

# **Современные тенденции в дизайне религиозного издания (на примере журнала «Отрок» за период 2015-2017 г.)**

**Анна Николаенко**, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью,

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова  
email: [anna.rain.noise@gmail.com](mailto:anna.rain.noise@gmail.com)

Быстрое развитие общества меняет современные тенденции визуальных коммуникаций.

В исследовании представлен анализ нетипичного дизайна украинского религиозного журнала. В частности, автор анализирует дизайн издания «Отрок.ua». В статье рассматриваются тенденции современного дизайна журнала. Статья полезна для изучения современных тенденций украинской религиозной прессы. Были выявлены основные особенности дизайна этого журнала. Среди них стоит отметить многомерность, сложность компоновки, разнообразие палитр шрифтов, ассоциативность визуальных образов, многоуровневые фотокомпозиции, признаки стиля гранжа и другие. Большинство дизайнерских тенденций неожиданно появляются, развиваются и, наконец, исчезают из ландшафта журнального дизайна. Но стиль гранж остается актуальным. В частности, Дэвид Карсон - один из

самых знаменитых этого направления. Его стиль определил эпоху гранжевой типографики. Также его стиль во многом определил дизайн «Отрок.ua».

**Ключевые слова:** визуальные коммуникации, дизайн, религиозная пресса

Пространство религиозных СМИ Украины, к сожалению, всё ещё остаётся мало изученным, а особенности дизайнерского оформления подобных печатных изданий в Украине – вообще фактически исследовательской *terra incognita*, что обуславливает особую актуальность темы нашего исследования. Среди исследователей религиозных украинских масс-медиа следует отметить Т.Антошевского [1], И. Крупского, С.Баршая, И.Скленар, А.В.Юраша, С.Губенко, А.Бойко, О.Чирковой, О. Задоянчук, О.Канчалаба, работы которых имеют звучат преимущественно в исторической тональности. Особо следует выделить исследования специфики подачи религиозной проблематики в нерелигиозных изданиях: это работы А.В.Юраша, Ю.М.Коминко, А.Бойко и др. Отметим публикацию Т.В.Иванюхи, посвящённую механизмам формирования морально-духовных ценностей молодёжи на примере журнала «Отрок.ua» [3].

Как и 15-17 лет назад [1] УПЦ имеет наиболее разноформатную и мощную сеть религиозных СМИ. Это и религиозные интернет-издания («Православная жизнь», «Киевская Русь», «Православіє в Україні», в том числе и официальный сайт «church.ua» и пр.), телеканал «Глас», радиопередачи, многочисленные журналы (для семейного чтения «День Ангела», «Фамилия», молодёжное издание «Отрок.ua», детское издание «Богдан», журналы «Фома» и пр.), и газеты (например, «Родительский комитет и др.), официальные епархиальные издания и т.д. Однако следует отметить, что военно-политические события 2014-2017 гг. в стране негативно сказались на статусе УПЦ, что не могло не отразиться на её информационном пространстве: стали исчезать с украинского медиа-рынка некоторые её издания (например, журналы «Направо», «Самарянка» и т.д.).

Среди православных печатных изданий в Украине всегда

особо выделялся журнал «Отрок.ua» контентом и нетипичным для православных печатных изданий оформлением. Мы решили проанализировать дизайн данного журнала как пример попытки использовать в диалоге с молодёжью современные передовые средства визуальной коммуникации, не типичные для стилистики традиционной православной прессы.

Издание журнала является частью деятельности Синодального отдела УПЦ по делам молодёжи. Главный редактор – глава отдела, архиепископ Обуховский Иона Черепанов. Авторы издания внештатные (за исключением авторов, являющихся по совместительству и членами редколлегии). Часть из них – священнослужители, часть – психологи, литературоведы, культурологи, журналисты, искусствоведы и т.д.

Издание публикуется с 2003 г. Несмотря на то, что журнал с 2009 года издаётся при финансовой поддержке международного благотворительного фонда «Покровъ» В.Новинского, издание всегда оставалось и остаётся демонстративно аполитичным. Журнал является лауреатом многочисленных церковных премий: в 2004 и в 2006 гг. на московских рождественских чтениях признан лучшим молодёжным изданием, в 2005 году удостоен диплома за лучший журнальный дизайн. В 2004, 2005, 2006 гг. был награждён премией «Золотое перо» как «лучшее издание УПЦ для юношества». В 2004 и 2010 гг. стал лауреатом фестиваля православных СМИ «Вера и слово». В 2009 году на киевском фестивале православных СМИ «Покров» признан лучшим молодёжным изданием УПЦ.

Материалы издания имеют скорее публицистический характер, хотя встречаются, например, и аналитические публикации (рецензии и пр.). На страницах «Отрок.ua» читатель может также найти эксклюзивные публикации (перепечаток, как, например, «Исправитель зла» из журнала «Фома» практически нет), фрагменты текстов художественной, богословской, философской литературы. Не смотря на то, что издание религиозное, для редактора Е. Ткачёвой было принципиально важно избе-

жать ригоризма в тональности его публикаций. Издание также не освещает конфликтные, сенсационные или скандальные проблемы, что, в принципе, характерно для большинства современных украинских православных СМИ. Хотя контент издания, как и ряда других православных СМИ, во многом ограничен внутренней церковной цензурой, тем не менее, на его полосах можно найти публикации об инославных, не формирующих привычного для религиозной прессы образа «чужого» с негативными конотациями.

«Отрок.иа» начинал своё становление как журнал для детей. Изначально вышло несколько номеров без чётко сформулированной концепции, но по желанию спонсоров (всеукраинского объединения «Держава») издание переориентировалось на молодёжную аудиторию. Название было решено оставить, как уже заявивший о себе «бренд» (теперь само понятие «отрока» стало осмысляться метафорически, то есть издание для всякого, кто не перестал внутренне учиться чему-то новому, удивляться, хочет продолжать путь духовного роста). К тому же подобное название – один из типичных успешных приёмов брендинга: соединение архаики и инновации в логотипе. На самой обложке журнала в слогане «православный журнал для молодёжи», а также, в редакторском пояснении находим указанием на возможный круг читателей журнала: «Целевая аудитория – студенты, думающие молодые люди в возрасте от 17 до 35 лет, готовые слышать слово православной проповеди; ребята на пороге воцерковления; сознательная православная молодёжь» [2], тем не менее, мы обозначили бы целевую аудиторию более конкретно условным термином «церковные либералы» (в типичном, более консервативном православном издании редко встретишь публикации, посвящённые, или фрагменты текстов

С. Шмемана, С.С.Аверинцева, Х.Яннараса, Р.Жирара, Я. Твардовского, Ш.Пеги, В.Розанова, М.Мамардашвили, В.А.Малахова, С.Довлатова и пр.). Однако с приходом в конце 2016 года (с №3 (81) нового выпускающего редактора, Ю.Коминко,

бывшего главного редактора «Православие в Україні», сменившего на этом посту Е.Ткачёву, информационная политика издания стала резко менять курс в сторону более распространённого в православной медиа-среде консервативного издания: культууроориентированная проблематика стала вытесняться узкоцерковным контентом. Это был достаточно рискованный шаг, учитывая, что за 13 лет своего существования журнал сформировал свой круг читателей определённых интересов. К тому же изначально издание задумывалось как миссионерское, то есть ориентированное не только на церковную, но и внецерковную или воцерковляющуюся аудиторию. Однако, прежняя концепция стала очевидно, меняться. На посту выпускающего редактора Юлия Коминко запланировала глобальное реформирование журнала: например, каждый номер стал тематическим (например, №1(82) был посвящён осмыслению темы успешности в Православии, №5 (86) – последствиям Октябрьской революции в церковной культуре и т.д.). Хотя отметим, что подобная практика существовала и во времена редакторства Е.Ткачёвой, но не столько систематичная. Также редактор задумывала реформирование дизайна (рубрикация и пр.). Однако оформительская концепция издания всё-таки осталась прежней (менять радикально ещё и оформление, очевидно, было бы вдвойне рискованным редакторским жестом на фоне новой общей тональности контента; тем более собственный неповторимый оформительский стиль издания стал своеобразной его «визитной карточкой», выгодно выделяющей его среди других религиозных СМИ Украины).

Дизайнерским оформлением издания занимаются профессиональный специалист Ольга Домбровская, вёрсткой – Максим Белецкий. Ольга начала сотрудничать с изданием с 2005-2006 гг. Она является дизайнером с 2 специализированными дизайнерскими образованиями (промышленный дизайн и дизайн, изучаемый в Академии художеств). Спецификой рабочего процесса художника-оформителя в данном издании яв-

ляется то, что Ольга работает максимально автономно от редактора, полагаясь исключительно на собственную творческую интуицию и следуя за своим восприятием логики, стилистики текста. Хронологически в среднем оформление одного номера занимает 1 месяц.

Формат издания – А4, 64 полноцветных полосы авторского дизайна+ 4 полосы обложки.

Рубрикация издания отражает проблемно-тематическую направленность журнала и представлена 3 рубриками: «Врата бессмертия», «Перекрёстки бытия», «Культурный слой». В каждой подрубрике читатель обнаружит подрубрики. Например, в рубрике «Перекрёстки бытия» «Линия жизни», Человеческое измерение» и пр.

Прежде всего, рассмотрим дизайн обложки и элементы фирменного стиля представленные на ней. Именно обложка является одним из ключевых инструментов формирования уникальной стилистики издания, позволяющей идентифицировать его среди других.

Логотип «ОТРОК.ua» (Рис. 1) был разработан ещё до прихода в издание Ольги Домбровской. Представляет собой легко узнаваемый текстовый нейм, выполненный в векторной графике и размещённый на всю верхнюю часть полосы обложки. Это текст с применением кастромного шрифта-гротеска, созданного на основе доступного в сети шрифта. К сожалению, через специализированные плагины точно идентифицировать



Рис. 1

базовий шрифт не удалось, так как он был видоизменён. Но из наиболее вероятных нам показался Century Gothic™ Turkish. Также похожими выглядят шрифты Function-Book, Futura Book otf (400), a\_FuturaRound Regular. Начертание логотипа с №4 2004 года практически не меняется – переменным является лишь цветовое решение, зависящее от общей цветовой гаммы каждой новой обложки. Однако сам логотип, парадоксально соединяющий архаику и отсылку на современные компьютерные технологии, вполне вписывается в передовые приёмы как нейминга, так собственно и визуальных современных коммуникационных технологий. На задней части обложки также представлен логотип Свято-Ионинского монастыря (г. Киев), на территории которого расположена редакция издания. Логотип является комбинированным: содержит медальон, увенчанный крестом, в который вписано слово «Иона», стилизованно оформленное под старославянский шрифт, что является как раз типичным для православных СМИ.

Ещё одним элементом фирменного стиля издания является слоган, в данном случае чётко очерчивающий целевую аудиторию издания: «Православный журнал для молодёжи». Слоган достаточно предсказуемый, что несколько снижает его маркетинговую эффективность.

Если рассматривать композиционную модель обложки издания и брать за основу доминирующий её визуальный элемент, то в период с 2015 по 2017 год это исключительно способ оформления титульной полосы с помощью рисунка как основного элемента (100%). Это нетипичное решение, так как в основном ведущим элементом титульной полосы всё чаще становится фотография в современных журналах. Хотя в некоторых западных изданиях такой приём (например, шарж) используется или для привлечения внимания в какой-то определённой тематике, или является неотъемлемым элементом стиля издания (как в журнале «The New Yorker» [[4 С.31]). Несмотря на то, что все представленные за исследуемый период обложки сохраняют

неповторимый стиль издания, привлекают внимание читателя своим современным, ярким, но в то же время стильным сбалансированным решением, недостатком нам видется отсутствие непосредственной, легко «считываемой» связи образа, «визуального молотка» обложки и темы, «гвоздя» номера (напомним, что с приходом нового редактора, номера являются принципиально тематическими). Однако есть исключения, например, №4(85) посвящён теме дороги, пути – на обложке представлен образ странствующей девочки; в №1 отстутствие этой образной соотнесённости компенсируется прямым указанием тематики номера (оформленное гротескным шрифтом, по цветовой гамме соответствующим логотипу) – «Вера&карьера».

Также на обложке неизменно указан порядковый номер издания в этом году, за годы существования журнала вообще, а также год издания.

В целом стилистика обложки журнала вполне вписывается в современный тренд отказа от вызывающей акциденции логотипа издания в пользу целостного гармоничного образа-сочетания названия и иллюстрации [4 С.32].

На первой нумерованной полосе издания, традиционно совмещающей в себе титул, содержание, редакторскую колонку, а также библиографические сведения о журнале (хотя есть номера, оформленные несколько иначе: например, в №3 2016 года содержание вынесено на следующую полосу [10]). Здесь можно найти повторение логотипа, слогана, порядкового номера и года, а также справочно-вспомогательный аппарат журнала (выходные сведения, выходные данные и пр.).

Шрифтовая политика издания относительно основного текста отличается стабильностью. Для основного текста традиционно используют шрифт Grammatika (очевидно, дизайнера Aleksandr Sukiasov). Также есть «запасной» шрифт – Minion Pro. Кегль 10. В текстах заголовков обычно используют декоративные, кастромные шрифты. Часто заголовок рисуется отдельно под каждую публикацию (как и иллюстрации), нередко в гран-



жевой стилистике. Часто в заголовках соединяются курсивы и обычные буквы (капитель чаще всего), разные шрифты, разные цвета. Нередко используются необычные декоративные шрифты (например, имитация обыкновенного «бытового» рукописного, как в оформлении публикации А.Евкова «Три звонка на небо» из №6 2015 года [7 С.4], А.Лелик «Просто как раз-два-три» из №1 2017 [11 С.16]) или часть текста заголовка органично переходит в иллюстративный элемент, как в оформлении публикации «Спасётся ли кот Барсик?» из №1 2016 [8 С.34], В.Шуваликовой «Мир вечного лета» из №1 2017 [11 С.53] и пр.). Заголовки бывают в данном журнале за исследуемый период не только однострочные, но и 2-, 3-, даже 5-строчные. Текстовые «оборки» вокруг заголовков практически не применяются – зато можно наблюдать значительное число заголовков с «воздухом». Также используются декоративные буквицы в оформлении текстов. Смелым дизайнерским решением является в некоторых публикациях размещение части текста заголовка горизонтально, части вертикально (как в оформлении текста «All you need is love» из №5 2015 [6 С.32]). Характерным приёмом в оформлении заголовков является также подчёркивание текста (особенно в оформлении публикаций в номерах 2015 года). Для выделения отдельных текстовых фрагментов характерно частое использование врезов с применением не только более жирного крупного начертания основного текста, но и принципиально других шрифтов, другого цвета, применение линеек, вывороток. Вопросы в интервью выделяются курсивом, более жирным начертанием или выворотками. Подзаголовки также могут выделяться более крупным кеглем основного шрифта и другим цветом или же принципиально другим шрифтом. При этом такие разнообразные эксперименты со шрифтами смотрятся традиционно в основном гармонично, что выгодно отличает дизайн данного издания. С приходом нового редактора принципиально поменялось начертание (теперь оно часто повторяет шрифт заголовка публикации) и расположение автор-

ской подписи текста: теперь она переместилась вперёд, между лидом и основным текстом и, как правило, представляет собой следующее:

Текст: имя фамилия

Характерной чертой издания является наличие шмуцтитула, на котором расположено название 1 из трёх рубрик журнала. Принцип оформления шмуцтитула также характеризуется отказом от акцентирования текста названия рубрики в пользу целостного тексто-иллюстративного образа. Однако начертания рубрик уже меняются по шрифту, меняются и кегли шрифтов названий. Иллюстрации в шмуцтитулах за исследуемый период также бывают не только рисованные, но и фотографические (часто фото текстур, пейзажи, фотопортреты, натюрморты и пр.). Также с приходом нового редактора поменялось расположение рубрик. Например, рубрика «Врата бессмертия» переместилась в середину журнала вместо начала.

Служебным элементом в оформлении является наличие колонтитула на каждой чётной странице в верхней боковой её части: состоящим из неизменного элемента-логотипа со сменным цветовым решением для каждой публикации, вертикальной черты, по колориту соответствующей логотипу, и названию подрубрики. На каждой странице в нижней боковой её части помещается колонцифра чёрного цвета (или выворотка для публикаций, решённых в аналогичной стилистике).

Для вёрстки используются сетки с 2 (преобладает), 1 и 3 колонками. Встречаются сложные композиционно ассиметричные сетки с комбинированием сеток с 1 и 2 колонками, с колонками разной ширины и пр. Часто можно проследить примеры нарушения сетки текстами врезов и пр. –приёмы т.н. «грязного стиля» вёрстки (подобные гранжевые эксперименты характерны, например, для Д.Карсона ).

В оформлении журнала на протяжении всего периода активно используются разделительные элементы: рамки, линейки, концовки, пробелы и различные фигурные элементы (крести-

ки, звездочки, треугольнички, декоративные пазлы, фигурки, по стилистике напоминающие декоративные элементы древнерусских рукописных книг и т.п.). Линейки используются как разделительный элемент редко, но если используются, то не только для разделения колонок основного текста, но и для разделения колонки основного текста и вреза. Используются как горизонтальные, так и вертикальные, обыкновенные линейные и декоративные (например, пунктирные). Служебная графика часто является инструментом для создания эффекта многоплановости, многоплоскостности пространства полосы.

Иллюстрации-фотографии, посвящённые героям публикаций, имеют подписи, часто выполненные декоративно (например, рискованный приём, но удачно обыгранный: вывороткой на тёмной рамке фотоснимка или наслоенно одна на другую и пр.). Фотоиллюстрации иногда объединяются в декоративные многоплановые комплексы (например, в стилизованные ретро-фотоленты и пр.). Также можно найти значительное количество полос, оформленных исключительно иллюстрациями (фотоиллюстрациями в основном). Фотографии встречаются самые различные: портреты, пейзажи, фотоочерки, фотомонтаж, репродукции и пр. Рисованные иллюстрации используются как эксклюзивные авторские, так и заимствованные. Иллюстрации по размерам не всегда кратны размерам полос – порой они могут захватывать пространство пробелов и пр. Для оформления иллюстраций используются традиционные программы Adobe Illustrator и Adobe Photoshop. Сюжетно иллюстрации связаны с текстом публикаций и по стилистике гармонично дополняют их (фотодокументальные материалы используются для биографических статей, интервью; рисованные иллюстрации для эссеистики и пр.).

Как уже было отмечено, журнал, несмотря на редкие недоработки в оформлении, выгодно выделяется своим гармоничным современным дизайном, отсутствием шаблонных для многих православных изданий стилистических решений, со-

ответствует многим современным полиграфическим трендам. Интересно отметить, что оформительским ориентиром для дизайнера Ольги Домбровской, по её собственному признанию, являются популярные именно «светские» журналы: «Esquire», «Сноб», «Interview». Определённое влияние на формирование творческого стиля Ольги оказал дизайнер Дэвид Карсон, интерес к которому после непродолжительного «охлаждения» 2000-х гг. с их трендом графического минимализма и «дизайна порядка» вновь возрождается в современной дизайнерско-полиграфической культуре. В условиях нынешнего подхода к дизайну прессы становится очевидным недостаточность функционалистских принципов, например, столь прежде популярной швейцарской школы графического дизайна, к наработкам ко-



Рис.2. Фрагмент оформления публикации из 3 (81) 2016

торой неоднократно возвращались. Современные технологии визуальных коммуникаций большое внимание уделяют ассоциативности и семиотическим аспектам визуальных решений, которым во многом соответствует «грязный стиль» (гранжевый) дизайн Д.Карсона. Намеренная сенсорная почти депривация в дизайне данного американского постмодернистского дизайнера позволяет создавать очень запоминающиеся образы, несмотря на сложность их восприятия и «прочтения». Возможно, отсюда интерес дизайнера «Отрока. ua» к богатой ассоциативности образов, сложной многоплановости, сочетанию неординарных шрифтов, нарушению композиции традиционной модульной сетки и пр. [См. рис.2, рис.3.].



Рис.3. Фрагмент оформления публикации из № 4(76) 2015

В целом дизайн журнала «Отрок. ua» представляет огромный интерес в контексте исследования невербальных инструментов коммуникации в современных религиозных СМИ, анализа попытки использования приёмов визуальной коммуникации, не типичных для религиозной, православной украинской прессы и т.д. Однако, в рамках одного исследования данную проблему проанализировать исчерпывающе невозможно, что открывает широкую перспективу для дальнейших штудий.

### Література:

1. Антошевський Т. Релігійні мас-медіа в Україні [Електронний ресурс] /Тарас Антошевський. – Режим доступа: [https://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/analytic/9808/](https://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/analytic/9808/) (дата звернення: 2.10.17)
2. Волковський В.Православ'я і ЗМІ: нелегке співіснування чи плідна співпраця? [Електронний ресурс] / Володимир Волковський. – Режим доступа: <https://www.religion.in.ua/main/30924-pravoslavyya-i-zmi-nelegke-spivisnuvannya-chi-plidna-spivpracya.html> (дата звернення: 2.10.17)
3. Іванюха Т.В. Механізми формування морально-духовних цінностей молодізаcобами журнальної преси [Електронний ресурс] / Т.В. Іванюха. – Режим доступа: [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua) (дата звернення: 2.10.17)
4. Отрок.ua. –3 (75). –2015. – 64 с.
5. Отрок.ua. –4(76). –2015. – 64 с.
6. Отрок.ua. –5 (77). –2015. – 64 с.
7. Отрок.ua. –6 (78). –2015. – 64 с.
8. Отрок.ua. –1 (79). –2016. – 64 с.
9. Отрок.ua. –2 (80). –2016. – 64 с.
10. Отрок.ua. –3 (81). –2016. – 64 с.
11. Отрок.ua. –1 (82). –2017. – 64 с.
12. Отрок.ua. –2 (83). –2017. – 64 с.
13. Православный журнал для молодёжи «Отрок.ua» (Киевская епархия) [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://festzmi.org/node/120> (дата звернення: 2.10.17)
14. Харитоновна С.В. Обложка журнала: дизайн и элементы фирменного стиля /С.В.Харитоновна // «Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 3. Філалогія. Педагогіка. Псіхалогія». –Том 6. – 2016. – No 3. – С. 28-33

УДК 007 : 304 : 070

**Сучасні тенденції в дизайні релігійного видання (на прикладі журналу «Отрок» за період 2015-2017 р.)**

Ніколаєнко Ганна Віталіївна, к.філос.н., доцент кафедри реклами та зв'язків з громадськістю,

Одеський національний університет імені І.І.Мечникова,

email: anna.rain.noise@gmail.com

Швидкий розвиток суспільства змінює сучасні тенденції візуальних комунікацій.

У дослідженні представлений аналіз нетипового дизайну української релігійної журналу. Зокрема, автор аналізує дизайн видання «Отрок.ua». В статті розглядаються тенденції сучасного дизайну журналу. Стаття корисна для вивчення сучасних тенденцій української релігійної преси. Були виявлені основні особливості дизайну цього журналу. Серед них варто вказати на багатомірність, сподівано з'являються, розвиваються і, нарешті, зникають з ландшафту дизайну. Але стиль гранж залишається актуальним. Зокрема, Девід Карсон - один з найвідоміших у цій галузі. Його стиль визначив епоху гранжової типографіки. Так само його стиль значною мірою визначив дизайн «Отрок.ua».

Ключові слова: візуальні комунікації, дизайн, релігійна преса

UDK 007 : 304 : 070

**The Modern Tendencies in Design of Religious Edition  
(on the Material of «Otrok» Magazine 2015-2017)**

Hanna Nikolaienko,

PHD in Philosophy, Assistant Professor at advertisement and PR chair

Odessa I. I. Mechnikov University

email: anna.rain.noise@gmail.com

Swift community development changes modern tendencies of visual communications.

The study is based on the account of the atypical design of the Ukrainian religious magazine. In particular, the author analyzes the design of «Otrok.ua». The article deals the current trends in the design of magazines. The article is useful for study of modern tendencies of Ukrainian religious press. The main features of the design of this magazine were established. There are multidimensionality, layout complexity, variety of fonts palette, associativity of visual images, multilevel photocompositions, grunge style signs and other features. Most design trends come unexpectedly, evolve and finally disappear from the landscape of design of periodicals. But grunge style remains resolutely relevant. In particular, David Carson is one of the most famous of the «grunge typographer». His style defined

the grunge typography era. Also his style defined the design of «Отрок.ua». As a result connection between the current trends in the design of the press and this magazine.

There are some disadvantages in the design of this magazine. For example, cover of the magazine doesn't correspond to the topic of some issues of the magazine. But in general, design of this magazine completely fits into the trend of modern magazine design.

It's also important to note that some similar design trends we meet in the design of such leading non-religious press as «Esquire», «Сноб», «Interview».

All this allows us to say that «Отрок.ua» magazine design is atypical, breaking the stereotype of the usual design of Ukrainian Orthodox religious magazines.

But this topic provides an opportunity for further research.

Key words: visual communications, design, the current trends in the design, modern magazine design, Ukrainian religious press, David Carson, grunge style in design, associativity of visual images, multilevel photocompositions.

#### References

1. Antoshevsky, T. Religious mass media in Ukraine. Retrieved from: [https://risu.org.ua/ua/index/expert\\_thought/analytic/9808/](https://risu.org.ua/ua/index/expert_thought/analytic/9808/) [In Ukrainian].
2. Volkovsky, V. Orthodoxy and media: difficult co-existence or fruitful cooperation? Retrieved from: <https://www.religion.in.ua/main/30924-pravoslavyya-i-zmi-nelegke-spivisnuvannya-chi-plidna-spivpracya.html> [In Ukrainian].
3. Ivanyukha T.V. Mechanisms for the formation of moral and spiritual values of youth means of the press. Retrieved from: [irbis-nbuv.gov.ua](http://irbis-nbuv.gov.ua) [In Ukrainian].
4. Отрок.ua. –3 (75). –2015. – 64 p. [In Russian].
5. Отрок.ua. –4(76). –2015. – 64 p. [In Russian].
6. Отрок.ua. –5 (77). –2015. – 64 p. [In Russian].
7. Отрок.ua. –6 (78). –2015. – 64 p. [In Russian].
8. Отрок.ua. –1 (79). –2016. – 64 p. [In Russian].
9. Отрок.ua. –2 (80). –2016. – 64 p. [In Russian].
10. Отрок.ua. –3 (81). –2016. – 64 p. [In Russian].
11. Отрок.ua. –1 (82). –2017. – 64 p. [In Russian].
12. Отрок.ua. –2 (83). –2017. – 64 p. [In Russian].
13. Orthodox magazine for young people «Отрок.ua» Retrieved from: <http://festzmi.org/node/120> [In Russian].
14. Kharitonova S.V. Cover of the magazine: design and elements of the corporate style. Retrieved from: <http://www.journ.bsu.by/opisanie-fakulteta.html?id=308> [In Russian].