

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет української філології та журналістики
Кафедра журналістики

Кваліфікаційна робота
бакалавра

з теми: **«СТВОРЕННЯ КОНТЕНТУ І ЙОГО ОФОРМЛЕННЯ
У ЧАСОПИСІ “ЕСТЕТИКА СТИЛЮ”»**

Виконала:
студентка Zh1-B20 групи
спеціальності 061 Журналістика
Коваль Андріана Романівна

Керівник:
доктор філологічних наук, професор,
завідувач кафедри журналістики
Волковинський О. С.

Рецензент:
доктор філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української мови,
директор навчально-наукового інституту
української філології та журналістики
Коваленко Б.О.

Кам'янець-Подільський – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
ОПИС ПРОЄКТУ	6
ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТВОРЕННЯ ЧАСОПИСУ	11
ВИСНОВКИ	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	21
ДОДАТКИ	23

ВСТУП

Актуальність дослідження журналістики та модного видання підкреслюють, що мода є важливою складовою культури та суспільства. Ці видання відіграють важливу роль у формуванні модних тенденцій та підтримці інтересу до моди серед читачів і є інструментом реклами та просування продукції фешн-індустрії. Враховуючи стрімкий розвиток технологій та зміни споживчих звичок, модна журналістика та модні видання постійно розвиваються, адаптуючись до нових умов. Тому вивчення цих видань дозволяє визначити нові тенденції та напрямки розвитку та оцінити їх вплив на суспільство.

Вивчення деталей розробки публікацій, які присутні у модній журналістиці, і створення власного журналу є важливими для розуміння індустрії моди та її впливу на культуру та економіку. Глянцеві видання відіграють важливу роль у формуванні модних тенденцій і культурних впливів. Вивчення особливостей розвитку екстравагантних видань серед фешн-журналістів допоможе зрозуміти, як вони адаптуються до змін споживчих звичок і технологій, які стратегії використовують для залучення аудиторії та рекламодавців. Щоб створити власний журнал, необхідно вивчити особливості розробки яскравих публікацій у модній журналістиці, щоб використовувати елементи, які привернуть увагу цільової аудиторії та рекламодавців.

Враховуючи стрімкий розвиток цих публікацій та зміну споживчих звичок, це дослідження дозволяє виявити нові тенденції та проблеми, які потребують уваги та вирішення. Актуальність дослідження полягає в тому, що індустрія моди є однією з найбільш швидкозмінних та динамічних галузей, яка впливає на культуру та економіку. Вивчення особливостей розвитку глянцевого видання модної журналістики та створення власного журналу є ефективним у розробці нових стратегій та інновацій в індустрії моди.

Науковий інтерес до вивчення особливостей розвитку глянцевого пластинок у фешн-журналістиці визначають науковці різних галузей: медіазнавства, культурології, журналістики, соціології тощо. Венгерська В. О., Давидова О. П., Передирій В. А., Сушкова О. М. Такі вчені, як і інші, своїми роботами зробили значний внесок у дослідження цієї теми [4; 6; 9; 10].

Мета дослідження полягає у визначенні модної журналістики, особливостей глянцевого журналів та розробці власного журналу «Естетика Стилю».

Відповідно до мети дослідження сформульовані **ключові завдання**:

- Проаналізувати сучасний медіаринок, виявлення ніші для журналу «Естетика Стилю»;
- Розробити загальну концепцію для майбутнього журналу;
- Обрати, описати та інтерпретувати контент для журналу;
- Розробити візуальну ідентичність журналу;
- Технічно зверстати та вичитати журнал;
- Написати технічну документацію по розробці журналу;

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є фешн-журналістика та її типологічні особливості.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є теоретично обґрунтована розробка власного журналу.

Методи дослідження. Базовим методом дослідження є аналітичний, який окреслює аналіз періодичних видань в Україні та світі. Використовуються системний аналіз для вираження провідних аспектів періодичних видань. Завдяки методу узагальнення даних науково-методичної літератури ми обґрунтували базові класифікаційні ознаки фешн-журналістики. Під час дослідження було використано також методи індукції, дедукції, спостереження та журналістикознавчі методи: контент-моніторингу та контент-аналізу.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що на базі аналізу становлення журналів у світі та визначення їх особливостей, нами було створено концепцію, розроблено дизайн і стратегію просування власного глянцевого фешн-журнал «Естетика Стилю».

Сфера застосування. Отримані результати можна використовувати для надання актуальної інформації про новини та тенденції моди. Також роботу можна використати для черпання інформації, рекламних можливостей та джерела натхнення. Робота може бути присутня на інформаційних сайтах в вільному доступі.

Структура й обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, які становлять 13 найменувань, і додатків. Загальний обсяг роботи становить 23 сторінки.

ВИСНОВКИ

Розробка часопису «Естетика стилю» є дуже цікавим та складним процесом, що включає безліч етапів та аспектів, що вимагають ретельного планування, технічних знань та творчого підходу. Вибір програми для створення макету припав на Adobe InDesign, через його потужні можливості та гнучкість, ми змогли реалізувати всіх необхідні функції та досягти високої якості розробки проєкту. Процес розробки розпочинали з визначення формату та основних параметрів роботи, такі як кількість сторінок, налаштування сітки сторінок, створення шаблонів та налаштування типографіки. Все це лежало в основі для забезпечення чіткої структури та якісного і професійного вигляду.

Стиль часопису «Естетика стилю» заснований на принципах легкості, мінімалізму та українського стилю. Легкість досягається за допомогою просторих інтервалів, світлої кольорової палітри та використання простих шрифтів, що робить журнал легким для будь-якої аудиторії та естетично привабливим. Акцент на мінімалістичний стиль проявляється у використанні рівних ліній, простих форм та зазначеної палітри кольорів, що візуально дозволяє уникнути перевантаження сторінки та створити функціональний та зрозумілий дизайн. Український стиль відображається через використання фото, ілюстрацій та орнаментних вставок традиційних мотивів та відповідної кольорової палітри, що висвітлює журнал у національному колориті та підкреслює його культурну ідентичність.

Основні технічні параметри журналу, такі як, кількість сторінок, розташування полів та колонок, основний формат, вибір шрифтів для тексту, кольорова палітра для тексту і фото та якісне оформлення зображень, були ретельно розроблені для забезпечення найвищої якості та відповідності до останніх сучасних стандартів друку. Використання Adobe InDesign дає можливість об'єднати всі ці параметри в єдиний загальний дизайн, і створити професійне та естетично привабливе видання.

Практичний результат роботи над журналом виявився неоціненний досвід. Знання та навички набуті у галузі верстки та дизайну друкованих видань стануть міцним фундаментом для подальшої професійної діяльності. Працюючи з Adobe InDesign я змогла опанувати ряд інструментів та прийомів, які гарантують високий рівень дизайну та функціональності видань. Також, розробка журналу «Естетика стилю» стало можливістю для реалізації власних творчих ідей та втілення культурних цінностей у сучасному графічному дизайні.

Тому, процес розробки журналу «Естетика стилю» продемонстрував всі переваги підходу до створення друкованих видань, в якому технічні характеристики, стилістичні рішення та практичний досвід гармонійно поєднуються для досягнення високоякісного результату. Проєкт став важливим етапом у професійному розвитку та надав великий багаж досвіду, що відкриває нові можливості для подальших творчих та професійних досягнень у сфері графічного дизайну та видавничої справи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Астапцева Х. А. Репрезентація моди на шпальтах жіночих часописів Львова (кінець XIX – перша третина XX ст.). *Наукові записки Української академії друкарства*. 2016. Вип. 2 (53). С. 380–395.
2. Валуєнко Б. В. Зовнішнє оформлення друкованих видань : Способи композиційного зв'язку шрифту і зображення. Київ : Друкарство. 1999. С. 12–13.
3. Васківська О. Є. Сучасний стан та перспективи розвитку соціальних мереж як платформи для журналістської діяльності. *Contemporary International Relations: Topical Highlights of Theory and Practice*. 2023. С. 34-42.
4. Венгерська В. О. Журнали мод як відображення соціальної стратифікації радянського суспільства. *Сторінки історії*. 2019. № 48. С. 207-223.
5. Городенко Л. М. Нові медіа: журналістика чи комунікація? *Current issues of mass communication*. Київ: Нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т ж-стики. 2013. Вип. 14. С. 65-69.
6. Давидова О. П. Лінгвістичні особливості фешн-текстів. *Наукові записки .Сер. : Філологічна*. Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». 2013. Вип. 37. С. 102-103.
7. Мамич М. В. Мотиваційна та маніпулятивна інтенція медіатекстів підконтенту «огляд моди» в журналі «Жінка». *Записки з українського мовознавства*. 2016. Вип. 23. С. 228–238.
8. Передирій В. А. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853– 1939 рр.) : анотований каталог. Львів : МЕТА, 1996. 191 с.
9. Сушкова О.М. Типологія періодичних видань для жіночої аудиторії. *Вісник КиМУ*. Київ: КиМУ. 2004. Вип.3. С. 68-79

10. Технологія газетно-журнального виробництва : навчальний посібник / Гавенко С. Ф., Сельменська З. М., Кулік Л. Й., Назар І. М. Львів : Українська академія друкарства, 2009. 304 с.
11. Tuten, H., & Temesvari L. Popular science journalism: facilitating learning through peer review and communication of science news. *Journal of College Science Teaching*. 2013. № 42. P. 46-49.
12. Bilohrats K. R. Target audience of the popular science information in media: peculiarities and classification. Science and education a new dimension: *Humanities and Social Sciences*.
13. Brumfiel G. Science journalism: Supplanting the old media? *Nature*. 2009. Vol. 458(7236),P.274-277.