

**СЕКЦІЯ 8.**  
**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ**  
**ТА РЕДАГУВАННЯ**

**DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-275-6-20>**

**Філенко В. К.,**  
*студентка 4 курсу групи 061-жс-416*  
*Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*  
**Науковий керівник: Юксель Г. З.,**  
*кандидат філологічних наук, доцент,*  
*доцент кафедри слов'янської філології та журналістики*  
*Навчально-наукового інституту філології та журналістики*  
*Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

**ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ**  
**УКРАЇНСЬКИХ ЧОЛОВІЧИХ ТА ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ**

Сучасному суспільству характерний швидкий і динамічний розвиток. Світ стає перенасиченим інформацією, а тому люди починають втомлюватися від звичайних, стандартних дизайнів журналів. Яскраві кольори, незвичайні обкладинки, нові принципи верстки та композиційні рішення – те, що привертає увагу потенційного споживача та змусить його обрати лише одне видання з-поміж інших. Журнали для жінок і чоловіків займають лідируючі позиції серед пізнавальної, розважальної преси, а тому і часто стають об'єктом наукових досліджень. Дослідження еволюції дизайну гендерно маркованої періодики в Україні, порівняння її із зарубіжною надає розуміння того, як змінювалися основні тенденції в оформленні українських видань.

Українська жіноча періодика під час усього свого існування вдавалася до суттєвих змін концепції діяльності цього виду преси. Ставлячи собі за мету здобуття більшої популярності серед цільової аудиторії, жіночі журнали шукали нові засоби і методи подання інформації, яка була б цікава саме жінкам.

На відміну від жіночої періодики, яка була звичайним явищем для українського суспільства ХХ століття, чоловічі журнали до 1990-х рр. були явищем екзотичним і невивченим. Журнали для чоловіків почали з'являтися на українському ринку як наслідок привернення уваги західних видавців до ще незаповненої ніші у загальній системі ЗМІ країни.

Одним із найпопулярніших жіночих видань ХІХ століття був перший український журнал мод «Вісник мод паризьких» («Dziennik mod Paryskich»), який публікувався у 1840-1849 рр., польською мовою двічі на місяць. Спочатку він складався з чотирьох, а потім восьми чорно-білих сторінок. Кожне видання супроводжувалася яскравими кольоровими вирізками з малюнками суконь та костюмів відомих тогочасних дизайнерів, а також викройками різних вбрань, які розташовувалися на окремих сторінках. Дизайн журналу був типовим для тогочасної західноукраїнської періодики: сторінки склалися лише із тексту, розташованого у вигляді двох колонок.

Пізніше на противагу двоколонному розташуванню тексту часто західноукраїнські видання вдавалися до іншого оформлення, розміщуючи матеріали на всю ширину сторінки в одну колонку. Журнали «Мета» (1908-1918 рр.) та «Перший вінок» (1887-1902 рр.) публікували на своїх сторінках лише «сухий» текст, інколи вдаючись до такого графічного елементу, як лінія. Такий дизайн хоча і спрощував орієнтування читача по сторінкам, проте через таке розташування тексту збільшувалася кількість сторінок, і як наслідок видання ставало більше схожим на книгу, аніж на журнал. Їхні обкладинки відповідали тодішнім тенденціям в оформленні преси: вони склалися лише із тексту, різних шрифтів та розмірів.

Обкладинки журналу «Нова хата» (1925-1939 рр.) стали справжнім фурором серед жіночої періодики того часу. Вони створювалися у популярному тоді для України стилі «ар-деко», якому були характерні сувора закономірність, сміливі геометричні елементи, етнічні закономірні візерунки, строкаті орнаменти та відсутність яскравих кольорів. Перша сторінка журналу «Нова хата» своєю яскравістю та самобутністю постійно привертала до себе увагу читача, вирізняла це видання серед усіх інших. Проаналізувавши архіви обкладинок журналу, можна дійти висновку, що на перших сторінках «Нової хати» переважали зображення жінки у різних ракурсах та малюнки природи (зокрема квітів). Відтінки обкладинок відігравали найважливіше

значення для журналу для вироблення його оригінального та неповторного стилю, який із часом став впізнаваним для аудиторії.

Період 1990-х рр. – початку 2010-х років характеризується стрімким становленням і поширенням глянцевих жіночих журналів. Лише за останні декілька десятиліть українська жіноча періодика змогла здобути найбільш кардинальні зміни, яких не було за весь час її існування. Сьогодні дизайнери жіночих глянцевих видань вдаються до незвичних експериментальних рішень, ставлячи за мету догодити сучасній покупчині, яка втомилася від одноманітних видань. У цей період з'являються принципово нові журнали для жінок, яким характерні не лише зміни у тематиці та специфіці матеріалів, але і у дизайні також. Тепер усі журнальні видання кольорові та мають глянцеvu поверхню.

Для сучасних жіночих журналів найбільш характерною ознакою є значне переважання кількості ілюстративного матеріалу над текстовим. Якщо раніше текст був найважливішою частиною видання і зображення розміщувалися як додаткові, другорядні елементи, то сьогодні ситуація склалася навпаки. Фотографії жінок, чоловіків, тварин, косметики, модного одягу стають центральними елементами сторінки, які і формують композицію усього видання.

Першим українським журналом для чоловіків вважається видання «Один з нас». Це перший в Україні журнал, який висвітлює тематику гей-спільноти та ЛГБТ-ком'юніті загалом. «Один з нас» (виходить з 1996 року) вважається одним із найтриваліших проєктів для чоловіків в Україні. Перший номер цього видання побачив світ у 1996 році, коли журнал, зазнавши певні зміни у специфіці та тематиці своєї матеріалів і дизайну, публікується і досі. Розглянемо на його прикладі особливості дизайну чоловічих журналів раніше та сьогодні.

Журнал «Один з нас» майже з самого початку своєї діяльності обрав доволі провокативний і екстравагантний шлях привернення уваги чоловічої аудиторії. На його сторінках можна побачити багато яскравих, еротичних і епатажних фотографій чоловіків і жінок. Видання поставило собі за мету трохи «згладити кути» та залишити собі сенсаційність і незвичність, проте не вульгарність. Допомогло йому у цьому застосування влучних і доречних кольорів. У своєму дизайні видання вдається до спокійних, холодних кольорів і застосовує такий метод композиції як «контраст» (обрані відтінки є неочікуваними та незвичними для заголовків та тематики матеріалів). Проте так було не завжди. Перші роки 10 журнал публікував на своїх сторінках не

лише сенсаційні зображення, але і використовував яскраві, «вирви око» кольори. У виданні переважали червоні, рожеві та зелені відтінки, які з психологічного боку впливу на людину часто є агресивними, збуджувальними та стимулюючими нервову систему. «Один з нас» тоді ставив за мету швидке та емоційне привернення уваги читача до видання, проте таку стратегію не можна назвати виграшною. Журнал має захоплювати увагу ексклюзивними заголовками, яскравими фотографіями, незвичайними композиційними рішеннями, у той час як просто провокаційні кольори привертають увагу читача на зовсім короткий час, а потім так само швидко забуваються.

Дизайн обкладинки журналу був типовим для тогочасних журнальних видань: центром композиції є чоловік, навколо якого знаходилися назви розділів і статей, зверху розміщувався логотип. Характерною рисою першої сторінки були застосовані кольори. Вони були яскравими, коли часто на обкладинці могли з'являтися десятки відтінків «вирви око», які не поєднувалися між собою та погано сприймалися людським оком, і як наслідок створювали негармонійну композицію видання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Цимбалюк О., Маковецька Н. Становлення і розвиток журналів мод в Західній Україні (2-ї пол. XIX – 1-ї третини XX ст.). *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2011. № 7. С. 30-35. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&S21P03=FILEA=&S21STR=had\\_2011\\_7\\_10](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILEA=&S21STR=had_2011_7_10) (дата звернення 01.11.2022).
2. Rosnowska J. Twórcy "Dziennika Mód Paryskich". *Rocznik Historii Czasopiśmiennictwa Polskiego*. № 6 (2). С. 61-91. URL: [https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Rocznik\\_Historii\\_Czasopismienictwa\\_Polskiego/Rocznik\\_Historii\\_Czasopismienictwa\\_Polskiego-r1967-t6-n2/Rocznik\\_Historii\\_Czasopismienictwa\\_Polskiego-r1967-t6-n2-s61-91/Rocznik\\_Historii\\_Czasopismienictwa\\_Polskiego-r1967-t6-n2-s61-91.pdf](https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Rocznik_Historii_Czasopismienictwa_Polskiego/Rocznik_Historii_Czasopismienictwa_Polskiego-r1967-t6-n2/Rocznik_Historii_Czasopismienictwa_Polskiego-r1967-t6-n2-s61-91/Rocznik_Historii_Czasopismienictwa_Polskiego-r1967-t6-n2-s61-91.pdf) (дата звернення 30.10.2022)