

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

ДОПУЩЕНО до захисту  
Завідувач кафедри, д.т.н., проф.  
\_\_\_\_\_ О.В. Чепелюк  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**ОБКЛАДИНКА ЖУРНАЛУ «VOGUE» ЯК ІНДИКАТОР ЗМІН У  
СУСПІЛЬСТВІ ТА FASHION ІНДУСТРІЇ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА  
022 Дизайн**

Виконавець:  
Студент групи 6Д1

\_\_\_\_\_

Панченко К.С.  
(ПІБ)

Керівник:  
д.т.н., професор

\_\_\_\_\_

Богданова О.Ф.  
(ПІБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ  
к.мист., доцент

\_\_\_\_\_

Миргородська Н.В.  
(ПІБ)

Нормоконтроль  
к.мист., доцент

\_\_\_\_\_

Миргородська Н.В.  
(ПІБ)

Херсон – 2020р.

**ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

**Кваліфікаційна робота магістра  
(пояснювальна записка  
до кваліфікаційної роботи)**

**МАГІСТР**

(освітній ступінь)

на тему: **Обкладинка журналу «Vogue» як індикатор  
змін у суспільстві та fashion індустрії**

Виконав: студент 2 курсу, групи 6Д1  
спеціальності

022"Дизайн"

(шифр і назва спеціальності)

Панченко К.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник д.т.н., проф. Богданова О.Ф.

(прізвище та ініціали)

Рецензент ст. викл. Фролова М.Е.

(прізвище та ініціали)

Херсон – 2020р.

**ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет \_\_\_\_\_

Кафедра \_\_\_\_\_

Освітній рівень \_\_\_\_\_

Спеціальність \_\_\_\_\_

(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма \_\_\_\_\_

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри дизайну

**О.В.****Чепелюк**

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я****НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

керівник роботи \_\_\_\_\_,

( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до роботи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка

Студент \_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Панченко К.С. Обкладинка журналу Vogue як індикатор змін у суспільстві та fashion індустрії. - Рукопис.**

Робота на здобуття освітнього ступеня магістра за напрямом підготовки 6.020207 – Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2020.

В результаті дослідження було проаналізовано обкладинки журналу Vogue, їх художньо-стилістичні та композиційні складові, еволюцію каліграфічної складової логотипу журналу. Період дослідження сягає 128 років, а дослідницька база складається з близько трьох тисяч обкладинок глянцю Vogue. За результатами дослідження розроблено типологічну класифікацію художньо-стилістичних та композиційних рішень обкладинок журналу Vogue. Сформовано інфографіки динаміки змін застосування художньо-стилістичних та композиційних особливостей, закономірності візуальних рішень обкладинок, і динаміки еволюції каліграфічних рішень логотипу за 128 років існування глянцю Vogue.

На основі дослідження спроектовано серію плакатів у fashion стилістиці. Концепцією для серії плакатів являється відродження та популяризація fashion ілюстрації в контексті обкладинки Vogue. Плакати застосовуються, як самостійний елемент чи у якості розмальовки для дорослих і дітей.

**Ключові слова:** Vogue, fashion глянець, модне видання, fashion ілюстрація, обкладинка fashion глянцю, логотип, художньо-стилістичні та композиційна засоби.

## АННОТАЦИЯ

**Панченко Л.С. Обложка журнала Vogue как индикатор изменений в обществе и fashion индустрии. - Рукопись.**

Работа на получение образовательного степени магистра по направлению 6.020207 - Дизайн. Херсонский национальный технический университет. Херсон, 2020.

В результате исследования было проанализировано обложки журнала Vogue, их художественно-стилистические и композиционные составляющие, эволюцию каллиграфической составляющей логотипа журнала. Период исследования достигает 128 лет, а исследовательская база состоит из около трех тысяч обложек глянца Vogue. По результатам исследования разработаны типологической классификации художественно-стилистических и композиционных решений обложек журнала Vogue. Сформирован инфографики динамики изменений применения художественно-стилистических и композиционных особенностей, закономерности визуальных решений обложек, и динамики эволюции каллиграфических решений логотипа за 128 лет существования глянца Vogue.

На основе исследования спроектировано серию плакатов в fashion стилистике. Концепцией для серии плакатов является возрождение и популяризация fashion иллюстрации в контексте обложки Vogue. Плакаты применяются как самостоятельный элемент или в качестве раскраски для взрослых и детей.

**Ключевые слова:** Vogue, fashion глянец, модное издание, fashion иллюстрация, обложка fashion глянца, логотип, художественно-стилистические и композиционная средства.

## ANNOTATION

**Panchenko KS Vogue magazine cover as an indicator of changes in society and the fashion industry.** - Manuscript.

Work to obtain a master's degree in the field of training 6.020207 - Design. Kherson National Technical University. Kherson, 2020.

As a result of the study, the covers of Vogue magazine, their artistic, stylistic and compositional components, the evolution of the calligraphic component of the magazine logo were analyzed. The research period reaches 128 years, and the research base consists of about three thousand covers of gloss Vogue. Based on the results of the research, a typological classification of artistic, stylistic and compositional solutions of Vogue magazine covers has been developed. Infographics of the dynamics of changes in the application of artistic, stylistic and compositional features, patterns of visual solutions of covers, and the dynamics of the evolution of calligraphic solutions of the logo for 128 years of Vogue gloss have been formed.

Based on the research, a series of posters in fashion style was designed. The concept for the poster series is the revival and promotion of fashion illustration in the context of the cover of Vogue. Posters are used as a stand-alone element or as a coloring book for adults and children.

**Keywords:** Vogue, fashion gloss, fashion edition, fashion illustration, fashion glossy cover, logo, stylistic and compositional means.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	9
РОЗДІЛ 1. БАГАТОГРАННІСТЬ І ВЗАЄМОДІЯ СВІТУ МОДИ ТА ІНШИХ СФЕР ЖИТТЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ FASHION ГЛЯНЦЮ .....	12
1.1. Fashion глянець як окремий вид комунікаційного мистецтва .....	12
1.2. Роль fashion глянцю в освітленні змін у суспільстві та fashion індустрії ....	17
1.3. Ключові fashion видавництва.....	20
1.4. Значимість обкладинки модного глянцю .....	26
Висновки .....	29
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ОБКЛАДИНКИ ЖУРНАЛА VOGUE ЯК ІНДИКАТОР ЗМІН У СУСПІЛЬСТВІ ТА FASHION ІНДУСТРІЇ.....	30
2.1. Журнал Vogue як культове глянцева видання .....	30
2.2. Ретроспектива образних рішень обкладинки журналу Vogue.....	33
2.3. Художньо-стилістичні та композиційні особливості рішень обкладинок журналу Vogue.....	38
2.4. Динаміка змін обкладинки журналу Vogue у різні роки.....	40
2.5. Закономірності візуальних рішень обкладинок за всю історію журналу Vogue .....	44
2.6. Еволюція каліграфічних рішень логотипа журналу Vogue глянцю.....	46
Висновки .....	49
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПТУАЛЬНО-КОМПОЗИЦІЙНЕ РІШЕННЯ СЕРІЇ FASHION ПЛАКАТІВ .....	52
3.1. Розробка концепції серії fashion плакатів.....	52
3.2. Розробка та аналіз ескізів-пропозицій плакатів та обґрунтування основного композиційного рішення серії fashion плакатів .....	53
Висновки .....	55
РОЗДІЛ 4. ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ СЕРІЇ FASHION ПЛАКАТІВ.....	56
4.1. Керівництво по стилям для fashion плакатів, що проектуються.....	56
4.2. Технічна реалізація ілюстративної складової fashion плакатів, що проекуються .....	57



Висновки .....	58
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	59
ДОДАТКИ.....	62
Додаток А.....	63
Додаток Б .....	129
Додаток В.....	130
Додаток Д.....	144
Додаток Е .....	153
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	156

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Великий вплив та роль у формуванні громадської думки відіграють засоби масової комунікації, вони створюють і закріплюють у свідомості людини певні стереотипи і образи. Сьогодні засоби масової комунікації сприяють формуванню стійких гендерних стереотипів, які інтегрують досвід поколінь щодо поведінки і зовнішнього вигляду жінок, їх рис і якостей характеру. Мас-медійні продукти, орієнтовані на жінок, служать прямими трансляторами гендерної культури суспільства, репрезентують образи жіночності, і є творцями «нового стандарту» для сучасної жінки. Таку роль в сучасних умовах виконують представники fashion-журналістики в рамках модного глянцю.

Метою дослідження є дослідження закономірностей і тенденцій художньо-стилістичних та композиційних особливостей рішень обкладинки журналу Vogue для подальшого практичного застосування при розробці серії fashion плакатів.

Поставлені задачі. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні задачі:

- визначити термінологічні дефініції модного глянцю;
- розкрити роль fashion глянцю в освітленні змін у суспільстві та fashion індустріїв;
- розкрити роль обкладинки модного глянцю;
- сформувати джерельну базу дослідження;
- розглянути ретроспектива образних рішень обкладинки журналу Vogue;
- скласти емпіричну базу дослідження;
- провести художньо-стилістичний та композиційний аналіз особливостей рішень обкладинок журналу Vogue;
- проаналізувати та виділити закономірності візуальних рішень обкладинок за всю історію журналу Vogue;
- відстежити еволюція каліграфічних рішень логотипа журналу Vogue;

- розробити серію fashion плакатів.

**Об'єкт дослідження** – обкладинка модного глянцю.

**Предмет дослідження** – художньо-стилістична та композиційна складова обкладинок журналу Vogue.

**Наукова новизна роботи.** В роботі зібрано та проаналізовано обкладинки американського глянцю Vogue за всю історію його існування за візуальною складовою, на основі отриманих результатів дослідження вперше було розроблено діаграми динаміки змін художньо-стилістичних та композиційних рішень обкладинок американського журналу Vogue.

В дослідженні розглянуто еволюцію та закономірності візуальних рішень обкладинок за всю історію журналу Vogue, які раніше були недостатньо досліджені в наукових роботах.

**Методи дослідження,** використані у роботі. В роботі використано описовий метод (при описі понять «модний глянець», «журнал», «обкладинка модного глянцю», «журнал Vogue»), аналітичний (при аналізі емпіричної бази дослідження, ретроспективи образних рішень, художньо-стилістичних та композиційних особливостей рішень обкладинок; при аналізі динаміки змін обкладинки журналу Vogue, закономірностей візуальних рішень обкладинок за всю історію журналу Vogue, еволюції каліграфічних рішень логотипа журналу Vogue); графічний метод (при графічному оформленні результатів аналізу художньо-стилістичних та композиційних особливостей рішень обкладинок журналу Vogue, та змін каліграфічних рішень логотипа журналу Vogue).

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що вони знайшли відображення в серії розроблених fashion плакатів.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, загальних висновків, додатків та списку використаних джерел. У вступі обґрунтовано актуальність дослідження, визначено основну мету роботи, завдання для її досягнення, об'єкт, практичну значимість отриманих результатів.

Перший розділ. «Багатогранність і взаємодія світу моди та інших сфер через призму fashion глянцю» складається з чотирьох підрозділів, в яких розглянуто специфіку fashion глянцю, його особливі характеристики та відмінності. Розкрито роль fashion глянцю в освітленні змін у суспільстві та fashion індустрії, перераховано ключові fashion видавництва та їх стилістику. Розкрито значимість обкладинки модного глянцю, представлено її типологічну класифікацію.

**Другий розділ** «Концепція обкладинки журналу vogue як індикатор змін у суспільстві та fashion індустрії» складається з шести підрозділів, в яких описано історію журналу Vogue, представлено ретроспективу образних рішень обкладинки журналу Vogue. Проаналізовано художньо-стилістичні та композиційні особливості рішень обкладинок журналу Vogue та представлено динаміку змін обкладинки журналу Vogue у різні роки у вигляді інфографіки. Виявлено закономірності візуальних рішень обкладинок за всю історію журналу Vogue. Проаналізовано еволюцію каліграфічних рішень логотипа журналу Vogue та діючого логотипу журналу.

**Третій розділ** «Концептуально-композиційне рішення серії fashion плакатів» складається з трьох підрозділів, в яких представлено розробку концепції серії fashion плакатів, розкрито ідею інспіраційне джерело роботи, представлено ряд ескізів-пропозицій плакатів та обґрунтування основного композиційного рішення серії fashion плакатів.

**Четвертий розділ** «Технічна реалізація серії fashion плакатів» складається з двох підрозділів, в яких представлено керівництво по стилям fashion плакатів, що проектуються та описано технічну реалізацію ілюстрацій для плакатів.

**Загальні висновки** вказують на головні результати проведених досліджень та їх подальше практичне застосування.

**Список використаних джерел** вказує на ґрунтовний аналіз та налічує 62 позиції.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Розкрито актуальність дослідження теми обкладинки журналу Vogue як індикатор змін у суспільстві та fashion індустрії. Визначено мету об'єкт, предмет роботи, встановлено задачі дослідження, описано методи дослідження, представлена наукова новизна роботи та практичне значення одержаних результатів. Сформовано структуру магістерської роботи.

2. Сформовано понятійний апарат обкладинок fashion видань. Розкрито дефініції термінів «глянець», «глянцевий журнал», «модний глянець», описано їх характерні ознаки, тематики що в них освітлюються та їх основний меседж. Виявлено, що головною функцією глянцевого видання являється зняття стресу, забезпечення досугу читача, а отже модні журнали реалізують в більшій мірі розважальну функцію, інформація подається через призму гламуру та успішного життя. Саме тому більшу частину інформативного наповнення займають статті про тренди, модні події, подробиці життя знаменитостей та рідше соціальні теми та майже ніколи політичні. Виділено ключові журнали світового модного глянце: Cosmopolitan, Elle, Vogue, GQ, Marie Claire, Numero, Vanity Fair, Harper's Bazaar, Teen Vogue, Glamour, L'Officiel. Описано основні дані стосовно кожного журналу, а саме рік заснування, країна походження, діючі редактори та філософію яку транслює кожен з них. Визначено, що обкладинка модного глянце відіграє роль первинного заохочення на сам перед нових споживачів, та не має такого великого впливу на постійних читачів. Обкладинка фешн глянце покликана транслювати головну тему номера, дотримуючись характерної стилістики журналу. Для оформлення обкладинки може використовуватися фотографія та ілюстрація, традиційна або створена за допомогою комп'ютерних технологій.

3. Видання Vogue розкрито з точки зору бренду у світі моди та глянце та взаємодії з іншими сферами життя. Описано історію виникнення

журнала, 128 шлях становлення видання, шлях формування його сучасної концепції. Перераховано редакторів, що стояли на чолі видання в різні періоди часу і до сучасності. Зібрано дослідницьку базу з обкладинок журналу Vogue за 128 років існування видання, що налічує 2878 екземплярів. Описано ретроспективу образних рішень обкладинки журналу Vogue. В рамках кожного десятиріччя описано особливості та нововведення; знаменитості які зображувалися; як стилі в мистецтві впливали на оформлення обкладинок; особливі номери, що були призначені святам чи особливим подіям. В процесі дослідження візуальних рішень обкладинок сформовано типологічну класифікацію художньо-стилістичних та композиційних рішень обкладинок журналу Vogue, яка виділяє дві основні типологічні характеристики - засоби візуалізації та сюжет. Дослідження динаміки змін художньо-стилістичних та композиційних рішень обкладинок Vogue виявило, що спочатку існування журналу була тривала епоха мальованих обкладинок, що різко змінилася на епоху фото-обкладинок. В порівнянні з іншими мотивами, найбільш активно присутній антропоморфний мотив, і в значно меншій мірі інші сюжети. Діаграма показнику кількості людей демонструє активний ріст застосування однієї фігури на обкладинці журналу в 1970-2010-ті роки. Кількість двох персонажів та трьох і більше застосовується приблизно однаково, зменшуючись на протязі років. На обкладинках переважають зображення фігури та портрета що дзеркально відмінні в динаміці. В той же час зображення частин тіла відбувається виключно як виняток. Закономірності візуальних рішень обкладинок підсумовано і виявлено, що кількість ілюстрованих та фото-обкладинок знаходиться в рівній кількості на даний момент. Ведучим сюжетом являється антропоморфний, на обкладинці зазвичай присутній один персонаж. Фігура та портрет виступають основними з точки зору плановості. Проаналізовано еволюцію каліграфічних рішень логотипу журналу Vogue за 128 років. За всю історію були періоди, коли один логотип на обкладинці був присутнім деякий

період та коли в даний проміжок часу видання застосовує абсолютно різні рішення логотипу, експериментуючи з написом у кожному випуску. Сучасний логотип було сформовано та стандартизовано в 50-х роках та застосовується до сьогодні.

4. Концепція серії плакатів поєднує ідею застосування ілюстрованих ретро обкладинок журналу Vogue, стилізуючи їх, і оформлюючи в форматі плакатів-розмальовок. Сутність концепції являється в відродженні та популяризації саме фешн ілюстрації в контексті фешн глянцю. Плакат має реалізуватися у двох варіантах - як кольоровий плакат та як контур для розмальовки. Розроблено серію пошукових ескізів, обґрунтовано вибір основної композиції та кольорової гами для проектування фешн плакатів.

5. Представлено керівництво по стилям проекрованої серії плакатів у фешн стилістиці, що описує розміри та налаштування аркушу плакатів, шрифтів, їх напису, розміру, інтервалу, відступів, товщину ліній, параметри геометричних об'єктів, кольорову гаму. Описано процес проектування для якого було обрано програмне забезпечення Figma.