

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА УКРАЇНОЗНАВСТВА

РОЗРОБКА МОЛОДІЖНОГО ЖУРНАЛУ «РІВНЕ МОЛОДЕ»

**Бакалаврська кваліфікаційна
робота (проект)**

студентки групи ЖУР-41
освітньої програми «Журналістика»
спеціальності 061 «Журналістика»

Козяр Діани Юріївни

Керівник – Супрун Л.В.,
доктор наук із соціальних
комунікацій, професор кафедри
журналістики та українознавства

Рецензент – Демедюк Н.В., старший
викладач кафедри журналістики та
українознавства, генеральний
директор Медіа-центру «Третя
столиця»

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Л.Д.Малевич

Протокол засідання кафедри №10
від 23.05.2022

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	3
1.1. Теоретична база.....	3
1.2. Обґрунтування проєкту.....	5
1.3. Мета і завдання роботи.....	7
1.4. Специфіка аудиторії.....	8
1.5. Технічні і програмні засоби.....	9
1.6. Сфера застосування.....	10
1.7. Висновки.....	11
II. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	14
III. ДОКУМЕНТАЦІЯ	
IV . ПРОЄКТ	

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база

Наша країна зараз переживає нелегкий час, кожен її громадянин мусить бути поінформованим у тому, що відбувається навколо нього. ЗМІ йому у цьому допомагають. А саме молодіжна преса допомагає молоді бути обізнаним та поінформованим у будь якій сфері. Преса для молоді має багаторічну історію розвитку. Нікому не секрет, що молодь зараз читає книги дуже рідко, тому потреба у молодіжних ЗМІ, з кожним роком, дуже зростає.

Саме час визначити **актуальність** такого проєкту, вона полягає в тому, щоб на практиці спробувати створити свою оригінальну версію журналу, розробити саму концепцію видання, яке зацікавило б молодь, враховуючи стиль, смаки, інтереси та вподобання читачів.

Історія української молодіжної преси розпочалася з 1860 році, коли студенти Київського ВНЗ почали видавати рукописний журнал «Самостійне слово». Одні з перших самостійних молодіжних видань з'явилися в країні вже в жовтні-листопаді 1917 року. Зараз в Україні чи не кожен університет видає свою студентську газету чи журнал.

Незважаючи на те, що є безліч як друкованих, так і онлайн-журналів для молоді, попит на такі ЗМІ дуже великий. Зрештою, багатьом людям важко визначитися, який із таких журналів варто читати та за яким із журналів варто пізнавати світ.

Діяльність журнальних видавництв, їх ознаки, характеристики та роль у соціальних і, зокрема, ідентифікаційних процесах сучасного суспільства досліджували багато західних вчених (М. Кастельс, Н.Луман [14], М. Мак-Люен [22], Е.Тоффлер та інші). Деякі з них погоджуються з думкою, що ЗМІ сьогодні мають досить значний вплив на громадську свідомість в цілому, визначають і спрямовують процеси, що характеризують суспільство, в тому числі зумовлюють процеси соціального самовизначення, впливаючи на вибір

молодих людей, а також на характер, форму та тип його соціальної ідентичності. У зв'язку з цим, можна сказати цілком точно, що читацька аудиторія, яка найшвидше реагує на соціальні зміни – це молодь, яка нині покликана створювати й транслювати нові стилетворчі та ціннісно-нормативні орієнтири суспільства, актуальні зразки соціальної поведінки. Однак, іноді молоде покоління часто зіштовхується зі складнощами у пошуку та виборі соціальних і моральних орієнтирів.

Глянцеві журнали, зазвичай, друкуються на цупкішому папері та мають міцну гляцеву обкладинку, це, до речі, суттєво впливає на їхню цінову політику. Відповідно до цього, наступною ознакою подібних видань є найвища поліграфічна якість. Ілюстрації у цих журналах є одним із найяскравіших прикладів використання всіх інформативно-образотворчих та художньо виразних можливостей сучасного фотомистецтва. Це є дуже важливим, адже важливу роль при першому враженні від журналу відіграють якісні ілюстрації, кольори, яскравість та чіткість виконання друку [6, с. 28]. Щоправда, гляцеві журнали зазвичай менше читають, а більше дивляться, переглядають і листають. У таких журналах це є важливою і домінантною рисою, тому що всі інформаційні матеріали не містять у собі важкості, а є виключно для релаксу та відпочинку. Візуалізація відіграє одну з найважливіших ролей у створенні гляцевих журналів, адже дуже потрібно, аби картинка чітко доповнювала текст і відповідала заданій тематиці.

Будь-який журнал має свою власну читацьку аудиторію, тобто орієнтацію на певну вікову або ж гендерну групу людей. Коло читачів таких журналів ділиться за інтересами, класовою приналежністю та віком.

Статті у молодіжних журналах присвячені найчастіше таким темам: спорт, культура, новини, відпочинок, мистецтво, здоров'я, хобі, кар'єра, цікаві історії, позитив. Вибір контенту для свого молодіжного журналу та якість поданих у ньому матеріалів відповідають за успіх молодіжного

видання. Адже, грамотно-складений та структурований контент залучає до себе чи не найбільше читачів з різних куточків світу [20, с. 99].

Важливим компонентом є визначення образів та кольорів на обкладинці глянцевого журналу. Поєднання цих елементів вибудовується в такий спосіб, що вибір покупця вже завчасно визначено. Яскравість кольорів, привабливі образи, чіткі, зрозумілі та короткі фрази на обкладинці в сукупності з сенсом – це все, однозначно, заохочує читача купити глянцеве видання [6, с. 30].

Митці, які створюють такі журнали, до дрібниць продумують усе, продумують відповідно до загальних характеристик психічного настрою людини, вибудовують стратегію успішного просування своєї продукції.

1.2. Обґрунтування проєкту

Представлений проєкт – журнал «Рівне Молоде» – молодіжне глянцеве видання, яке розраховане як на жіночу, так і на чоловічу аудиторію віком від 16 до 35 років, які цікавляться мистецтвом, спортом, культурою, а також новинами про сучасне життя молоді в Рівному.

Структура молодіжного журналу Рівненщини під оригінальною назвою «Рівне Молоде» складається з:

- Яскравої обкладинки, яка привертає увагу читача за рахунок круто підібраної фотографії, незвичного дизайну та поєднання насичених кольорів;
- Постійних рубрик, які містять у собі статті на визначені теми;
- Реклами, яка присутня на сторінках журналу.

Взагалі, видання для молоді «Рівне Молоде» не дотримується чіткої послідовності та логічності у змісті, адже статті на одну тему можуть з'являтися як на початку, так і на середині або наприкінці номера.

Рубрикація нашого молодіжного видання «Рівне Молоде» була розроблена так, щоб читачу було максимально цікаво та зручно сприймати подану інформацію. Рубрики розділені між собою наявністю рекламного матеріалу, який слугує певним маркером для розмежування контенту і надання візуальної інформаційної розрядки читачеві.

У журналі «Рівне Молоде» присутні наступні **рубрики**:

- Новини
- Наші на війні (втрати),
- Мистецтво проти війни,
- Поезія незламна,
- Не вигадані історії,
- Приклад для молодих,
- Есе, роздуми,
- У нас свій фронт,
- Калейдоскоп розваг.

Надзвичайно потрібними та зворушливими є рубрики «Наші на війні (втрати)» та «У нас свій фронт», яка не залишає жодного читача байдужим до війни, яка прийшла в нашу країну.

Дуже цікавими, на нашу думку, є рубрики «Не вигадані історії» та «Поезія незламна», адже вони піднімають надзвичайно актуальні теми.

Графічний дизайн рубрикації був розроблений на основі популярних молодіжних глянцевого видань з такою метою, щоб приваблювати увагу постійних читачів, а основний контент, який містить новизну, був завжди у полі зору.

1.3. Мета і завдання роботи

Мета даного проєкту – розробити власну концепцію молодіжного журналу під назвою «Рівне Молоде», проаналізувати та розглянути характеристики, особливості, переваги і недоліки глянцевого журналу.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Розробити концепцію власного журналу для молоді.
2. Визначити основні ознаки й особливості такого типу журналу.
3. Обрати відповідні текстові форми публікацій.
4. Розробити структуру й рубрикацію молодіжного журналу.
5. Детально розглянути особливості створення індивідуального образу електронного та друкованого журналу.

Під час формування і створення молодіжного видання Рівненщини було виконано такі завдання:

- розроблено ідею дизайну та оформлення;
- визначено незмінну концепцію і призначення журналу;
- створено оригінальний контент;
- виділено постійні журнальні рубрики;
- здійснено ретельне опрацювання матеріалів;
- підібрано лише актуальну інформацію;
- проведено редагування текстів та внесено правки до них.

Об’єктом дослідження даної роботи є – особливості та специфіка молодіжних друкованих на онлайн-видань в аспекті розвитку журнальної медіа-індустрії.

Предмет дослідження – формування концепції, структури, розробка і наповнення актуальною та потрібною інформацією журналу для молодого покоління «Рівне Молоде».

1.4. Специфіка аудиторії

Визначення цільової аудиторії журналу «Рівне Молоде». Насамперед – це сучасна українська молодь, в нашому випадку, молодіжна спільнота Рівного та регіону. Цільовою аудиторією нашого журналу, в основному, складають студенти, учні старших класів, молоді спортсмени, науковці, творча молодь. Вікова категорія цільової аудиторії – від 16 до 35 років, тобто фактично обмежена, оскільки видання заздалегідь було розроблено саме для молодих людей і позначалося як молодіжний журнал.

Молодіжний журнал «Рівне Молоде» – це друковане видання, яке випускається державною мовою України, призначене для широкого кола читачів, має незмінну назву та рубрики, містить багато інформаційного матеріалу, супровідних ілюстрацій, змістового наповнення, яке може допомогти сучасній українській молоді бути обізнаними.

Головна концепція і тематика видання – це надання молодим людям інформації, яка представлена у формі розгорнутих текстів, статей, що супроводжуються фотоілюстративним матеріалом, який подано в оригінальному дизайні, із додаванням реклами.

Цільове призначення журналу «Рівне Молоде» є більш інформаційним, адже у цей час, розважальний журнал є не цілком доречним, а також наше видання містить в собі велику кількість матеріалу саме інформативного характеру.

Під час розробки журналу, потрібно зосереджувати свою увагу на кожній дрібниці: підбір та розмір шрифту, вдало виділені заголовки та рубрики, грамотно розподілено матеріал між собою. І це все для того, аби не здійснювати на читача значного смислового навантаження. Внутрішнє наповнення такого видання оформлено за принципом, що фото і реклама не заважають читати текст, розуміти його суть, зміст та формувати свої власні враження від прочитаного.

1.5. Технічні й програмні засоби.

У технічній конструкції журналу під назвою «Рівне Молоде» використовуються такі технічні і програмні засоби:

- стриманий кольоровий стиль, без раптових контрастів;
- графічно правильно підібрані різноманітні шрифти та кеглі для назв рубрик, заголовків і основного тексту;
- чітке та грамотно розподілений контент між собою;
- логічно розміщені заголовки, ілюстративний матеріал, колонтитули та текстове наповнення.

Технічні особливості створення макету обкладинки:

- ❖ обкладинка кольорова;
- ❖ формат А4;
- ❖ назва: «Рівне Молоде»;
- ❖ шрифт: Playfair Display;
- ❖ кегль: 105.

Обкладинка молодіжного глянцевого журналу «Рівне Молоде» виконана у сучасному, проте стриманому стилі. На обкладинці видання розміщена ілюстрація основного матеріалу, про який можна детальніше почитати всередині даного номера видання.

У нашому журналі було дотримано усіх необхідних норм і вимог розміщення певних елементів на обкладинці. А саме:

- ✓ назва журналу;
- ✓ місяць, рік видання;
- ✓ анонси висвітлених тем на сторінках видання.

Реклама у журналі «Рівне Молоде» доволі цікава та яскрава. Це, в свою чергу, дуже приваблює увагу читача. У цьому номері розміщена різнотипна реклама.

Макет внутрішнього блоку журналу «Рівне Молоде» виглядає так:

- формат А4;

- обсяг: 16 сторінок;
- стиль: кольоровий.

Для виділення найважливішого у тексті, для яскравого візуалу було використано такі шрифти: Bogart, Playfair Display, Times New Roman, Anaphora і Arsenica, які постійно поєднувалися між собою.

Колонтитули та номери сторінок знаходяться статично на одному місці для того, аби читач міг одразу побачити навігацію журналу і запам'ятати ту сторінку, на якій він зупинився.

Зміст молодіжного журналу «Рівне Молоде» чітко розмежований по рубриках, систематизований і логічно оформлений. Це допомагає потенційному читачу з легкістю обрати конкретний матеріал, який би його зацікавив і відповідно до цього, швидко перейти на обрану ним сторінку.

Верстка журналу «Рівне Молоде» здійснювалась за допомогою програм Canva, Adobe Photoshop, Adobe InDesign та Powerpoint, які є одними з основних дизайнерських програм для створення макетів журналів або для художнього редагування. Журнал збережений у форматі PDF.

1.6. Сфера застосування

Чи не щодня, світ поповнюється новими журналами для молоді, і тому виникає велика потреба у розробці власного, оригінального і неповторного стилю, образу видання. Створення фірмового стилю, постійних компонентів, іміджу молодіжного журналу – доволі складний процес, адже для цього необхідно дотримуватися змістовної концепції, яка була створена заздалегідь групою професійних дизайнерів або редакторів. Формування образності журналу та його візуальні характеристики – основа фірмового стилю, сукупність графічних, кольорових, композиційних прийомів, які забезпечують єдність усіх складових частин видання, рекламних заходів, а

також, вони сприяють ідентифікації, запам'ятовуванню, кращому сприйняттю аудиторією інформації, яка подана у глянці [18, с. 172]. Якщо брати до уваги більш вузьке розуміння образу журналу, то – це сукупність його логотипу, кольорової гама та принципів графічного оформлення. У ширшому значенні сформований і довершений образ молодіжного видання надає йому індивідуальний і неповторний імідж, який слугує якимось чином певним маркером або інформаційним носієм, що ідентифікує та дає змогу виділитися серед інших журналів.

Творчий проєкт – журнал «Рівне Молоде» реалізовано в якості друкованого, а також електронного видання молодіжного журналу. Родзинкою такого типу журналу може стати публікація у ньому творів молодих та юних читачів, таким чином журнал буде мати свою новизну та не буде схожим на звичайні журнали. Авторами публікацій у нашому журналі могли б стати юні та молоді письменники нашого краю.

Щодо практичного значення одержаних результатів роботи, то воно полягає в тому, що результати і матеріали дослідження можуть бути використані у діяльності журналістів або редакторів глянцевого журналу, а також можуть застосовуватися на кафедрах і факультетах журналістики для вивчення того чи іншого питання щодо журнальної індустрії.

Наукова новизна нашого проєкту та одержаних у ньому результатів полягає, насамперед, у розробці власного молодіжного журналу, присвяченого темі молодіжного середовища міста Рівного та області, та у викладі індивідуального бачення щодо структури такого видання.

1.7. Висновки

У висновку зазначимо: план проєкту, концепція, структура, контент-план і реалізація молодіжного видання «Рівне Молоде» є успішними,

вдалими, а саме видання може користуватись попитом на інформаційному ринку. Технічні особливості журналу, а також його художньо-візуальні характеристики, вже з першого погляду розкривають читачам оригінальність журналу такого типу.

Для досягнення успішного результату у формуванні власного видання для молоді було:

- здійснено аналіз запитів читачів на молодіжну тематику;
- деталізовано актуальність проєкту;
- сформовано концепцію та стратегію такого типу журналу;
- визначено потенційну цільову аудиторію журналу;
- здійснено поділ на рубрики;
- детально описано загальну структуру видання;
- об'єктивно аргументовано інформаційне наповнення журналу;
- доведено мету таких журналів, призначення, вплив на реципієнтів;
- дотримано всіх технічних і художніх вимог;
- виокремлено власний доробок молодіжного журналу під назвою «Рівне Молоде»;
- здійснено написання власних статей і вибір публікацій з мережі Інтернет;
- детально описано технічні особливості видання: розробка обкладинки, внутрішнього наповнення;
- здійснено підбір шрифтів та колористики;
- деталізовано підготовчий та видавничий етап формування видання.

Можемо стверджувати, що молодіжні журнали займають важливе місце у сучасних ЗМІ. Головною метою таких журналів є інформувати своїх читачів у багатьох сферах, забезпечувати актуальними новинами, а також заохочувати до читання не тільки журналів, а й різного типу ЗМІ.

Проєкт «Рівне Молоде» – це молодіжний журнал, який презентує інформацію зі світу молоді Рівного. Журнал «Рівне Молоде» є конкурентноспроможним на інформаційному ринку, актуальним,

привабливим і необхідним для молодого покоління Рівненщини, яке пізнаватиме соціокультурний простір рідного краю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамс С. Мориока Н. Дизайн цвета: практикум. Москва: РИП-холдинг, 2006. 240 с.
2. Бравчук Я. Жіноча преса Данії: основні типологічні моделі та особливості її функціонування у системі друкованих періодичних видань. *Видавнича галузь і кадри: досягнення, проблеми, перспективи: науково-практичний збірник*. Львів, 2002. С. 90–97.
3. Ванг А. Ефективність онлайн журналів. Нью-Йорк: Міжнародний журнал мобільного маркетингу, 2011. С. 63–77.
4. Васильченко В. Нові тенденції у мові мас-медіа: мовна гра. *Матеріали XIII міжнародної науково-технічної конференції «ABIA-2017»*. Київ: НАУ. 33.28–33.32 с. URL: http://avia.nau.edu.ua/doc/avia-2017/AVIA_2017.pdf (дата звернення: 14.01.2022)
5. Демченко В. Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читацького сприйняття. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2002. №8. С. 9–13.
6. Єжижанська Т. Візуальна комунікація. *Філологічні науки. Літературознавство*. 2012. С. 28–32.
7. Житарюк М. «Елітна», «елітарна», «опінієтворча», «якісна» преса і преса думок: синоніми чи пароніми. *Вісник Львівського університету. Серія журналістики*. 2001. №21. С. 194–197.
8. Зінюк А.В. Теоретичний аналіз концепцій впливу ЗМІ на суспільство. *Сучасні соціально-гуманітарні дискурси: матеріали Всеукраїн. наук. конф.* Дніпропетровськ: Інновація, 2011. С.128–131.
9. Каверіна А. Ключові тенденції в українському медіапросторі. *Молодий вчений: науковий журнал*. 2015 № 10 (25). С. 200–204.
10. Каверіна А. Унікальні риси інтернет-ЗМІ. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. С.38–39.

- 11.Левчук Л., Пролеєв С. Естетика на межі епох. *Філософська думка*. 2009. № 6. С. 5–20.
- 12.Колісник О. Типологія Інтернет-ЗМІ як журналістичнознавча проблема. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2010. № 30. С. 202–208.
- 13.Конах В. Інтернет-ЗМІ в Україні: проблеми визначення нормативноправового статусу та врегулювання діяльності. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1085/>.
- 14.Луман Н. Поняття цілі і системна раціональність: щодо функції цілей у соціальних системах (пер. з нім. М. Бойченко, В. Кебуладзе). Київ: Дух і літера, 2011. 336 с.
- 15.Остапчук С. Гендерні аспекти мовлення: на прикладі сучасних українськомовних друкованих ЗМІ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2018. №13. С. 52-56.
- 16.Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння. Медіакритика. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.
- 17.Різун В. Теорія масової комунікації: підручник для студ. галузі «Журналістика та інформація». Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
- 18.Ромах О. Зміст та структура глянцевого журналу. *Аналітика культурології*. 2009. № 14. С. 170–176.
- 19.Сушкова О. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості. Суми: Судум, 2009. 145 с.
- 20.Шаповалова Г. Комунікативна стратегія сучасних українських журналів для жінок. *Вісник Ужгородського університету*, 2009. Вип. 20. С. 97–101.
- 21.Шевченко В. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2007. №28. С. 43–48.

- 22.Мак-Люен М. Галактика Гутенберга: становлення людини друкованої книги; пер. з англ. А. А. Галушки, В. І. Постнікова. Київ: Ніка-Центр, 2015. 388 с.