

## ДИЗАЙН ДИТЯЧОГО ФЕШН-ЖУРНАЛУ «PODIUM KIDS» ЯК ЗАСІБ АТРАКЦІЇ

*Романюк Н.В., доцент, кафедра видавничої справи та редагування, ЗНУ*  
*Павлова О.Ю., кафедра видавничої справи та редагування, ЗНУ*

**Анотація.** У роботі досліджено особливості дизайну глянцевого дитячого журналу «Podium kids» як інструменту атракції. Проаналізовано теоретичні основи понять «дизайн», «атракція», «засоби атракції», «фешн», а також їхнє місце у видавничій справі. Охарактеризовано текстові, декоративні й зображальні засоби як елементи візуальної та вербальної атракції.

**Ключові слова:** ЖУРНАЛ, ДИЗАЙН, ОФОРМЛЕННЯ, ДИТЯЧЕ ВИДАННЯ, ФЕШН-ПЕРІОДИКА.

Метою дослідження є виявлення особливостей дизайну дитячого фешн-журналу «Podium kids» як засобу атракції.

Дизайн друкованих видань досліджували такі дослідники, як Т. Крайнікова, І. Крупський, М. Тимошик, В. Шевченко. Так, В. Шевченко зазначає, що «від характеристик елементів дизайну: колір (відтінок, насиченість), яскравість (світлий чи темний), лінія (пряма, похила, товста, тонка, переривчаста), форма (прямокутник, трикутник, лінія, коло, трапеція, зірка), силует, фігура, текстура, простір (відстань між об'єктами) походить саме функціональність періодичних видань» [2, с. 315].

Елементи журнального дизайну класифікуються за кількома ознаками: декоративні прикрашають та оздоблюють видання, зображальні охоплюють усі види ілюстрацій, пробільні відповідають за вдале розміщення та розподіл об'єктів на сторінці, шрифтові визначають характер тексту через особливості шрифтів та їхнє оформлення.

Слово «fashion» походить від французького терміна «fasaon» і спочатку використовувалося в англійській мові у значенні «фасон одягу». Пізніше, з XVII століття, воно набуло нової конотації – «мода» через швидку зміну фасонів. Зафіксоване перше згадування цього поняття в 1602 році в Оксфордському словнику свідчить про його довгу історію використання [1, с. 7].

«Атракція» у довідковій літературі розглядається як поняття, що вказує на появу привабливості між людьми та виникнення специфічного емоційного ставлення від неприязні до симпатії та навіть кохання [4, ст. 64]. У сучасній періодиці – це привернення уваги читача до видання загалом або до певної його частини шляхом застосування на сторінках шрифтових засобів, малюнків, ілюстрацій. Засоби атракції поділяються за типом сприйняття на візуальні, вербальні та звукові. Оскільки наше дослідження стосується саме друкованої видавничої продукції, то основна увага приділяється візуальним і вербальним засобам привернення уваги, серед яких виділяємо шрифтове (різні гарнітури та накреслення) й нешрифтове (фотографії, ілюстрації, кольори, контраст) оформлення [5, ст. 6].

Журнал «Podium Kids» – це українське глянцеве видання, присвячене дитячій моді, стилю та lifestyle. Зосереджує увагу на сучасних трендах у дитячій моді, пропонуючи актуальні рекомендації для повсякденних і святкових образів. Завдяки

активному використанню мультимедійного контенту, «Podium Kids» став прикладом кросмедійного журналу, що не тільки друкується, а й підтримує інтерактивний зв'язок з читачами через інтернет-платформи та соціальні мережі, де регулярно публікує фотографії, модні поради та анонси подій для своєї аудиторії. Відомий своїм стильним і сучасним дизайном, який відображає естетику та різноманітність світу моди.

Формат видання має розмір 210 мм x 280 мм. Обсяг залежить від випуску, це приблизно 90-100 сторінок.

На обкладинці – фірмова назва із шрифтовою композицією: «PODIUM» – Didot 120 пунктів, «KIDS» – 36 пунктів. Слоган оформлений шрифтом Arial Black (без засічок), 36 пунктів, капітелом та зі збільшеним міжлітерним інтервалом, що забезпечує візуальну легкість. Активно використовують постійні кольорові рішення: назва видання подана червоним кольором, слоган оформлений у двох кольорах: перша частина тексту червона, а друга – біла. Такий контраст одразу привертає увагу (рис. 1).



Рисунок 1 – Дизайн обкладинки журналу

Заголовки виконані класичним шрифтом із засічками, гарнітурою Didot. Завдяки великому кеглю (орієнтовно 42-48 пунктів) домінують на сторінці. Кожен тематичний блок має власний підзаголовок, який виконує роль змістовного орієнтиру. Шрифт тут також із засічками, класичного типу – Garamond, напівжирного накреслення. Кегль становить 18 пунктів. Як засіб виділення застосовує жирне й курсивне накреслення для заголовків, підзаголовків або інших важливих елементів. Для основного тексту використано шрифт без зарубок, ймовірно гарнітура гротеск, подібна до Calibri.

Окремо зауважимо на оформленні буквиці: виконана жирним накресленням шрифтом із засічками, що додає журналу класичності та візуальної ваги. Вона досить

велика – від 4 і до 6 рядків основного тексту. Такий підхід допомагає не лише структурувати текст, а й підсилює загальну графічну культуру видання.

Застосовується розбиття тексту на дві колонки, і це дуже вдале рішення, адже такий підхід забезпечує зручне візуальне сприйняття матеріалу (рис. 2).



Рисунок 2 – Оформлення сторінки основного тексту

Підписи до фотографій теж мають особливе оформлення і вирізняються використанням різних кольорів: білого, рожевого, жовтого, коричневого та блакитного. Кожен із них узгоджений з оформленням конкретної шпальти та логікою дизайну, що свідчить про ретельно продуману візуальну концепцію. Це не лише оживляє сторінки, а й допомагає краще структурувати інформацію, виділяти контекстні акценти. Попри використання кількох відтінків, сторінки журналу не перевантажені кольором.

Щодо декоративних елементів, то тут поруч із традиційними лініями використані і візуальні об'єкти – іконки соціальних мереж, QR-коди для сканування, які інтегрують друковане видання з цифровим простором. Особливу увагу приділено декоративним рішенням у змісті: кожна рубрика має власне стилістичне оформлення з відповідним кольором і шрифтом, що забезпечує чітку навігацію й водночас створює багатозарову емоційну картину (рис. 3).

Фотоілюстрацій в журналі багато, що й передбачено таким типом видання, водночас вони є частиною смислової композиції. Усі вони якісні, яскраві, адже головними героями є діти і підлітки в модному вбранні. Кожне зображення має логічне місце у загальній структурі шпальти, за розміром різні. Застосовано також візуальні підписи, що уточнюють контент (хто, де, який бренд тощо).



Рисунок 3 – Оформлення Змісту журналу

Дизайн дитячого журналу повинен не лише відповідати віковим особливостям аудиторії, а й виконувати функції атракції. У випадку «Podium kids» це досягається гармонійним поєднанням шрифтових, кольорових, зображальних і декоративних елементів.

Отже, вдалий вибір елементів дизайну гарантує виданню високий рівень привабливості. Однак тут варто враховувати цільову аудиторію, психологію її сприйняття тексту та візуального супроводу.

#### Література.

1. Морозов, С., & Шкарапута., Л. (2016). Словник іншомовних слів. Наукова думка.
2. Шевченко, В. (2015). Роль візуального стилю журналу для ідентифікації видання. Наукові записки Української академії друкарства. Серія : Соціальні комунікації, (2), 139-147. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzck\\_2015\\_2\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzck_2015_2_18).
3. Шевченко, В. (2013). Форми візуалізації в сучасному журналі. Видавець Паливода А. В.
4. Franklin, C. (2017). Fashion UK. Conran Octopus Limited.