

УДК 655.262 (073)

Е. В. Ходаренок

Науч. рук. ст. препод. Е. Н. Богданович

(кафедра редакционно-издательских технологий, БГТУ)

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕГО И ВНУТРЕННЕГО ДИЗАЙНА ИЗДАНИЙ, ОСВЕЩАЮЩИХ НЕДЕЛИ МОД

Актуальность работы обусловлена популярностью выпуска специальных изданий (буклетов, журналов и др.), приуроченных мероприятиям и событиям, так как в последнее время особо популярны и востребованы тематические выставки, показы, ярмарки. Один из самых стремительно развивающихся сегментов нашей страны – мода. С одной стороны кажется, что мода никак не пересекается с полиграфией, однако полиграфия сопровождает нас на каждом шагу и сфера моды не исключение.

В работе показаны особенности внешнего и внутреннего строения и дизайна специальных изданий, которые выпускаются ежесезонно (раз в полгода), на примере изданий России, Англии и Беларуси.

Цель работы – изучить особенности внешнего и внутреннего дизайна изданий о моде из разных стран, найти отличия между изданиями, имеющие одинаковое функциональное назначение, но разную структуру, выявить их влияние на читателей.

Цель работы обусловила решение следующих задач:

- 1) выявить роль изданий, освещающих Недели мод;
- 2) рассмотреть особенности структуры и дизайна таких изданий;
- 3) выявить положительное и отрицательное влияние композиции и рекламы в изданиях на восприятие потенциальными читателями;
- 4) разработка концепции специального издания, освещающего Неделю Моды в Беларуси.

Объект работы – журналы, буклеты Недель мод России, Англии и Беларуси.

Предмет работы – анализ и выявление путей улучшения качества отечественных изданий.

Методы исследования: функциональный; сравнительно-аналитический; социологический (анкетирование).

Результаты исследования. В ходе работы проанализирована отечественная и зарубежная издательская продукция на предмет восприятия «модного» издания. В результате выявлено, что отечественная продукция привлекает внимания куда меньше, чем ее зарубежные аналоги, так как зарубежные издания более информативны и привлекательны

(обложки дизайнерами выполнены более грамотно, содержание интересное, вся информация легко воспринимается). Следовательно, чтобы показать ориентир работы над изданиями, освещающих Недели Мод, далее рассмотрим, в основном, примеры зарубежной издательской продукции. В ходе работы было исследовано около 10 изданий, освещающих Недели Моды Польши, Германии, Китая, Сербии, Украины, России, Англии и др., но для более подробного исследования были выбраны только три, так как выбранные издания сильно отличаются друг от друга, но имеют одинаковые задачи. Одной из главных задач подобной издательской продукции – размещение рекламных модулей партнеров, дизайнеров и размещение общей информации о проекте.

Во всех трех изданиях эта информация донесена по-разному. Остается неизменным лишь размещения рекламных модулей в виде полосных иллюстраций. Информация о дизайнерах преподносится в виде расписания недели MBFWR, полосные иллюстрации (модули) в белорусском издании, в Лондоне эта информация выглядит как словарь с алфавитным указателем, который включает в себя контакты дизайнеров.

Рассмотрим каждое издание в отдельности.

Анализ издания «London Fashion Week». Дизайн издания очень лаконичен. Первое, что привлекает внимание – обложка издания, которая оформлена графическими линиями, придающие обложке динамичность (это подчеркнуто особым переходом линии от полупрозрачности к четкости). В издании не используются сложные шрифты, подложки, а также сложные конструкции расположения текста. Хорошо просматривается целостное оформление издания. Во всем издании главная роль в оформлении отведена разделительным линиям, которые используются практически на всех страницах данного издания. Отметим, что издание имеет шмуцтитулы, что не особо характерно для подобного вида изданий. Книга называется «Little Black Book» («Маленькая черная книжка») – название вдохновлено «маленьким черным платьем», которое придумала Коко Шанель в 1926 году в память о погибшем возлюбленном – возможно, что это послужило своеобразной данью памяти этому уникальному наряду. Исходя из названия, обложка издания выполнена в черном цвете.

Если рассматривать содержание издания, то одной из примечательных деталей является наличие схемы расположения павильона. На этой схеме видно в какой части павильона Недели Моды в Лондоне находятся соответствующие объекты: шоу-румы, выставки, стенды и т. д. В издании имеется карта заведений Лондона. Это связа-

но не только с тем, что Лондонская Неделя Моды – очень большое модное мероприятие мирового масштаба, которое занимает большую часть города, но и, конечно, с тем, что у такого большого проекта прекрасное финансирование. Благодаря этому у руководителей Недели Моды в Лондоне есть возможность выпускать подобное, дорогостоящее издание, для разработки которого приглашается специальный дизайнер (его имя находится на обложке издания Nicholas Kirkwood).

Анализ журнала «Mercedes-Benz Fashion Week Russia». Издание, выпущенное организаторами Российской Недели Моды имеет подложки, ярко выраженные цитаты, которые выделены желтым (они привлекают внимание и сразу же «бросаются в глаза»). Шрифты более замысловатые и из-за всего этого издание кажется немного перегруженным, но так как это «модное» издание, то здесь это пропустительно. Но для восприятия все же необходимо издание «разгрузить», например, убрав подложки. Издание Российской Недели Моды имеет значительное количество рекламных модулей, что, как уже говорилось раньше, характерно для стран СНГ. Особое внимание в издании уделено обложке. Это гляцевый журнал, с присвоенным ему названием «Street style», где логично смотрится street style фотография юной девушки, которая является центром всей композиции. Одной из особенностей обложки является цветовые акценты, которые выражены желтыми линиями, прорисовывающие детали образа. Этот акцент является ключевым, так как сама по себе фотография черно-белая, из-за этого желтые акценты выглядят уместно и именно они подчеркивают стиль издания. Весь эффект обложки усиливается вдвойне благодаря способу печати обложки – высокая печать. В содержании помимо рекламных модулей издание имеет статьи, интервью, вступительные слова от организатора Российской Недели Моды Александра Шумского, а также расписание Недели Моды и большое количество полосных иллюстраций. Если брать содержание издания за главный сравнительный фактор, то издание MBFWR – лучшее.

Анализ издания Belarus Fashion Week. Отечественное издание значительно уступает его зарубежным аналогам. Во-первых, оно выполнено в виде небольшого буклета и в конечном счете он не несет в себе никакой полезной информации. В его содержании – рекламные модули, афиши конкурсов, которые проходят в рамках BFW. модули новых коллекций дизайнеров. Все это разделено на рубрики, графически выраженные розовой закладкой по правой стороне буклета. Конечно, все это связано с недостатком финансирования. Поэтому, если учиты-

вать этот фактор, то белорусское издание выполнено вполне качественно. Несмотря на различия и сходства этих трех изданий, каждый из них имеет свою целевую аудиторию – посетители недели моды.

В рамках проведенной работы, проводился опрос: «Какой из журналов-буклетов более стильный и привлекательный?». Опрос проводился среди аудитории, посещающей показы Недели Моды в Беларуси. Это профессионалы модной индустрии, редактора глянце-вых журналов, байеры, блогеры, журналисты и просто любители моды. В ходе опроса было выявлено, что самая привлекательная обложка у журнала MBFWR (она яркая, глянцевая, у журнала большой формат – издание оправдывает все ожидания и воплощает в себе весь «глянец», который ассоциируется у людей с Неделями Моды), по содержанию и внутреннему оформлению опрашиваемых привлекло Лондонское издание (книга включает в себя большое количество информации о дизайнерах, схему павильона, карта заведений города – все это полезно читателю), а по размеру – белорусское (благодаря своему маленькому формату, издание удобно в использовании).

Для того чтобы **улучшить отечественное издание**, специально выпускаемое к Неделе Моды в Беларуси, мной была разработана собственная концепция издания: улучшая качество, удешевить стоимость выпуска издания.

Во-первых, качество бумаги важно для таких изданий. Это может быть глянец или матовая бумага – главная задача остаться стильным и не перейти грань в оформлении, чтобы издание оставалось читабельным. На мой взгляд, есть возможность сменить бумагу, на которой производится печать. Вместо глянцевой использовать более дешевый вариант, который ни в коем случае не ухудшит качество восприятия издания.

Во-вторых, из-за удешевления печати, появится возможность публиковать большее количество материалов. Например, можно публиковать модули о дизайнерах, в которых будут представлены пресс-релизы их новых коллекций, информация о конкурсах, которые проходят в рамках Belarus Fashion Week.

В издании сохранится возможность размещения рекламных модулей, например, рекламные модули партнеров Недели Моды. Так как благодаря размещению рекламы партнеров, у организаторов появляется возможность выпускать данный буклет.

Если позволят финансовые возможности, то также возможно добавление рубрики «модные тенденции», что будет крайне актуально в подобном виде издания. Одной из важнейших составляющих изда-

ния – приветственная статья от руководителя ВФВ, Янины Гончаровой, которую можно внедрить в улучшенную версию издания.

Выводы. Белорусская Неделя Моды находится только в начале пути своего развития. Ее масштабы не сравнимы с масштабами Недель Мод Англии, Италии, Франции, соответственно, печатная продукция, которая будет приурочена новому сезону Недели Моды не будет требовать размещения карты города, схем площадки и перечень заведений Минска. Следовательно, учитывая все это можно предложить следующую **концепцию улучшенной версии издания:**

1. Содержание издания будет знакомить читателя с белорусской модой и, в частности, с белорусскими дизайнерами, модными тенденциями и деятельностью Belarus Fashion Week, тем самым формировать положительное мнения среди потребителей об отечественных дизайнерах и о деятельности Belarus Fashion Week.

2. Формат издания: 220 x 280. Использование бумаги Multi art silk 200 г/м² для обложки, а Galerie fine silk 80 г/м² – для блока. Обложка улучшенного издания должна быть яркой, иметь цветовые акценты.

3. Рекламные модули не должны иметь вид лишь полосных иллюстраций. Для того чтобы взгляд читателя остановился именно на нужной странице издания, а не пролистал ее не обратив внимание на очередную иллюстрацию, следует грамотно оформить подобные станицы.

Современный пресс-дизайнер «модного» издания – это, прежде всего, человек высокой визуальной культуры, представляющий и последовательно придерживающийся принципов оформления специальных модных изданий. Владея приемами макетирования и верстки, следуя установленным правилам и в то же время импровизируя, а также имея чувство стиля, дизайнер реализует функции оформления в целом. Основная задача, стоящая перед ним, соблюдая традиции и современные тенденции оформления подобных, «модных» изданий найти простой, разумный и в то же время, неформальный способ расположения материалов.