

# ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ ГЛЯНЦЕВОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИЗДАНИЯ ДЛЯ ПОДРОСТКОВОЙ АУДИТОРИИ НА ПРИМЕРЕ «ELLE GIRL»

Логунова Г.Ю.

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

nekarus.gl@gmail.com

Избранная нами тема является актуальной по причине некоей уникальности данного издания. Являясь дочерним проектом «Elle», журнал «ElleGirl» за последние годы прошел уверенную трансформацию из издания мидл-класса к элитарному изданию в пределах одной возрастной аудитории – подростковой. В большой мере это отразилось и на его оформлении.

Цель исследования состоит в изучении современного оформления журнала и выделения основных визуальных черт развлекательного издания для подростков.

В первую очередь стоит обратить внимание на то, что целевая аудитория журнала – неженатые люди со средним образованием в возрасте 16-19 лет. Характерно преобладание женской аудитории. Социально-экономический профиль аудиторий журнала ElleGirl - это студентки учащиеся с доходом выше среднего [1]. Это сказывается на оформлении, верстке и подборе медийных личностей внутри самым кардинальным образом.

Цветовое оформление так же отличается от журналов для иной возрастной категории – преобладает грамотное использование ярких цветов и продуманная работа с эффектами: неоновое свечение, металлизированные вставки.

Верстка обложки выдает глубокое понимание редакцией своей аудитории: вместо морально устаревших выносок-анонсов здесь использовано заглавие номера и список хэштегов. Героями обложки становятся только медиа-личности, интервью с которыми становится главным материалом номера; в иных изданиях зачастую используются фотографии из рубрик, посвященных стилиевой эстетике.

Верстка материалов пестрит трендовыми в среде подростков акварельными мазками в качестве подложки, а так же рисунками, комиксами и стикерами. В конечном счете редакция добивается искомого эффекта sketchbook – модного оформления в последние годы.

Иллюстративное оформление подстраивается под вкусы аудитории – здесь и макияжи моделей и героев в техниках, подходящих под запросы максималистского возраста: металлик, большое количество сияющих текстур и блесток; одежда в любимом активными пользователями социальных сетей уличном стиле; фон преобладает однотонный и яркий – трендовый эффект, позаимствованный у рекламных аккаунтов на ресурсе Instagram.

Как уже упоминалось выше, максимум внимания в материалах уделяется медийным личностям и знаменитостям, узнаваемые лица используются в рекламе. Так, на последней

полосе которой уже номер появляется блогерMariaWay в рекламе Faberlic, а предшествует ей реклама шоу «Холостяк» с Егором Кридом в главной роли.

Таким образом, мы видим в оформлении журнала ElleGirl неукоснительное следование трендам и грамотное использование эффектов и приемов, полностью отвечающих запросам целевой аудитории.

#### Список литературы

1. Атлас СМИ. ElleGirl журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediageo.ru/fedpressa/ezhemes/elle-girl.html> (дата обращения: 15.04.2018).
2. Окольская Л.А., Комогорцева М.В. Жизненные проекты и правила для девушек в российских гляцевых журналах// Социологические исследования. 2010. № 2. С. 68-91.
3. Суворов С. Кризис школьного возраста [Электронный ресурс].URL: <http://www.sostav.ru/articles/2008/02/08/ko1/> (дата обращения: 15.04.2018).