

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Графический облик регионального издания (на примере журнала
“World Club в Саратове” за 2023–2025 годы)»**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 432 группы

направления 42.03.02 «Журналистика»

Института филологии и журналистики

Костромитиной Валерии Ильиничны

Научный руководитель

доцент, к. филол. н.

А.А. Суворов

Консультант

доцент, к. филол. н.

К.А. Розанов

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2026

Изучаемое нами периодическое издание «World Club в Саратове» позиционирует себя, как глянцевое издание. В 2024 году журналу «Word Club» исполнилось 20 лет, и в свой юбилейный год редакция решила провести ребрендинг. Изменения коснулись и внешнего облика издания.

В контексте развития одного из печатных СМИ Саратова мы рассмотрели, как журнал выглядел до ребрендинга в 2024-м и после, а также выяснили, с чем связаны данные изменения и чему они способствовали. Для этого нами было проведено множество интервью с командой издания и пройдена практика в редакции журнала.

Актуальность работы обосновывается недостаточной изученностью современных региональных печатных изданий. Изучение дизайна СМИ, несмотря на доминирование цифровых медиа, остается чрезвычайно актуальным. Анализ визуальных концепций, дизайнерских решений, графических элементов в их связке с тематическим разнообразием, жанровой палитрой, проблемным полем каждого выпуска важен для определения уникального облика издания, его позиции в местной медиасистеме. Основу нашей выпускной квалификационной работы составили понятия «глянцевое издание» и «дизайн периодического печатного издания», которые мы изучаем в контексте исследования. Поэтому теоретический блок опирался на широкий спектр научных работ по печатной журналистике. Научную базу исследования составили работы Ирины Анатольевны Сухотиной, Ольги Викторовны Ромах, Екатерины Анатольевны Зверевой и других учёных.

Новизна исследования заключается в том, что ранее графический облик журнала «World Club в Саратове» не рассматривался, как комплексное явление. В научный и профессиональный оборот введены новые первичные источники - интервью с издателем, главным редактором и непосредственным участником специалистом по брендингу. Эти данные ранее не публиковались и не анализировались. Выявлена специфика регионального глянцевого дизайна в отличие от столичных изданий: ограничения бюджета, локальные графические коды, особенности взаимодействия с местными рекламодателями. **Цель**

работы – определить, как строится графический облик журнала «World Club в Саратове», какие приемы используются для взаимодействия с аудиторией с помощью визуальных средств.

Задачи:

1. Сформировать научную базу исследования.
2. Рассмотреть историю развития журнала «World Club в Саратове», дать характеристику современного состояния рынка глянцевого печатного издания Саратова
3. Проследить динамику изменений визуального облика издания с течением времени (рассмотреть, как и почему со временем менялся внешний вид издания, какие факторы на это влияли).
4. Выявить отличительные черты современного дизайна журнала «World Club в Саратове».
5. Определить роль графической концепции журнала во взаимодействии с аудиторией.

Ключевые слова нашей работы: дизайн периодического печатного издания, life-style издание, верстка, журнал, графическое оформление.

Наш исследовательский материал неразрывно связан со сферой дизайна, которая развивается параллельно с современным медиапространством. Мы выбрали 12 выпусков «World Club в Саратове» с 2023 года по 2025 год. Данная выборка обуславливается изменениями в графическом оформлении журнала. Непосредственно для проведения сравнительного анализа мы использовали наш исследовательский материал, а именно, рассматривали полное собрание выпусков журналов за указанный временной промежуток. Таким образом, сравнительный подход для выявления изменений в дизайне до и после ребрендинга и их значение показал, насколько изданию удалось грамотно обновиться и удержать своих читателей и партнёров, с чем сопряжены изменения и чего они помогли достичь.

Степень изученности темы: Тема дизайна в life-style изданиях изучалась учёными СПбГУ, МГУ, например: статья А.В. Полонского «Глянцевый

поворот в журналистике: потребность сегодняшнего дня?». Эта тема была изучена А.В. Хмельным в работе «Анализ новейших динамик дизайна, оформление и наполнение современных печатных СМИ». Кудряшова А.А. в своей статье «Шрифтовое оформление современных гляцевых журналов» рассказывает о роли шрифтового оформления в печатных изданиях. Однако, именно Саратовские издания рассматриваются гораздо реже.

В первой главе представлена теоретическая база исследования, а также история издания «World Club в Саратове». На основе изученной научной и методической литературы в главе сформулированы ключевые понятия, прослежена эволюция гляцевой прессы, а также выявлены приёмы графической организации журнала «World Club в Саратове». Глава служит фундаментом для последующего анализа выпусков во второй главе.

В первом параграфе на основе обобщения научной и методической литературы определены и уточнены базовые термины исследования. «Гляцевое издание» рассматривается не только как журнал с мелованной бумагой и высокой полиграфией, но и как социокультурный феномен. Выявлены его основные признаки: преобладание визуального контента над текстовым, ориентированность на определённый образ жизни, рекламно-имиджевая функция, периодичность, а также специфическая аудитория.

Таким образом, мы выносим основные выводы, создание дизайна периодического издания - это сложный и многогранный процесс, требующий не только творческого подхода, но и глубокого понимания целевой аудитории, специфики контента и законов визуальной коммуникации. На основе изученных трудов сделаны выводы о том, как дизайн СМИ влияет на восприятие материала и как теоретические положения могут быть адаптированы к анализу реального регионального журнала.

Второй параграф посвящён контексту возникновения и развития издания. Прослежена хронология: год основания, инициаторы проекта, его место на рынке саратовской прессы. Выявлено, что журнал позиционировался, как региональное life-style издание, ориентированное на активную аудиторию

(предпринимателей, руководителей, людей с доходом выше среднего). Описаны этапы трансформации дизайна от первых номеров до актуальных выпусков (за выбранный период исследования). Установлено, как менялись формат, объём, качество печати, подход к вёрстке и иллюстрированию. Показано место журнала в системе российской и региональной глянцевого прессы: уникальные черты, а также влияние общероссийских трендов (например, переход к минимализму, увеличение роли фотографии) на локальный продукт. В рамках этого параграфа использованы результаты анализа выпусков, что позволило не только описать историю, но и выявить устойчивые визуальные паттерны, сохранявшиеся с течением времени.

Параграф «Значение отдельных графических элементов в саратовском журнале “World Club в Саратове”» носит прикладной аналитический характер. На основе полного анализа выпусков и систематизации материалов рассмотрены следующие элементы: модульная сетка и композиция полосы - как она организует потоки чтения, выделяет главное и второстепенное, создаёт ритм в развороте; типографика - гарнитуры шрифтов, их сочетаемость, иерархия заголовков и подзаголовков, способы акцентирования внимания (выделение цветом, кеглем, начертанием); цветовое решение - доминирующая палитра номеров, её эмоциональное воздействие, связь с имиджем издания, использование фирменных цветов и акцентных пятен; работа с изображениями - соотношение фотоиллюстративного материала и текста, типы фотографий, размещение на полосе, коллажирование; навигационные - рубрикаторы, колонтитулы, выходные данные, оглавление - их роль в удобстве чтения и создании «лица» журнала.

Первая глава закладывает теоретический фундамент, представляет контекст появления и развития издания, а также даёт детальный разбор визуального языка СМИ. **Вторая глава опирается** на эти выводы для сравнительного и динамического анализа дизайна выпусков за выбранный период. Мы рассмотрели выпуски журнала в хронологической последовательности сравнивая их между собой, как во время ребрендинга, так

до и после него. В разделах мы рассмотрели: композицию, верстку, шрифтовое оформление, фотографии, иллюстрации, новые графические элементы и приёмы.

Выявлены ключевые приёмы, зоны стабильности и точки графических изменений, включая элементы ребрендинга. Результаты позволяют прогнозировать читательское восприятие стилистических решений на полосе.

В первом параграфе представлен детальный разбор визуального облика издания до предполагаемого ребрендинга. Общая характеристика выпусков 2023 года - объём, периодичность, качество печати, соотношение текста и изображений. Установлено, что журнал придерживается классической глянцевого сетки с преобладанием крупных фотопланов и относительно консервативной типографикой. Цветовая палитра – сдержанная, с упором на нейтральные фоны. Навигация и сервисные элементы – оглавление, колонтитулы, рубрикаторы, выходные данные. Оценена их функциональность и соответствие общему стилю.

Следующий год - 2024, где мы рассмотрели факты изменений - определено, какие элементы подверглись переработке: полностью или частично. Установлено, что трансформации затронули модульную сетку, типографику, цветовую стратегию и работу с заголовочными комплексами. Новая модульная структура - переход к более гибкой, асимметричной сетке, увеличение свободного пространства, появление «воздушных» зон, акцент на крупные фотографии как самостоятельные визуальные акценты. Цветовая стратегия 2024 года - переход к более насыщенной, но лаконичной палитре. Усиление роли фирменного цвета, использование контрастных акцентов для выделения ключевых материалов. Эмоциональный эффект - повышение энергии и современности.

Специфика графического наполнения журнала «World Club в Саратове» за 2025 год - параграф анализирует выпуски 2025 года, как результат завершённого ребрендинга. Выявлено, что все нововведения 2024 года были закреплены и развиты. Появилась полная модульная система, единая

для всех рубрик, с гибкими сценариями вёрстки (под материал разного объёма). Усложнение типографической иерархии - введение не только заголовков и подзаголовков, но и врезок, лидов, графических цитат. На основе анализа 2025 года сделаны выводы о том, как текущие визуальные решения воспринимаются читателем. Определены сильные стороны: доверительная тональность, современность, комфортное чтение и зоны дальнейшего развития.

Особое внимание в работе было уделено функциональной роли графических средств. Установлено, что обновлённый дизайн не только повышает эстетическую привлекательность издания, но и выполняет прикладные задачи: структурирует информацию, управляет вниманием читателя, создаёт доверительную и официально-позитивную тональность публичной коммуникации, укрепляет имидж журнала как современного регионального life-style издания.

Таким образом, выпускная квалификационная работа представляет собой целостное, теоретически обоснованное и практически ориентированное исследование, демонстрирующее, как грамотное проектирование графических элементов может трансформировать региональное печатное СМИ, повышая его конкурентоспособность и доверие аудитории. Подводя итог, мы сделали следующие выводы, что новый графический облик «World Club в Саратове» сформировался как результат осознанной редакционной политики, учитывающей запросы целевой аудитории и тенденции медиасреды. Графический облик здесь выступает не только как элемент оформления, но и как инструмент коммуникации, формирования идентичности и укрепления связи с аудиторией. Использование новых визуальных решений способствовало росту интереса читателей, укреплению имиджа издания как современного городского life-style журнала и повышению его коммерческой привлекательности.