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

Оксана МЕЛЬНИК
Особливості жанрової системи та дизайн-макетів сучасних українських ("Elle" і "Marie Claire") та американських ("Cosmopolitan" і "The Daily Front Row") жіночих журналів *135*

Валерія НІЦЕВИЧ
Концепція та дизайн-макет жіночого журналу про моду "RHYTHM" *142*

Анна ПАНЮШЕВА
Специфіка висвітлення проблеми безпритульності тварин у сучасних зарубіжних журналах ("AWI Quarterly" та "Animal Welfare") *148*

Діана САДУЛЛАЄВА
Сучасні українські ("Краєзнавство", "Локальна історія") та зарубіжні ("Kultura wsi", "Osorya") краєзнавчі журнали: порівняльний аспект *152*

Євгеній СІРИЙ
Сучасний спектр інтернет-медіа культурної проблематики *158*

Міхаіл СУТКОВИЙ
Вплив журналістики на суспільство: філософське осмислення користі та шкоди *162*

Ганна ХОЛОД
Специфіка ігрових елементів у друкованому журналі "TOTAL FILM" за 2005 рік *168*

Олександр ХОЛОД
Роль журналістики Китайської Народної Республіки в збереженні культурної ідентичності та політичного контролю *172*

ПСИХОЛОГІЯ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН: НОВІ ПІДХОДИ Й МЕТОДИ

Вікторія КАРЦЕВА
Несвідомі психологічні механізми та свідомі стратегії збереження психічної цілісності особистості в умовах соціальних та життєвих змін *179*

Яна ОЧЕРЕТЯНА
Психологічна безпека студентської молоді в умовах цифрової трансформації *184*

Кіра РУДЕНКО
Особливості формування посттравматичного зростання особистості в умовах тривалої військової агресії *190*

СОЦІАЛЬНІ НАУКИ В МЕДИЧНІЙ ПРАКТИЦІ: ПСИХОЛОГІЯ ТА КОМУНІКАЦІЯ В СТОМАТОЛОГІЇ

Юлія ЯКИМЕЦЬ
Соціальні науки в медичній практиці: психологія та комунікація в стоматології *194*

Оксана МЕЛЬНИК
здобувачка вищої освіти 3 курсу МАУП
за спеціальністю "Журналістика"

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

ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРОВОЇ СИСТЕМИ ТА ДИЗАЙН-МАКЕТІВ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ("ELLE" І "MARIE CLAIRE") ТА АМЕРИКАНСЬКИХ ("COSMOPOLITAN" І "THE DAILY FRONT ROW") ЖІНОЧИХ ЖУРНАЛІВ

Вступ

Проблема дослідження. Сучасні жіночі журнали формують інформаційний простір українок різного віку, публікуючи контент, який охоплює не лише традиційні сфери стилю, моди та краси, але й активно висвітлює різноманітні питання соціального дискурсу. Глянцеві видання як елемент масової культури поєднують журналістське, творче та комерційне начала і відображають глобальні тенденції й національну своєрідність медіапростору. Проблема полягає у з'ясуванні впливу культурних та ринкових чинників на особливості жанрової системи та дизайн-макетів українських та американських жіночих видань.

Актуальність вивчення проблеми. Слідування глобальним інформаційним тенденціям і збереження етнічної самобутності, що сьогодні є надактуальним для українців, формує відмінності між національними та закордонними глянцевими журналами. Визначення особливостей жанрового і візуального компонентів українських та американських видань дозволить встановити розбіжності, спричинені різними соціокультурними контекстами цих медіапродуктів.

Мета дослідження — виявити особливості жанрової системи та дизайн-макетів українських жіночих видань "Elle" і "Marie Claire" та американських "Cosmopolitan" і "The Daily Front Row".

Методи й методика дослідження

Описовий метод допоміг зафіксувати характерні риси кожного видання, жанрову палітру, стиль викладу і оформлення. За допомогою методів аналізу та синтезу досліджено формозміст номерів журналів. Порівняльний метод дав змогу зіставити жанрову систему, стиль викладу та дизайн-макети чоти-

рьох глянців. Метод узагальнення використано для підбиття підсумків аналізу, систематизації спільних і відмінних рис.

Методика дослідження.

1. Проаналізувати візуальний і текстовий контент журналів “Cosmopolitan USA”, “The Daily Front Row”, “Elle Україна” і “Marie Claire Україна”.
2. Визначити жанри, стилі викладу, візуальний баланс, колірну палітру, типографіку журналів.
3. Порівняти отримані результати.
4. Виявити спільні та відмінні ознаки жанрової системи й дизайну.

Результати обговорення

“*Cosmopolitan USA – The Anniversary Issue Fall 2025*” — осінній випуск 2025 року американського “Cosmopolitan” (скорочено “Cosmo”), всесвітньо відомого журналу, “що друкується 35 мовами й поширений більш ніж у 110 країнах світу” [2]. Цільова авдиторія “Cosmo” традиційно зосереджена на молодих жінках віком 18–35 років, проте висока впізнаваність і готовність читати цей журнал є і серед чоловіків, і серед старшої авдиторії (36–45 років). Жінки, орієнтовані на успіх у кар’єрі, демонструють вищу лояльність до бренду, а рівень доходу (низький, середній чи високий) і місце проживання (місто чи село) істотно не впливають на їхнє позитивне ставлення до “Cosmopolitan” [8].

Осінній випуск 2025 року, “The Anniversary Issue”, традиційно для видання починається зі змісту, вихідними відомостями й листом редактора, що описує головну тему, присвяту та ідею номера [5]. Усього “Cosmopolitan USA – The Anniversary Issue Fall 2025” містить 22 рубрики: 10 постійних, 3 системні (є не в кожному випуску) і 9 ситуативних (з’являються іноді або вперше). Серед постійних колонок у номері є статті “Shiposcopes” (Астрологія) і “The Love Report” (Звіт про кохання), нариси “... Diaries” (Щоденник знаменитості) і “Cosmo Centerfold” (Розворот Cosmo), інтерв’ю “Cosmo Couples” (Пари Cosmo) і “Cover Story” (Історія обкладинки). Останні супроводжуються короткими замальовками простору, де відбувається зустріч, або враженнями журналіста, і створюють у читача “ефект присутності” і сприяють його зануренню в розповідь. Також у кожному випуску містяться рубрики: “Personal Essay” (Особисті розповіді), “The Beauty Edit” (Редакція краси), “Cosmo Reads” (Cosmo читає), “From the Archives” (З архівів). “Особисті розповіді” — це есе читачів від першої особи, основною темою яких є особисті стосунки. Рубрика “Cosmo читає” покликана презентувати нові видання однойменного книжкового імпринту. В осінньому випуску вона представлена уривком із новели “Жіноча фантазія” авторки Іман Харірі-Кіа. Матеріали “Редакція краси” і “З архівів” є жанрами фотожурналістики, а саме фотосерії та фотоколажу відповідно. Також у журналі є популярний сьогодні матеріал “Deep Dive” (Глибокий аналіз), представлений у вигляді інфографіки.

Стиль викладу максимально персоналізований і нагадує сервісно-експертний журнал, “наповнення якого зосереджене на висвітленні тем способу

життя, моди і краси та/або орієнтоване на сервіс, фокусуючись на інформаційному чи навчальному" контенті [3]. Ілюзію довірливого діалогу із читачем створюють не лише дорадчий тон і зміст текстів, а і звертання до авдиторії на "ти" та використання займенника "ми" для позначення редакційної команди, що руйнує формальні бар'єри й посилює емоційний зв'язок. Цей особистісний підхід проявляється і в деталях, наприклад, лист редактора починається словами "Дорогі читачі...", виконаними рукописним шрифтом.

Дизайн-макет "Cosmo" містить достатньо "повітря" і не перевантажений зображеннями або текстом, проте часто трапляються багатоколонкові макети (3–4 колонки тексту), а іноді і складні асиметричні сітки. Чітка візуальна ієрархія заголовків "створює відчуття спокою, елегантності та простоти" там, де цього вимагає текстова складова [1]. Для заголовків і цитат зазвичай застосовують шрифт із засічками, а для основного тексту — без засічок, але всі вони читабельні й чіткі. Журнал не має сталої колірної палітри: яскраві кольори використовують як акцентні, тоді як основні тони — спокійні та м'які. Усі фотографії є частиною матеріалу й головним візуальним елементом, адже графічні вставки лаконічні та прості. Вони трапляються рідко й зазвичай виконують роль простого розділювача в стилі особистих записів у щоденнику, наприклад, підкреслення лінією чи обведення колом.

"*The Daily Front Row – September 2025*" — вересневий випуск 2025 року американського журналу "The Daily Front Row" (скорочено "The Daily"), мета якого — висвітлювати інсайдерську інформацію про тижні моди від перших рядів до бекстейджу [12]. Цільова авдиторія "The Daily" зосереджена на жінках (85% від загальної кількості читачів) віком від 22 до 55 років [10].

Журнал не має змісту на початку. Натомість кожен випуск видання починається з колонки "The Fix", що присвячена коротким інсайдерським заміткам і анонсам, які подаються у формі пліток. Також ця рубрика є вступною, тому містить вихідні відомості журналу та інформацію про обкладинку. Постійними є лише 3 колонки: "Chic Moments" (Шикарні моменти), "Chic Spree" (Шикарний забіг), "Exclusively" (Ексклюзивно). Також "Fashion Media Awards" (Премія медіапростору моди) є системною рубрикою, присвяченою нагородам, які вручає видання "The Daily Front Row" найвпливовішим діячам індустрії моди та медіа, тому матеріали з премії публікують у вересневих випусках журналу. Публікації випуску зазвичай мають на меті проінформувати читача, тому найбільш уживаними жанрами є інформаційні. До прикладу, номер містить 20 інтерв'ю, які є основою рубрики "Fashion Media Awards". Колонка "Chic Spree" містить 2 фотоколажі, які є підбіркою прикрас та одягу, доповнені невеликим тематичним текстом.

Стиль викладу матеріалів у журналі "The Daily Front Row – September 2025" орієнтований на фактологічність. Причиною такого способу подачі повідомлень є їхні жанрові особливості, як-от точність, об'єктивність і чіткість. Попри таку формальність інформаційної вітки журналістики, художність і образність яскраво проявляються в матеріалах рубрики "The Fix". Щоб швидко залучити читача і втримати його увагу, короткі повідомлення

поєднують у собі лаконічність та інформативність з емоційністю та сенсаційністю.

Дизайн-макет "The Daily" переповнений візуальним контентом. Це пов'язано з тематикою журналу, оскільки рубрики вимагають максимальної наочності матеріалу. Зображення стають не просто додатковим матеріалом, що ілюструють текст, а виступають самостійним носієм інформації. На противагу всім іншим публікаціям, інтерв'ю перенасичені текстовим матеріалом, який структурують в одну широку колону або 2–3 вужчі. Та, попри відсутність жорсткої модульної сітки верстки, ієрархія заголовків і проста чорно-біла колірна палітра, акцентами в якій виступають лише фото, запобігають візуальному хаосу. Типографіка "The Daily Front Row" є простою для сприйняття і фокусується на швидкому орієнтуванні читача в тексті. Зазвичай заголовок, лід та основний текст виконані одним стандартним романським стилем, відрізняється лише його гарнітура: жирний для заголовка, курсив для ліду, звичайний для основи. Запитання журналіста в інтерв'ю виділяють жирним рубаним шрифтом. Графічні елементи у вигляді рамок використовуються для розділення текстів.

"*Elle Україна. Літо 2025*" — липневий випуск 2025 року українського видання французького журналу "Elle" [7]. Цільова авдиторія видання — жінки віком від 20 до 40 років, 80 % із яких мають дохід вище за середній, 85 % — працюють, а 64 % — заміжні. Розповсюдження журналу найуспішніше в Києві (50 %) і в містах-мільйонниках (30 %) [11].

"Ell"» починається зі змісту, вихідних відомостей та листа редактора. Усі публікації поділені на тематичні блоки: "Погляд", "Персона", "Подіум", "Elle обговорює", "Краса", "Мода" і "Всесвіт" — є постійними, окрім "Подіум". До рубрики "Погляд" входять фотоколажі про стилізовані образи ("Шопінг", "Перевірений рецепт", "Повний обсяг", "Color-blocking"), інтерв'ю з назвою "Ельвіра Гасанова" й огляд бестселерів від креативних директорів брендів у матеріалі "Блог Анастасії Білоус". Рубрика "Погляд" демонструє тематичну сталість у кожному випуску, зосереджуючись на актуальних модних тенденціях, ринкових новинках і стилістичних рішеннях. Її функція — швидко й візуально привабливо висвітлити загальні модні тенденції в площину конкретних, доступних для купівлі товарів і стилістичних порад. Рубрика "Персона" містить інтерв'ю з Дашою Квітковою, а "Elle обговорює" — інтерв'ю та статтю, об'єднані соціально-психологічною проблематикою. Нарис як жанр є домінантним у блоці "Всесвіт", де використовується для створення емоційного матеріалу про життя і подорожі. За структурою такі тексти подібні до фічер-контенту, адже дотримуються схеми "опис – пояснення – оцінка" [4]. Наприклад, публікація "Під небом Парижа" спочатку описує "смаки паризького брасері", наступне речення починається поясненням — "Адже...", а завершується оцінкою: "... не забудьте про десерти! Їхня сучасна інтерпретація вразить навіть досвідчених гурманів" [7].

Стиль викладу матеріалів у журналі "Elle Україна. Літо 2025" орієнтований на образність і емоційну насиченість, поєднує авторську суб'єктивність

із практичною інформативністю. Опис покликаний сформувати бажання та емоційну прив'язаність, чітко маркуючи потрібне почуття для відтворення. Наприклад, курорт Verkhovyna Resort позиціонують як "найкращий терапевт", що дарує "спокій, відновлює сили та надихає" [7]. Такий підхід простежується і в інформаційних жанрах, зокрема в інтерв'ю: персоналізація та драматичність оповіді часто починаються з детального портретного нарису, що створює емоційне занурення і посилює ідентифікацію читача з героєм.

Дизайн-макет журналу "Elle" зберігає баланс тексту й зображень. Обміркована візуальна ієрархія створює відчуття порядку на сторінках основного матеріалу, проте цей принцип не спрацьовує в змісті, де спостерігається фрагментація текстового та візуального контенту. Така роздробленість проявляється в поєднанні кількох великих зображень, що перекриваються меншими ілюстраціями й численними текстовими блоками. Це призводить до втрати функції змісту як навігаційного елемента: попри достатню кількість білого простору, композиція сторінки створює візуальний шум, а масштабні фото відвертають увагу від основного інформаційного наповнення. Використовуються переважно рубані гарнітури для заголовків і основного тексту. Романський шрифт функціонується як акцидентний і зазвичай використовується лише для текстівок. Колірна палітра переважно монохромна для тексту і структурних елементів, що створює нейтральний фон, на якому вигідно виділяються кольори фотографій. Графічні елементи виконують функцію структуризації, їхній дизайн простий і часто монохромний, що зберігає мінімалістичну естетику видання "Elle Україна".

"*Marie Claire Україна. Літо 2025*" — липневий випуск українського видання французького журналу "Marie Claire" [9]. Цільовою авдиторією є жінки віком 30–38 років із вищою освітою, 65 % з яких мають дітей, а їхніми головними інтересами є мода, краса, здоров'я, маркетинг та культура [6].

Журнал традиційно розпочинається зі змісту, вихідних відомостей і листа редактора. Статті "FASHION ARTилерія", "Заборонені" картини", "Сон, якого нема", "(Не) на часі" як аналітичні жанри журналістики зберігають свій класичний вигляд "об'ємного" матеріалу, отож читач має змогу ознайомитися з експертними поясненнями, оцінками та глибоким висвітленням досліджуваної проблеми. Загалом, жанри журналістики у виданні зберігають свою традиційну форму. Яскраво це простежується і в інтерв'ю, які містяться в номері ("Траєкторія польотів", "Голос книги", "Голлівудський схемник").

Стиль викладу матеріалів у журналі "Marie Claire Україна" підтримує баланс між інформативністю та художністю. Образність досягається завдяки емоційно насиченій лексиці, метафорам та асоціативним рядам, які покликані викликати ті чи інші думки в читача. До прикладу, у рубриці "Модні тренди" фотоколажі підкріплюють короткими текстами, як-от: "Карпати, гори, свіже повітря і дзен у кожному подиху. У гардеробі льон, натуральні відтінки, плетені кошики та сукні для походів на фермерські ринки. Після року дедлайнів і креативних бур найкраща стратегія — неквапливі ранки, зелений чай і прогулянки серед туманних вершин" [9]. Вагому частину тексту

в статтях займають думки та оцінки експертів, що створює відчуття авторитетності й довіри.

Дизайн-макет журналу стилізований мінімалістично й має багато вільного простору. Естетичну функцію виконують зображення, тому основна колірна палітра є монохромною. Журнали "Marie Claire" і "Elle" в Україні видаються однією компанією, отож для їхнього дизайну часто використовуються схожі способи оформлення, як це сталося зі змістом "Marie Claire Україна". Попри те, що ідейно ці елементи в обох виданнях ідентичні, відсутність великого нагромадження візуальним контентом та запобігання надходження тексту на зображення, робить зміст "Marie Claire" зрозумілішим та простішим для читання. Він виконує свою навігаційну функцію, а складна композиція в цьому випадку вдало виконує роль гачка для привернення уваги. використовуються асиметричні, складні сітки (до 3 колонок тексту), проте увесь матеріал чітко структурований і часто містить німі заголовки, що підвищує рівень читабельності. Для заголовків використовується гарнітура із засічками, тоді як лід або питання інтерв'юера до матеріалів переважно відокремлюються гротеском, а основний текст знову виконаний романським шрифтом. Графічні елементи в журналі не застосовуються.

Висновки

Отримані результати поглиблюють розуміння взаємозв'язку між вибором жанрової системи, формою подачі матеріалу та цільовою авдиторією. У результаті дослідження виявлено, що всі видання об'єднані основними ознаками, притаманними глянцевим журналам, проте є специфічні адаптаційні тенденції. "Cosmopolitan USA" відрізняється своєю широкою палітрою жанрів (інтерв'ю, фотоколажі, нариси, статті, інфографіки тощо) та максимально персоналізованою манерою викладу матеріалу, який також проявляється в оформленні у вигляді щоденника. Видання слідкує за трендами і додає нові рубрики (як-от "Cosmo читає"), що задовольняє потреби молодої авдиторії журналу. Дизайн-макет "Cosmopolitan USA" також орієнтований на молодь, що звикла до швидкого споживання контенту. Основні теми видання (міжособистісні стосунки, спосіб життя і краса) подаються розважальними і легкими методами комунікації й оформлення, тоді як "The Daily Front Row" підпорядковується більш формальному та об'єктивному стилю. На противагу емоційній насиченості в "Cosmopolitan", "The Daily" подекуди використовує сенсаційну манеру викладу. Основна мета журналу — проінформувати, що зумовлює високу щільність контенту, а монохромне оформлення акцентує увагу на візуальному контенті. Видання чітко дотримується напряму моди, отож основними темами видання є події, люди та продукти цієї індустрії.

"Elle Україна", як і "Cosmo", використовує досить широкий спектр жанрів, проте є наближеним до класичної жанрової системи журналістики. У виданні містяться інтерв'ю, нариси, статті, огляди, фотоколажі й фотосерії. Стиль викладу таких текстів зберігає баланс між видовими особливостями написання і образністю, що корелюється з манерою написання публікацій

в “Marie Claire”, структура контенту якого є схожою до “Elle”. Тематична особливість українських видань — соціально-культурна проблематика. На відміну від проаналізованих видань, що зосереджуються на інофотейтменті, національні журнали, окрім лайфстайл контенту, також висвітлюють злободенні питання. Стиль дизайн-макетів українського глянцю — мінімалізм, де фото слугують яскравими акцентами. Білий простір застосовується для структурування контенту й створення візуальної ієрархії, що забезпечує високу читабельність, попри асиметричність і складність модульних сіток.

Перспективними напрямами подальших розвідок є аналіз трансформації класичної жанрової системи в глянці, а також вивчення особливостей локалізації українських видань міжнародних журналів у контексті національного медіаринку.

Джерела

1. Білий простір у графічному дизайні. *DIZZ*. URL: https://dizz.in.ua/uk/bilij-prostir-u-grafichnomu-dizajni/ (дата звернення: 25.09.2025).
2. *Кобець К.* Журнал Cosmopolitan: історія глянцю. *Press Association*. URL: https://pressassociation.org.ua/ua/istoriya-zhurnala-sosmopolitan/ (дата звернення: 23.09.2025).
3. *Трегуб А. М.* Становлення сервісно-експертної журналістики. Сучасні світові тенденції розвитку науки, технологій та інновацій : зб. наук. пр. з акт. проблем екон. наук, м. Ужгород, 28–29 черв. 2019 р. Ужгород, 2019. С. 112–114. URL: http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/other/37june2019/35.pdf (дата звернення: 23.09.2025).
4. *Яцимірська М.* Імпресивна мова ЗМІ: навігація до результату. *Вісник Львівського університету*. Серія “Журналістика”. 2018. № 44. С. 303–308. URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/9380/9332 (дата звернення: 30.09.2025).
5. Cosmopolitan USA – Fall 2025. *Scribd*. URL: https://www.scribd.com/document/901066708/Cosmopolitan-USA-Fall-2025 (дата звернення: 22.09.2025).
6. Digital Burda Media project statistics. *Burda Media Ukraine*. URL: https://burda.ua/sites/default/files/burda_digital_2023.pdf (дата звернення: 29.09.2025).
7. ELLE Україна. Літо 2025. 247-ме вид. Київ : ДП, 2025. 124 с.
8. Latana. Cosmopolitan magazine: audience and brand consideration. Medium. URL: https://latanabrandtracking.medium.com/cosmopolitan-magazine-audience-and-brand-consideration-a11d8f995269 (дата звернення: 22.09.2025).
9. Marie Claire Україна. Літо 2025. 144-те вид. Київ : Бурда-Україна, 2025. 100 с.
10. Mediakit. *Daily Front Row*. URL: https://fashionweekdaily.com/media-kit/ (дата звернення: 26.09.2025).
11. Mediakit – ELLE Ukraine – Аудиторія. *ELLE Ukraine*. URL: https://mediakit.elle.ua/ua/elle02.php (дата звернення: 30.09.2025).
12. The Daily Front Row – September 2025. *Daily Front Row*. URL: https://fashionweekdaily.com/print-magazine/the-daily-front-row-september-2025/ (дата звернення: 26.09.2025).