and obvious connection between the principles of stylistic design of Soviet-era printed materials and modern media design has been traced for a very long time and has been repeatedly not-

ed by researchers studying this field. With the transition to digital platforms, the emergence of online publications (or online versions of printed publications), this trend has not gone away – it is firmly intertwined with modern media design. The research material was taken from the Soviet thick magazine *Yunost'* – a monthly literary and artistic publication for young people, which still exists; and modern publications – the magazine *Rules of Life* (a project of the Esquire team) and the project *Snob* – a Russian media, which also functions in print and electronic form. After studying the opinions of the leading producers of visual content given in the material of the *Journalist* edition, I identified the main directions of the prospects of media design, on the basis of which I analyzed the applied materials. In my opinion, the reasons for the borrowing of Soviet media design traditions by modern magazines are: interest in the past, “playing” on the prevailing mental attitudes of the audience, implementation of the trend towards functionality and minimalism, formation of the reader’s desired belonging to a certain stratum of society through a circle of interests. The materials reviewed suggest that the hypothesis about the significant and obvious influence of Soviet graphic design traditions on modern domestic media design is correct; moreover, in the current socio-political situation, this phenomenon is becoming even more relevant and, obviously, will only strengthen and grow, so this direction seems very interesting and promising for study.

Keywords: media design, magazine, prospects of media design, visual content, vintage, functionality, minimalism, Soviet magazines

For citation: Ivanova, M. M. (2023) The influence of current media design trends on the appearance and design of modern Russian magazines. *Voprosy zhurnalistiki – Russian Journal of Media Studies*. 13. pp. 111–123. (In Russian). doi: 10.17223/26188422/13/7

Внешний вид, эстетика и стиль печатных изданий определяются множеством факторов – как технических, так и не связанных с прикладной стороной вопроса, редакционной политикой, спецификой тематики журнала и т.д. Немаловажное значение в данном вопросе имеют и актуальные тренды медиадизайна, так или иначе оказывающие влияние на особенности оформления современных российских журналов.

Прежде чем выяснить, как актуальные тренды медиадизайна влияют на облик современных журналов российского рынка, необходимо определиться, что именно мы имеем в виду под термином «медиадизайн». Это относительно новое явление представляет для исследователей живой интерес и интерпретируется по-разному. Так, некоторые из них понимают медиадизайн как «способ взаимодействия, в него входят графический дизайн, веб-дизайн, моушн дизайн, теледизайн. По отношению к телевидению медиадизайн можно охарактеризовать

как зрительную составляющую сообщения, которое рассказывает о своем направлении целевой аудитории и раскрывает свое содержание» [1. С. 376]. Другие ученые говорят о том, что медиадизайн создает «визуальную картину медиатекста в рамках одного канала, портала, издательского дома, издания со всем многообразием его версий – печатной, онлайн- и мобильной» [2. С. 11].

Несмотря на явную многогранность и многокомпонентность природы медиадизайна, которую признают все исследователи, очевидно, что на первое место выходит функция визуализации – важнейшая для любых современных СМИ, независимо от формы существования и формата. Таким образом, отбрасывая «налет» информационных технологий и цифрового поля, мы снова возвращаемся к истокам, а именно традиционному дизайну СМИ, значимость роли которого для издания трудно переоценить. Развитие современных технологий, появление принципиально новых возможностей не только для разработки и воплощения стилового и композиционного решения массмедиа, но и площадок для его размещения, смены формата (с традиционного – печатного – на цифровой), безусловно, позволили более качественно и объемно визуализировать информацию, превратить ее в нечто большее. Однако очевидно и другое – принципы и приемы современного графического оформления полос многих изданий перекликаются с давно канувшим в лету форматом печатных журналов советской эпохи. Как и с какой целью современный медиадизайн мирит инновационные технологии визуализации и классический графический дизайн?

О меняющихся тенденциях медиадизайна стали говорить еще в 2020 г., ставшем переломным моментом в развитии практически всех сфер общественной, политической, социальной жизни страны и мира. В обзоре издания «Журналист» [3], освещающем мнения ведущих производителей визуального контента относительно перспектив медиадизайна, можно выделить несколько основных направлений:

- стремительное прорастание в социальные сети;
- поиск простых технических решений для сложных задач;
- глобальный тренд на функциональность, минимализм;
- возвращение к идеям прошлого.

Остановимся подробнее на двух последних пунктах, которые приобрели особую актуальность в контексте нынешнего положения на российском медийном рынке, когда в условиях вынужденных ограничений издания вынуждены выходить из положения всеми доступны-

ми способами. Поиски выхода из кризиса удачно совпали с очевидным трендом на винтаж в медиадизайне, который и без того ярко прослеживался в последние годы, например в оформлении журнала «Правила жизни» [4]. И до ребрендинга и перемены названия его дизайн имел множество схожих черт с оформлением советского издания «Юность». Напомним, что «Правила жизни» – новый проект команды *Esquire* – «Для умных и разборчивых» [5]. Русскоязычный журнал *Esquire* существовал в России с 2005 г. и пользовался заслуженным авторитетом и среди издателей, и среди читателей. Стилистика и жанровая принадлежность, выбранная тематика и способ подачи материала позволили считать его, по мнению некоторых исследователей, одним из современных интеллектуальных журналов [6, 7]. Русскоязычная версия, будучи калькой с одноименного американского *Esquire*, тем не менее заявила свои права на оригинальность – отечественная версия была качественно адаптирована под читателя, имела свои оригинальные рубрики (например, «Красивая женщина рассказывает анекдот» или «Женщина, которую мы любим») и фактически утратила свою изначально заявленную гендерную принадлежность «мужского издания», что подтверждали и выбор героев, и стиль и тематика контента, и характер рекламируемых товаров.

Советский литературно-художественный иллюстрированный журнал «Юность» выходит с 1955 г. раз в месяц и стал настоящей классикой толстого журнала эпохи страны Советов. Издание отличал стабильный рубрикационный каркас (одни и те же рубрики перетекали из номера в номер, меняя лишь содержание; с течением времени добавлялись новые разделы, но основные сохранялись всегда), обязательная цветная вкладка с репродукциями, узнаваемый фирменный логотип – лицо девушки с волосами в виде ветвей ивы как символа юности; и отличительный журнальный шрифт, переживший СССР и сохранившийся в этом издании (с некоторыми доработками) до сих пор. Титульная гарнитура для «Юности» была создана Отделом новых шрифтов НИИ Полиграфмаша художником Н. В. Азинковым в 1966 г. из так называемого кириллического набора. Еще одна отличительная деталь дизайна «Юности» – небесно-голубой цвет в заголовках и колоннитулах.

Конечно, если сравнить издания 1970-х гг. и экземпляры, вышедшие в перестроечный и постперестроечный период (особенно хорошо это заметно в журналах 1991 г., например, в № 12), мы увидим, что цвет стал более темным и глубоким, но вряд ли это был дизайнерский

ход – качество бумаги сильно ухудшилось, она стала почти газетной, желтой, рыхлой, поэтому и краски на ней смотрелись по-другому. При этом «Юность» являлась иллюстрированным изданием – да, в номерах присутствовало много черно-белых фотографий, и они преобладали над цветными изображениями, но обложка и вкладка всегда оставались цветными, причем иллюстрации были достаточно высокого качества, даже по современным оценкам.

Еще одна фирменная изюминка журнала – вариативность обложек. С высоты сегодняшнего времени и размаха современных технологий такая деталь кажется незначительной, но в советское время позволить себе подобную яркость и оригинальность среди литературно-художественных журналов могла только «Юность». Литературные издания в СССР, к примеру, хрестоматийный «Новый мир», были оформлены предельно лаконично: пестрые иллюстрации не должны были отвлекать читателя от главного – текста. Подобная дизайнерская эклектичность «Юности» объясняется несколькими факторами – целевой аудиторией (период юности приходится на пору от 16–18 до 25–27 лет, и таких читателей нужно было привлекать именно картинкой, им хотелось сочности), жанровой спецификой (журнал был литературно-художественным, т.е. требовались и текст, и иллюстрация, наличие которой предполагала художественная составляющая) и связанным с ней тематическим разнообразием – так, существовали рубрики «Проза», «Поэзия», «Культура и искусство», «Зеленый портфель», «Критика», «Почта “Юности”».

Если просмотреть годовую подборку, например, за тот же 1991 г., то можно убедиться, что ни одна обложка не повторяется. Так, № 11 украшает репродукция картины московского художника В. Шульженко «Экзотический натюрморт на Коровинском шоссе» (рис. 1); № 12 – работа Г. Кусочкина «Демократия уже не девочка...» (рис. 2); № 4 – сцена распятия из фрески капеллы Скровеньи Джотто ди Бондоне (рис. 3); № 7 – «Брачная комната в цветке» из триптиха «Сад наслаждений» И. Босха (рис. 4).

Таким образом, с точки зрения дизайнерского исполнения журнал «Юность» советского периода, несомненно, обладал фирменным стилем (узнаваемый шрифт, эмблема, цвета – один из них голубой), вариативностью обложек (они никогда не повторялись из номера в номер) и эклектичностью оформления (типичные для того времени черно-белые иллюстрации соседствовали с качественными цветными репродукциями).

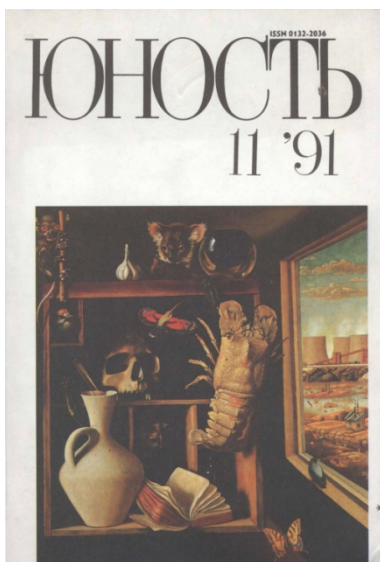


Рис. 1. Репродукция картины московского художника В. Шульженко «Экзотический натюрморт на Коровинском шоссе» на обложке «Юности» (1991. № 11)



Рис. 2. Работа Г. Кусочкина «Демократия уже не девочка...» на обложке «Юности» (1991. № 12)

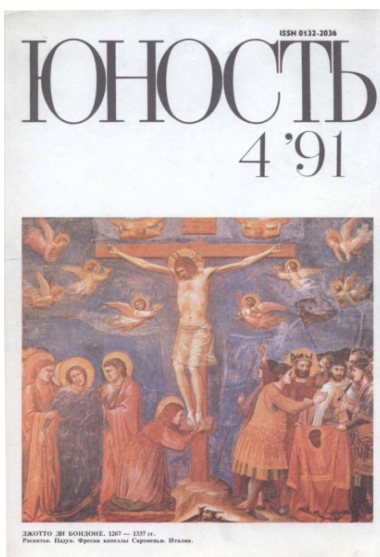


Рис. 3. Сцена распятия из фрески капеллы Скровеньи Джотто ди Бондоне на обложке «Юности» (1991. № 4)

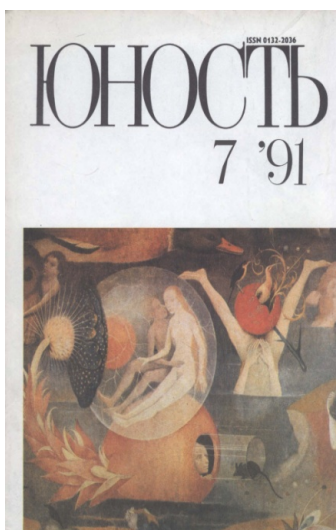


Рис. 4. «Брачная комната в цветке» из триптиха «Сад наслаждений» И. Босха (Юность. 1991. № 7)

Обратимся к журналу «Правила жизни» и попробуем проследить его связь с советской «Юностью». Конечно, все дизайнерские идеи, свежие и неординарные для советского периода, для современной печатной индустрии не новы – эклектичность, вариативные обложки, фирменный стиль и т.д. наблюдаются на рынке повсеместно. Но при пристальном рассмотрении электронной версии журнала «Правила жизни» прослеживается очевидная переключка с «Юностью». Так, там присутствует узнаваемый небесно-голубой цвет, символизирующий легкость, чистоту, спокойствие, и находится он на том же месте, что и в «Юности» – в заголовках и колонтитулах.

Еще одна общая деталь – шрифт (разработчик В. Голыженков): в «Правилах жизни» он отличается «неидеальностью и невыверенностью в привычном понимании», «используется много букв с усеченными элементами», также добавляющими «нотки неидеальности» [8]. Эта «неидеальность» свойственна для рукописного текста, переносом которого на печать и является кириллический шрифт, используемый в вариативном исполнении для «Юности». Первый номер обновленной версии *Esquire* под заголовком «Правила жизни» (рис. 5) в печатной и электронной версии вышел с рисованной иллюстрацией на обложке, делающей ее очень похожей на обложку экземпляра «Юности» № 4 от 1988 г. (автор иллюстрации – Г. Мурышкина) (рис. 6).



Рис. 5. Первый номер обновленной версии *Esquire* под заголовком «Правила жизни»

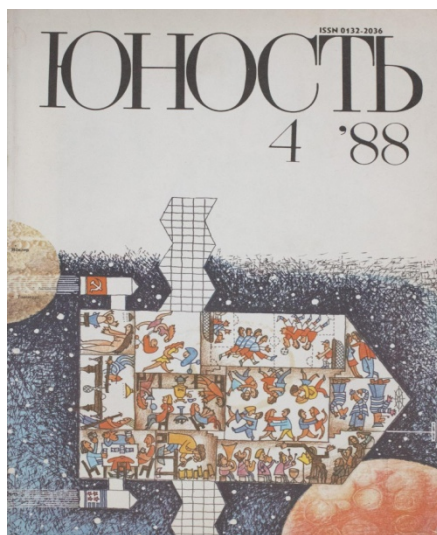


Рис. 6. Обложка 4-го номера «Юности» за 1988 г.

По словам Н. Добинной, арт-директора издания «Правила жизни», «визуальный язык чуть сместился в сторону искусства», «хотелось, чтобы в журнале было больше жизни и движения, очень хотелось какой-то неровности и даже нестабильности», ведь это «помогает показать, что журнал делают живые люди», «не завод, не станок» [8]. Не того же ли хотели художники-оформители «Юности», делавшие каждый номер квинтэссенцией мысли человеческого гения в ее визуальном отражении? Такие временные переключки лишь подчеркивают дизайнерскую преемственность в отечественной прессе, сегодня существующей еще и на цифровых платформах.

Причин подобного вольного или невольного продолжения советских традиций оформления журналов, на наш взгляд, несколько:

1. Интерес к прошлому – ретроностальгия в последние несколько лет захватывает все больше областей культуры: мы можем наблюдать всплеск интереса к советскому литературному наследию, огромный интерес, в том числе и у молодого поколения, к событиям, случившимся в эпоху СССР. Подтверждением тому служит, например, большое количество фильмов и сериалов отечественного производства, рассказывающих о Чернобыльской катастрофе, первом совет-

ском маньяке Чикатило, вспышке ВИЧ-эпидемии в стране Советов и т.д. Очевидно, что на подобном медийном фоне медиадизайн как чутко реагирующая на настроения целевой аудитории индустрия не может оставаться в стороне.

2. Сложившиеся ментальные установки – историческая память о том, что во времена СССР качеству любого продукта, в том числе медийного, духовного, уделялось намного больше внимания, очень сильна, и у молодых людей тоже. Таким образом, издания, оформленные в подобном стиле, вызывают больше доверия, в том числе и на психологическом уровне.

3. Реализация глобального тренда на функциональность, минимализм – в свете вынужденных экономических и сырьевых ограничений большинству печатных изданий пришлось отказаться от полноцветной печати, дорогой бумаги. Они как бы вновь перенесли в советское время, когда изданиям приходилось существовать в условиях дефицита и слабой технической базы. Конечно, сегодня ситуация складывается в разы лучше, однако очевидно, что полиграфическому сектору потребуется некоторое количество времени на перестройку работы в условиях импортозамещения (не только материалов, оборудования, но и программного обеспечения). Поэтому актуальная для медиадизайна тенденция минимализма здесь пришлась как нельзя кстати.

4. Создание эффекта «интеллектуального чтения» – еще один важный компонент формирующегося пазла. Современный человек не просто пребывает в цифровой среде – он проводит в ней примерно треть суток, т.е. фактически проживает вторую полноценную интернет-жизнь [9]. В это пространство перекочевало и чтение – и как учебная либо рабочая необходимость, и как форма проведения досуга. Подобная ситуация складывается на фоне колоссального информационного потока, обрушивающегося на современного читателя, вынужденного самостоятельно его фильтровать (в отличие, например, от советского читателя, у которого эту роль отбирали официальные органы власти, разработавшие и внедрившие четкую и многоступенчатую классификацию изданий по множеству признаков – от гендерной принадлежности и возраста до профессии: детские, юношеские, женские журналы, издания для пчеловодов, врачей, учителей и т.д.).

Согласно сложившемуся и хорошо прижившемуся в общественном сознании стереотипу (в том числе и благодаря школьной про-

грамме), советские толстые издания ассоциируются с классическими фундаментальными знаниями, т.е. с достоверной и проверенной информацией. Кроме того, образы интеллектуалов в советском кинематографе предполагают обязательное чтение прессы, в том числе толстых журналов. Интерес к фильмам подобной категории возрастает с каждым годом (этому способствует и актуальная сетка ТВ, где обязательно находится место кинокартинам этой эпохи, и социальные сети, в которых есть тематические группы, расхожие мемы, короткие видео с нарезками на актуальную повестку дня и т.д.) Таким образом, у людей, которые никогда не жили в ту эпоху, ее атрибуты, в том числе печатные издания, невольно ассоциируются с чем-то надежным, фундаментальным, положительным, правдивым. Современные издания, перенимая элементы графического дизайна той эпохи, создают удивительный эффект игры на общественных стереотипах, позволяющий им позиционировать практически любую информацию в выгодном и привлекательном свете. Кроме того, у читателя такого контента создается впечатление причастности к определенной прослойке общества – современной интеллигенции, что существенно не только для самоутверждения, но и для самопрезентации в цифровом пространстве (например, подписка на аккаунты издания в социальных сетях; репост материалов на своей странице либо в своем аккаунте и т.д.).

Таким образом, влияние советских трендов оформления на современный медиадизайн очевидно. Подобное явление способствует формированию у целевой аудитории положительного образа издания, усилению его привлекательности, авторитетности в глазах читателя.

Список источников

1. Жаркевич В. С., Манецкая К. А. Медиадизайн как новая форма дизайна // Актуальные проблемы гуманитарного образования : материалы VII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 22–23 окт. 2020 г. Минск : БГУ, 2020. С. 376–384.
2. Волкова В. В. Специфика медиадизайна // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». 2014. № 4. С. 5–21.
3. Проливаем свет на digital-дизайн для СМИ // Журналист. 2020. 11 авг. URL: <https://jrnlst.ru/2020/08/11/5329/>
4. Правила жизни. URL: <https://www.pravilamag.ru>
5. Правила жизни. Для умных и разборчивых. URL: <https://www.imedia.ru/brands/pravilamag/>

6. Зверева Е. А. Современные российские журналы: теория и практика функционирования : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Воронеж, 2017. 35 с.

7. Гордеева М. М. Особенности современных интеллектуальных журналов: проблематика и типология : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Воронеж, 2020. 24 с.

8. Первый номер журнала «Правила жизни»: как создавался новый проект команды бывшего Esquire. URL: <https://www.pravilamag.ru/articles/678690-making-of-kak-sozdavalsya-pervyy-nomer-zhurnala-pravila-zhizni/>

9. Чуть меньше сна: сколько времени россияне сидят в интернете // Газета.ру. 2020. 12 февр. URL: https://www.gazeta.ru/tech/2020/02/12/12956929/we_are_social.shtml

References

1. Zharkevich, V.S. & Manetskaya, K.A. (2020) [Media design as a new form of design]. *Aktual'nye problemy gumanitarnogo obrazovaniya* [Topical issues of humanitarian education]. Proceedings of the VII International Conference. Minsk. 22–23 Oct. 2020. Minsk: BSU. pp. 376–384. (In Russian).

2. Volkova, V.V. (2014) Spetsifika mediadizayna [Specifics of media design]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika*. 4. pp. 5–21.

3. Zhurnalist. (2020) Prolivaem svet na digital-dizayn dlya SMI [Shedding light on digital design for the media]. 11 Aug. [Online] Available from: <https://jrnlst.ru/2020/08/11/5329/>

4. *Pravila zhizni* [Rules of life]. [Online] Available from: <https://www.pravilamag.ru>

5. Imedia.ru. (n.d.) *Pravila zhizni. Dlya umnykh i razborchivyykh* [Rules of life. For the smart and the picky]. [Online] Available from: <https://www.imedia.ru/brands/pravilamag/>

6. Zvereva, E.A. (2017) *Sovremennye rossiyskie zhurnaly: teoriya i praktika funktsionirovaniya* [Contemporary Russian magazines: theory and practice of functioning]. Abstract of Philology Dr. Diss. Voronezh.

7. Gordeeva, M.M. (2020) *Osobennosti sovremennykh intellektual'nykh zhurnalov: problematika i tipologiya* [Features of modern intellectual magazines: issues and typology]. Abstract of Philology Cand. Diss. Voronezh.

8. Pravilamag.ru. (2022) *Pervyy nomer zhurnala "Pravila zhizni": kak sozdavalsya novyy proekt komandy byvshego Esquire* [The first issue of the magazine "Rules of Life": how the new project of the former Esquire team was created]. [Online] Available from: <https://www.pravilamag.ru/articles/678690-making-of-kak-sozdavalsya-pervyy-nomer-zhurnala-pravila-zhizni/>

9. Gazeta.ru. (2020) *Chut' men'she sna: skol'ko vremeni rossiyanе sidyat v internete* [A little less sleep: how much time Russians spend on the Internet]. 12 Feb.

[Online] Available from: https://www.gazeta.ru/tech/2020/02/12/12956929/we_are_social.shtml

Информация об авторе:

Иванова М. М. – канд. филол. наук, ст. преподаватель кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тамбовского государственного университета им. Г. Р. Державина. E-mail: o-o-maria-o-o@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

M. M. Ivanova, Cand. Sci (Philology), senior lecturer, Derzhavin Tambov State University (Tambov, Russian Federation). E-mail: o-o-maria-o-o@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 22.05.2023;
одобрена после рецензирования 30.05.2023; принята к публикации 10.06.2023.*

*The article was submitted 22.05.2023;
approved after reviewing 30.05.2023; accepted for publication 10.06.2023.*