

**FONT AND GRAPHIC COMPONENTS
OF COVERS OF POPULAR MAGAZINES
OF LATE XIX - EARLY XX CENTURY:
FORMATION, DEVELOPMENT,
INTERACTION**

N. Mirgorodskaya, Postgraduate student
Kharkiv State Academy of Design and Arts, Ukraine

The author examines the history of emergence and development of font graphics of magazine covers of the late XIX – early XX century. The author analyzed specific compositional, stylistic and technical visualization means.

Keywords: fashion magazines, font, style of images, logo.

Conference participant

**ШРИФТОВАЯ И ГРАФИЧЕСКАЯ
СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОБЛОЖЕК
МОДНЫХ ИЗДАНИЙ КОНЦА XIX – XX
ВЕКА: ФОРМИРОВАНИЕ, РАЗВИТИЕ,
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

Миргородская Н.В., аспирант
Харьковская государственная академия дизайна и искусств, Украина

В статье рассматривается история возникновения и развития шрифтовой графики журнальных обложек конца XIX – XX века. Проанализированы характерные композиционные, стилистические и технические средства визуализации.

Ключевые слова: журналы мод, шрифт, стилистика изображений, логотип.

Участник конференции

Журналы мод, как своеобразные каналы коммуникации, имеют собственную историю развития, уходящую корнями еще в XVI в. Их задачей, кроме рекламы одежды, было распространение общих знаний науки, искусства и литературы, а главной особенностью – то, что издавались они, прежде всего для чтения. Эта особенность объясняет принципы оформления журналов, решения обложек и титульных листов. В периодических изданиях, роль обложки исполнял титульный лист, который печатался на более плотной бумаге и выполнял «защитную» функцию. В процессе дифференциации журналов, обложки стали выполнять все более заметную роль в формировании общей графической стилистики оформления изданий.

История возникновения и развития журнальной обложки является актуальной для изучения, поскольку журналы мод занимают определенную нишу в современном медиaprостранстве и их влияние на людей невозможно не учитывать. Данная работа посвящена изучению и рассмотрению шрифтовой гарнитуры в обложках модных изданий, созданию фирменного логотипа отдельных из них в период конца XIX – XX века. Этот период наиболее полно отражает изменения в разработке и поиске стилистики изданий повествующих о моде. Обложка остается основным изображением модного журнала, в котором отражен весь его идейный смысл.

Поиск новых решений в оформлении титульного листа начался с распространением литографической печати, заменившей гравюры. В XIX веке сформировалась тенденция, еще неконкретизированная, но достаточно очевидная в своей направленности, определяющая соединение шрифтовой композиции и изобразительных элементов. Сдержанный дизайн обложек того времени связан с традиционностью структуры изданий. Имея определенную художественную ценность, такое решение теряло свой коммерческий подтекст.

В XIX в. журналы издавались еще достаточно малыми тиражами, но их общее число, в частности журналов мод в европейских странах возросло. Принцип их художественного оформления оставался идентичным: преимущество текста над изображениями, изображения в журнале, а не на обложке. Насыщение обложек журналов мод изобразительными элементами произошло только в XIX в., когда содержание самих изданий стало в буквальном смысле отвечать их специфике. Это означает, что литературно-художественные альманахи, которые включали разделы о модных нововведениях, в первой четверти XIX в. переформатировались в журналы, предлагающие читателям кроме художественно оформленных изображений, рисунки кроя одежды, описание модных аксессуаров и дополнений, предложения по их использованию [1]. Таким образом, журналы мод становятся специализированными перио-

дическими изданиями, ориентированными на определенную читательскую аудиторию, а иллюстрации в них уже можно классифицировать как технические (крой и его фрагменты) и художественные (образы модного костюма и ситуативные практики его использования).

С целью привлечения внимания читателя, обложки журналов, как и иллюстрации в них, становятся все более привлекательными и, прежде всего, цветными и красочными. Это свидетельствует о том, что визуализация модных образов костюма приобретает активное рекламное звучание. В этом контексте зарождаются стилистические особенности художественной презентации модных образов. Эволюционный процесс поиска новых форм реализации модной коммуникации включал разработку способов изображения, стилистические приемы, апробации технических средств (например, типографическую печать начинают разукрашивать акварелью).

Возникшая в XIX веке тенденция сочетания в композиции обложек шрифтовых и изобразительных элементов становится нормой и переживает в начале XX века серию экспериментов. Подобные эксперименты, в первую очередь, коснулись поисков гарнитуры шрифта.

На примере двух ведущих журналов «Херперс Базар» и «Вог», видно, что редакторы журналов вместе с художниками активно подыскивали шрифты, которые бы своей уникальностью соответствовали образу жур-

нала, отраженному в названии, и его наполнении. Явными выглядят также эксперименты с масштабам шрифтовых композиций названий издания. Они то акцентировано увеличены, то умышленно незаметны. Общей характерной чертой всех изученных материалов по дизайну обложек того времени можно считать превалирующие и в масштабе, и в цветовом решении, и в динамичности сюжетных композиций изобразительные элементы.

Все это, определяло необходимость соблюдения требования к работе над шрифтом. Так одним из важнейших достоинств хорошего шрифта являлась – удобочитаемость. Это не только общая оценка пригодности его формы, но и показатель красоты. На удобочитаемость влияют следующие факторы:

- форма шрифтовых знаков (рисунк или тип шрифта, размер, пропорциональность отношение ширины знака к его высоте, ритм формы, насыщенность цвет);
- шрифтовая композиция (длина строки (надписи) или ширина шрифтового поля (колонки), пробел вокруг строки или шрифтового поля, интервал между строками, шрифтовыми полями, форма строк, шрифтового поля, ритм строки и композиция текста, цветовое решение);
- четкость шрифта (отношение цвета (тона) шрифта к цвету (тону) фона – носителя знаков, фактура качество выполнения).

Необходимость соблюдения требования удобочитаемости вызвана психофизиологическими особенностями человека, проявляемыми в процессе чтения и осмысления текстов.

Активное развитие капитализма и зарождение новых стилей и течений в искусстве XIX века принесло новые типы шрифтов. Жесткая конкуренция вытесняла шрифты предшествующего стиля и заставляла искать все новые и новые формы, наводняя рынок шрифтами стиля модерн. Специфическое искусство оформления модных журналов, соединившее в себе графическое мастерство с техническими возможностями печати, переживало в указанный период свой расцвет. Популярной в это время становится группа шрифтов «новая антиква». Шрифт

отличает сильный контраст шрифтов (1:10 и более). Наплывы округлых элементов совсем не имеют наклона. Наиболее известными типографическими шрифтами группы «новая антиква» являются шрифты, созданные итальянцем Джовамбаттистой Бодони, французом Фирменном Дидо и немцем Юстусом Вальбаумом. В XIX веке в рекламных целях создаются новые виды шрифтов: египетский, пелларендон, гротеск, антиква-гротеск, ленточная антиква, антиква пером и др. родиной которых является Англия [1, с.30].

В это же время актуальным в среде поклонников моды стал журнал «Vogue». К оформлению обложек графическими образами с сюжетными композициями в лучших традициях модерна были приглашены художники-графики, среди которых: Джордж Барбье (George Barbier), Жорж Лепап (Georges Lepape), Лев Бакст, Роман Тыртов (Erte), Поль Ириб (Paul Iribe). С самого первого выпуска стало понятно, что это не просто очередной журнал о женской моде, а респектабельное издание о модном Нью-Йорке. Несмотря на сдержанность, Vogue был первоклассным журналом, солидность выделяла его на фоне таких сенсационных изданий для светского общества, как Town Topics. Смело можно сказать, что этот журнал с более чем вековой историей, во многом благодаря своей обложке, является отражением духа времени и наглядно демонстрирует, как одна эпоха сменялась другой. Рассматривая и изучая обложки журналов Vogue разных периодов можно проследить, как с течением времени изменялись шрифты, и что нового привносилось дизайнерами и иллюстраторами в создание журнальной обложки.

С 1892 г. и до 1905 г. иллюстрированные обложки издания выполнялись большей частью в черно-белом варианте. Наиболее применяемым и распространенным вариантом того времени, было использование комбинированного логотипа, состоящего из шрифтового блока, наполненного изобразительными элементами. Сложный логотип состоял из шрифтовой части, названия журнала выполненного шрифтом новая антиква.

Надпись имела небольшой изгиб соответственно по форме картуша. Картуш же симметрично завершался с двух сторон рольверками, от которых слева и справа на фоне колон в окружении цветов располагались изображения двух девушек, одна из которых смотрелась в зеркало, другая рассматривала журнал. Логотип отлично демонстрировал концепцию и направленность журнала Vogue. Под логотипом располагались иллюстрации, индивидуальные для каждого номера издания, это были фотографии и рисованные изображения. С 1905 года Vogue стали выпускать с цветными обложками, а первоначальный комбинированный вариант логотипа упрощается, остается только шрифтовая часть, размещенная на различных вариациях картуша с рольверками. В период с 1909-1912 года меняется и само написание шрифта. Применяется каллиграфический шрифт с мягким наклоном. В последующие годы над оформлением обложки журнала работают талантливые художники-иллюстраторы такие как Уилл Фостер (Will Foster), Дэвид Пирсон (David Peirson), Джордж Вольф Планк (George Wolfe Plank), Хелен Драйден (Helen Dryden), Тилтон Ньюэлл (Tilton Newell), Элис ди Уоррен Литтл (Alece de Warrane Little), которые создали иллюстрации в своей неповторимой манере. В это же время редакторы и художники все больше внимания уделяют изображению, а шрифтовая часть (название журнала) становится менее заметной и, в большинстве случаев, уходит на второй план.

С 1912 года шрифтовой логотип отбивается в рамки, являясь отделенным от изображения, и размещается чаще всего в верхней части обложки. С середины двадцатых годов форма, размер, цвет, а также компоновка шрифта изменяются с каждым новым выпуском. Многие иллюстраторы создают авторский, рисованный шрифт. Такие акцентные шрифты позволяют создавать своеобразную целостность и единство композиции в оформлении журналов, используя все задумки автора.

Многообразие течений в искусстве и дизайне приводит к изменению логотипа с каждым новым выпуском. С 20-х по 50-е года XX века, иллю-

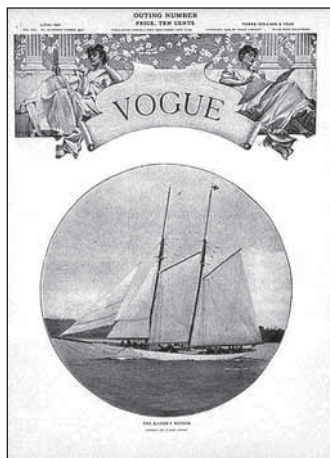


Рис. 1. Гарри Коунгент (Coutant Harry). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Июнь 1902 г.



Рис. 2. Хелен Драйден (Helen Dryden). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Август 1910 г.



Рис. 3. Джордж Вольф Планк (George Wolfe Plank). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Апрель 1916 г.

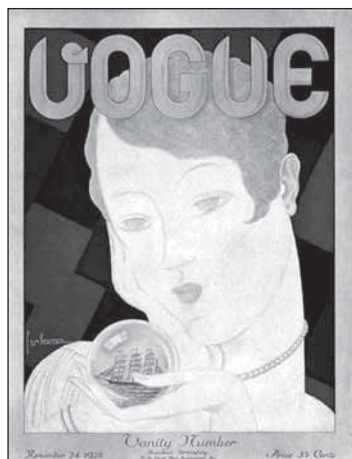


Рис. 4. Жорж Лепап (Georges Lerere). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Ноябрь 1928 г.

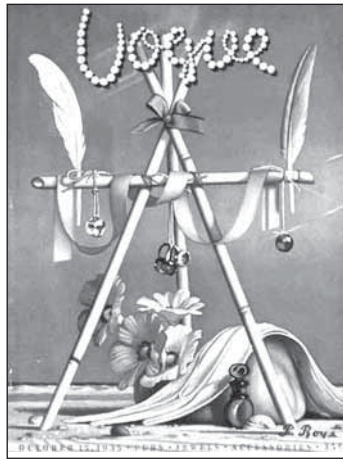


Рис. 5. Пьер Ро (Pierre Roy). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Октябрь 1935 г.



Рис. 6. Карл (Эрик) Эриксон (Carl «Eric» Erickson). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Сентябрь 1937 г.



Рис. 7. Марсель Верт (Marcel Vertes). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Март 1949 г.



Рис. 8. Рене Буше (Rene Bouche). Обложка журнала «Вог» (Vogue). Апрель 1958 г.



Рис. 9. Обложка журнала «Вог» (Vogue). Декабрь 1983 г.

страторы постоянно экспериментируют со шрифтами и расположением названия журнала на титульном листе. Используются все известные шрифты, их подтипы и модификации. Развиваются и совершенствуются вопросы теории шрифта, насущной задачей становится повышение эффективности художественно-графической стороны исполнения шрифтовых композиций, а также проблемы организации назначения и содержания, с целью обеспечить передачу актуальной информации в такой форме, которая побуждает живой интерес у зрителя и вызывает чувство эстетического удовлетворения. Эффективность визуального восприятия зависит от наглядности содержательной структуры информации. Особую роль, играет умение, связывать воедино компоненты разнообразного содержания с одновременным выделением главного. Все это побудило редакторов к созданию единого логотипа журнала Vogue и не только?! В пятидесятых годах XX века начинается постепенная стандартизация логотипа Vogue. И уже с шестидесятых годов все номера печатаются единым шрифтом. В основу шрифтового логотипа берется шрифт классической антиквы. Можно задаться вопросом, почему художественными редакторами был выбран именно этот шрифт?

Современные шрифты строятся на лучших образцах исторических гарнитур с учетом сегодняшних эстетических требований.

Шрифты антиквенной группы монументальны, торжественны, отличаются предельной ясностью, чистотой и дифференцированностью форм. Поэтому их следует применять в особо важных работах.

У букв с классическими пропорциями ритм относительно спокойный благодаря устойчивости и равновесию всех элементов.

Все эти характеристики легли в основу разработки шрифтовой гарнитуры названия Vogue. Удачно разработанный шрифтовой логотип остается неизменным в течение довольно длительного времени и служит хорошим стимулом восприятия, так как принцип постоянства логотипа отвечает привычкам и ожиданиям зрителя, а так же облегчает процесс выявления и усвоения искомой информации.

Мы проследили то, как эволюционировала обложка журнала, как менялся стиль и характер ее оформления. Журнал Vogue не только отражает последние модные тенденции, но создает их, диктует стиль и формирует образы миллионов женщин во всем мире. Благодаря усилиям и таланту многих редакторов, дизайнеров, фотографов и журналистов, журнал смог выжить в период Великой Депрессии в США и Второй мировой войне, и в наше время Vogue является одним из самых влиятельных изданий в мире моды.

References:

1. Kibalova L. Illyustrirovannaya entsiklopediya mody [The Illustrated Encyclopedia of Fashion] L. Kibalova, O. Gerbenova, M. Lamarova. – Praga., Artiya; 1988. - 608 p., illustration.
2. Smirnov S. I. Shrift v naglyadnoi agitatsii. [Font in the visual propaganda]. - Moskva., Plakat, 1987. - 192 p., illustration.
3. Solov'ev S.A. Shrift I dekorativnoe oformlenie [The font

and decorative designing]. "Vysshaya shkola" [High School]. - Moskva, 1993.

4. Taranov N.N. Shrift I obraz izdaniya: uchebnoe posobiya [The font and image of the edition: textbook] Part I, - Moskva., MGAP «Mir knigi» [World of books] 1995. - 149 p.

5. Felichi D. Tipografika: shrift, verстка, dizain [Typography: font, layout, design] Dzheims Felichi., per. s angl. i comment. S.I. Ponomarenko., – St. Peterburg., BKhV-Peterburg, 2004. - 470 p.

6. Blackman, Cally. 100 years of Fashion Illustration., C. Blackman. Laurence King Publishing, 2006. - 385 p.

7. Vogue: istoriya oblozhek legendarnogo zhurnala [The story of covers of the legendary magazine]. – Rezhim dostupa [Access mode] Available at: <http://wiki.wildberries.ru>.

Литература:

1. Кибалова Л. Иллюстрированная энциклопедия моды / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова. – Прага : Арттия, 1988. – 608 с., ил.
2. Смирнов С. И. Шрифт в наглядной агитации. М.: Плакат, 1987. – 192 с., ил.
3. Соловьев С. А. Шрифт и декоративное оформление. «Высшая школа». Москва, 1993.
4. Таранов Н. Н. «Шрифт и образ издания: учебное пособие» ч. I М. МГАП «Мир книги» 1995 г. 149 с.
5. Феличи Д. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Джеймс Феличи ; [пер. с англ. И коммент. С.И. Пonomarenko]. – СПб. : БХВ-Петербург, 2004. – 470 с.
6. Blackman, Cally. 100 years of Fashion Illustration / C. Blackman. Laurence King Publishing, 2006. – 385 p.
7. Vogue: история обложек легендарного журнала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://wiki.wildberries.ru>>.

Information about author:

Nadiia Mirgorodskaya - Postgraduate student, Kharkiv State Academy of Design and Arts; address: Ukraine, Kharkiv city; e-mail: nadin_0103@mail.ru

