МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

МАУП

ISSN 3083-6557 print

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Гуманітарні та соціальні науки: сучасні тренди й виклики

Випуск 2 (49), 2025

Київ
2025

СУЧАСНІ МЕДІА Й ЖУРНАЛІСТИКА:
ВИКЛИКИ ЦИФРОВОЇ ЕПОХИ

Андрій БАРЙОЛО
Особливості цифрової медіакомунікації у відділі маркетингу ТОВ "Компанія Новелла" 59

Євгенія БІРЮКОВА
Концепція та дизайн-макет журналу про фотографію "Фокус на..." 65

Дмитро БОНДАРЕНКО
Цифрова етика в епоху клікбейту та фейкових новин 73

Олександра ГУБАРЬ
Дизайн, жанрова система, структура та тематика журналів про подорожі: український і закордонний досвід 79

Кіра ГРОЗА
Особливості жанрової системи та дизайн-макетів сучасних українських ("Дніпро", "Легіт") і зарубіжних ("Typehouse", "Thimble") журналів 84

Ірина ІВАНЮК
Концепція та дизайн-макет туристичного журналу "Вільний Київ" 89

Сніжана КИЧМА
Концепція та дизайн-макет кіножурналу "25-й кадр" 96

Діана КОЛІСНИК
Контент, жанри, дизайн українських ("Burda Україна", "Marie Claire Ukraine") і зарубіжних ("Vogue", "Harper's Bazaar") жіночих журналів про моду: порівняльний аспект 102

Роман КУЛІКОВ
Сучасні українські і зарубіжні мультиплікаційні журнали: порівняльний аспект: "Netflix family magazine", "Animation magazine", "Колобочок", "Розумашки" 106

Маргарита ЛИКОВА
Трансформації комунікативних процесів у контексті державного управління інформаційною сферою 112

Олександр ЛИСЕНКО
Місце медіа в системі державної інформаційної політики в Україні 114

Вероніка ЛИТВИНОВА
Наукові підходи до визначення поняття "медіакомунікації" 118

Руслана ЛИТОВКА
Сучасні закордонні та українські журнали про автомобілі: порівняльний аспект 121

Анна МАЛЬЧЕВСЬКА
Концепція та дизайн-макет журналу "Про футбол" 126

Діана КОЛІСНИК
здобувачка вищої освіти 3 курсу МАУП
за спеціальністю "Журналістики"

Науковий керівник:
***Ганна ХОЛОД**, кандидат філологічних наук,*
професор кафедри політології та журналістики МАУП

КОНТЕНТ, ЖАНРИ, ДИЗАЙН УКРАЇНСЬКИХ ("Burda Україна", "Marie Claire Ukraine") І ЗАРУБІЖНИХ ("Vogue", "Harper's Bazaar") ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ ПРО МОДУ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

Вступ

Сучасні модні журнали — це більше, ніж просто інформація про одяг. Вони формують наш стиль, показують тренди, пропонують власні стандарти моди, демонструють мистецтво та висвітлюють глобальні соціальні проблеми. Метою даного дослідження є аналіз та порівняння контенту, жанрової системи та візуального оформлення чотирьох жіночих журналів про моду: двох українських — "Burda Україна" та "Marie Claire Ukraine", та двох зарубіжних — "Vogue" і "Harper's Bazaar". Порівняння дасть змогу побачити, які теми переважають у жіночій глянцевій журналістиці та як по різному подається мода через жанри й візуальне оформлення.

Актуальність дослідження. Світ медіа швидко змінюється і стає більш цифровим. Тому важливо зрозуміти, чи залишаються друковані модні журнали ефективними та актуальними в цих умовах. А також порівнюючи наші журнали із закордонними, ми можемо побачити, які тенденції є спільними для глянцю по всьому світу, а які унікальні для різних країн та суспільств.

Методи й методика дослідження

Контент-аналіз застосовано для дослідження текстових та візуальних матеріалів журналів. Категорії аналізу включають: домінуючі тематичні напрямки, жанрову систему, структуру подачі інформації. Візуальний аналіз використовується для дослідження оформлення обкладинок, логотипів, палітри кольорів, головних зображень та розташування тексту. Порівняльний метод став основним інструментом для зіставлення отриманих даних українських та зарубіжних виданнях.

Узагальнення та систематизація дозволять структурувати отримані дані, виділити основну інформацію та сформулювати висновки.

Вибір саме цих методів дозволяє отримати необхідну і формацію для реалізації мети дослідження.

Сучасні модні журнали — це не просто інформація про одяг. Вони формують наш стиль, показують тренди, пропонують власті стандарти моди, демонструють мистецтво та висвітлююсь глобальні соціальні проблеми.

Порівняння українських видань "Burda Україна" та "Marie Claire Ukraine" із зарубіжними "Vogue" і "Harper's Bazaar" дає змогу побачити, які теми переважають у жіночій глянцевій журналістиці й як по-різному подається мода через жанри, образи й візуальне оформлення.

"Vogue (*Bor*, фр. "мода") — щомісячний журнал про моду, заснований у 1892 році. Нині авдиторія Vogue — це жінки, що зацікавлені модою, у віці від 25 до 45-ти років[3]. Є найвпливовішим модним виданням у світі та "біблією моди". Версії журналу випускаються у двадцяти країнах світу" [1]. Він не просто розповідає про одяг, а поєднує інформацію, культуру та мистецтво. Основні напрями — презентації дизайнерських колекцій, роздуми про жіноче тіло й вік (зокрема матеріал "The Age of Influence" про менопаузу), а також статті про театр, архітектуру та сучасне мистецтво.

На сторінках можна побачити світових знаменитостей та дизайнерів (якот Кендалл Дженнер чи Марк Джейкобс), що підтверджує високий статус видання.

Жанрова система охоплює статті, есе, аналітичні матеріали, репортажі та літературні уривки ("The Next Chapter", "Range Life", "French Connection"). Такий різновид тем та жанрів робить журнал цікавішим і демонструє аудиторії, що мода це частина культури, а не просто одяг.

Розглянувши обкладинку журналу, можемо помітити, що кольори переважно природні (зелений, коричневий, блакитний), моделі розміщені на тлі природи (поле/галявина) [3].

"Журнал **"Harper's Bazaar"** — жіночий журнал про моду, що вперше вийшов у США 1867 року як щотижневик Harper's Bazar. Наразі виходить раз на місяць.

Журнал позиціонує себе як гід по стилю для жінок, які хочуть завжди одягатися за останніми модними трендами.

Цільова аудиторія — жінки із високим рівнем доходу, середній та вищий клас".

З моменту заснування журналу в ньому працюють одні з найкращих фотографів, художників, дизайнерів і журналістів, що дозволяє цим виданням щомісяця подавати своє власне витончене бачення світової моди, краси і поп-культури [2].

Цей номер присвячений темі "сильних захоплень" (*obsession*) — тому, що нас надихає, цікавить і впливає на сучасну культуру, моду та наш спосіб життя.

Журнал охоплює такі теми: репортажі про модні колекції та індивідуальне шиття ("Made to Measure"), матеріалів про самовираження ("WHY DON'T

YOU"), творчість і культуру ("Givēon", "Molto Milano"), а також дизайн та архітектуру ("No Place Like HOME").

Обкладинка виконана в насичених кольорах, а саме — синій та червоний. На білому фоні розміщена модель у яскравому одязі. Текст про моду та короткий опис контенту розташований ліворуч [4].

"Burda Україна" — це жіночий модний журнал, який відрізняється тим, що не просто показує тренди, а допомагає читачкам самостійно шити стильний одяг. Кожен випуск містить готові викрійки та покрокові інструкції.

Журнал фокусується на модних тенденціях (наприклад, "нове ретро", штучне хутро), навчанні шиттю через рубрику "Школа шиття" з детальними інструкціями та порадами.

Останній випуск за листопад 2025 року присвячений поверненню моди 60-х. Він дуже практичний тому, що тут присутні детальні технічні малюнки, викрійки, інструкції з шиття і навіть словник швейних термінів, щоб все було зрозуміло. Журнал також демонструє універсальність одягу, наприклад, як блейзер може стати основою гардеробу. Візуальний контент супроводжується детальними поясненнями. Переважно контент складається з інструкцій та пояснювальних текстів.

Основні жанри матеріалів в журналі Burda: нарис, огляд, замітка.

Логотип журналу округлий, без зачісок, на обкладинці зображена можете, яка сидить на білому фоні. Також весь вільний простір заповнений текстом, який розсіяний по краях. Кольори переважно сірі та блакитні [5].

Осінній випуск **Marie Claire Ukraine** за 2022 рік — це перший номер після повномасштабного вторгнення, він цілком присвячений війні, її наслідкам та адаптації українських жінок і культури до нової реальності. Видання висвітлює вплив війни на здоров'я (лікування шрамів), ментальне благополуччя, красу, а також роль національних символів та мистецтва (як-от бренди Bevza, Sova) у протистоянні. Журнал ставить болючу тему в центр уваги, підкреслюючи стійкість українців та їхню ідентичність. Для емоційності та акцентування уваги часто використовуються великі прямі цитати. Візуальний контент поєднує образи національної символіки з портретами та модними фотосесіями. Матеріали в журналі написані у різних жанрах: огляди, інтерв'ю, статті, есе та репортажі.

Логотип журналу без зачісок, літери округлі. Використовуються кольори української символіки (градієнт від жовтого до синього). На градієнтному студійному фоні зображена модель, повернута боком [6].

Результати дослідження

У ході дослідження контенту, жанрової специфіки та візуального оформлення українських (Burda Україна, Marie Claire Ukraine) та зарубіжних (Vogue, Harper's Bazaar) видань отримано такі дані.

Особливості оформлення українських (Burda Україна, Marie Claire Ukraine) і зарубіжних (Vogue, Harper's Bazaar) видань

Назва	Домінуючі теми	Жанрова специфіка	Дизайн	Логотипи та шрифти
Vogue	Мода, культура, архітектура, здоров'я	Есе, стаття, репортаж	Акцент на природності (фон обкладинки – галявина)	Шрифт антиква
Harper's Bazaar	Тренди, самовираження, дизайн інтер'єру	Есе, репортажі, статті	Насичені яскраві кольори	Шрифт антиква
Marie Claire	Війна, адаптація, національна ідентичність	Переважно інтерв'ю	Використання патріотичного градієнту	Гротескний шрифт
Burda	Створення одягу, шиття, інструкції	Інструкції, замітки, огляди	Стримані кольори, мінімалізм	Гротескний шоифт

Аналіз й обговорення результатів дослідження

Наш аналіз показує, що сучасні жіночі модні журнали змінюються, особливо в Україні. Вони стають платформами для обговорення важливих соціальних питань та національної ідентичності.

Наприклад, Vogue продовжує бути "біблією моди", поєднуючи її з мистецтвом та архітектурою, а Marie Claire Ukraine у 2022 році повністю адаптувався до воєнних реалій: замість порад про макіяж він писав про лікування шрамів та ментальне здоров'я. Це свідчить про те, що в кризові часи мода стає не просто одягом, а інструментом для зцілення та збереження себе.

Змінилися й жанри. Vogue використовує складні есе та аналітику, підтримуючи свій інтелектуальний імідж. А Marie Claire Ukraine демонструє великі цитати та інтерв'ю, перетворюючись на є документальний журнал, де важливий голос реальних людей, а не лише редакторів. Це говорить про те, що медіа стає більш відкритим і чуйним.

Є схожість у обкладинках журналів, а саме у Harper's Bazaar та Burda — модель на студійному фоні. Градієнт національних кольорів на обкладинці Marie Claire виступає не просто як елемент дизайну, а як політичний аспект. Vogue виділяється акцентом на природності.

Надалі буде цікаво спостерігати, чи повернеться український глянець до звичних тем після війни, або ж збереже свій соціальний фокус.

Висновки

Наше дослідження показало, що модні журнали сьогодні — це набагато більше, ніж просто інформація про одяг. Вони стали важливими платформами, які впливають на наші цінності та реагують на світові події. Закордонні видання (Vogue, Harper's Bazaar) поєднують моду з мистецтвом, а українські (Marie Claire Ukraine) під час кризи кардинально змінили напрям — від краси до важливої соціальної місії.

Vogue використовує складні есе, щоб підкреслити свій інтелектуальний статус. А Marie Claire Ukraine, перейшовши до інтерв'ю та прямих цитат підкреслив, що голос звичайної людини виявився важливішим за модні тренди. Навіть візуальне оформлення набуває нового значення. Українські видання використовують національну символіку та кольори як засіб культурного спротиву, тоді як світові глянці та Burda зберігають фокус на професійній фотографії.

Джерела

1. Учасники проектів Вікімедіа. *Vogue – Вікіпедія. Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Vogue (дата звернення: 19.12.2025).
2. Учасники проектів Вікімедіа. *Harper's Bazaar – Вікіпедія. Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Harper's_Bazaar (дата звернення: 19.12.2025).
3. Zinio. Digital magazine subscriptions. *Over : 10,000 publications*. URL: https://www.zinio.com/gb/publications/vogue/3624/issues/669073 (дата звернення: 15.11.2025).
4. Zinio. Unlimited access to 6,000+ magazines. *One low monthly subscription*. URL: https://www.zinio.com/ru/publications/harper-s-bazaar/2185/issues/671956/articles (дата звернення: 15.11.2025).
5. Journals.ua Reader: Burda style. № 11. URL: https://journals.ua/reader/36069.html?list=0 (дата звернення: 15.11.2025).
6. Journals.ua Reader: *Marie Claire*. URL: https://journals.ua/reader/35530.html?list=0 (дата звернення: 15.11.2025).

Роман КУЛІКОВ

здобувач вищої освіти 3 курсу МАУП за спеціальністю "Журналістика"

Науковий керівник:
***Ганна ХОЛОД**, кандидат філологічних наук,*
професор кафедри політології та журналістики МАУП

СУЧАСНІ УКРАЇНСЬКІ І ЗАРУБІЖНІ МУЛЬТИПЛІКАЦІЙНІ ЖУРНАЛИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ: "Netflix family magazine", "Animation magazine", "Колобочок", "Розумашки"

Вступ

Сучасна медіакультура переживає глибоку трансформацію, у якій особливе місце посідають візуальні комунікації, а саме — анімаційні медіа. Від мультфільмів і серіалів до інтерактивних платформ, анімація стає не лише розважальним, а й культурно-аналітичним інструментом, здатним осмислю-