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

4. Літературно-художній журнал “Дніпро”. 2019 рік. Вип. 1–6. URL: http://www.dnipro-ukr.com.ua/journal/dnipro (дата звернення: 12.10.2025)
5. Популярний літературно-художній журнал Дніпро. Сайт видання. URL: http://www.dnipro-ukr.com.ua (дата звернення: 12.10.2025)
6. Thimble literary magazine. *Сайт видання*. URL: https://www.thimblelitmag.com/about-us/ (дата звернення: 11.11.2025)
7. Typehouse. *Сайт видання*. URL: https://typehousemagazine.com/aboutus/ (дата звернення: 11.11.2025)

Ірина ІВАНЮК
здобувачка вищої освіти 4 курсу за спеціальністю “Журналістика” МАУП

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

КОНЦЕПЦІЯ ТА ДИЗАЙН-МАКЕТ ТУРИСТИЧНОГО ЖУРНАЛУ “ВІЛЬНИЙ КИЇВ”

Вступ

У межах курсової роботи “Газетно-журнальне виробництво” було розроблено концепцію та дизайн-макет туристичного журналу “Вільний Київ”. Перший випуск видання присвячений Подолу — історичній місцевості столиці України. Метою дослідження є виготовлення медіапродукту, що популяризуватиме історію та культуру українського народу, сприятиме розвитку туристичної та економічної галузей нашої держави. Проблематика й актуальність створення медіапродукту за таким тематичним спрямуванням є актуальними з декількох причин. По-перше, популяризація історії та збереження культурного надбання, адже у межах Подолу знаходиться певна кількість історичних пам’яток, культурних і архітектурних об’єктів. По-друге, видання сприятиме розвитку туристичної та економічної галузей нашої держави. Ми переконані, що інформація, зокрема, контент видання “Вільний Київ” можуть бути потенційно цікавими і для мешканців Києва, і для туристів із різних куточків України, і для мандрівників із інших країн.

Методи й методика дослідження

Для реалізації мети було використано такі методи дослідження: контент-аналіз, порівняння, синтез, опитування. Завдяки контент-аналізу й порівнянню було виявлено специфіку текстового і візуального контенту українських і зарубіжних туристичних видань. Серед них “Вічний мандрівник”, “Міжнародний туризм”, “Food and Travel Magazine”, “Outlook Traveller”. Зокрема,

визначено спільні й відмінні ознаки структури, використання графічних елементів, поєднання кольорів, композиційних рішень. Для створення загальної концепції журналу "Вільний Київ" використано метод синтезу. Для формування рекомендацій щодо покращення медіапродукту було використано метод опитування серед респондентів.

Результати дослідження

Як зазначалось раніше, дослідження розпочалось із пошуку видань туристичної тематики для аналізу текстового і зображального контенту. Важливим етапом роботи над виданням було дослідження потенційної цільової аудиторії. Для того, щоб зрозуміти специфіку наповнення майбутнього видання, було окреслено три групи цільової аудиторії.

1. Туристи з різних куточків світу, зокрема, з областей нашої країни. Ті, хто цікавляться історією України, зокрема, її столиці; прагнуть розширити свій кругозір.

2. Корінні кияни й люди, що переїхали до столиці. Впевнені, що навіть ті люди, які народились й провели все своє життя в Києві, можуть дещо не знати про певні туристичні місця, їхнє культурне й історичне значення.

3. Повнолітні особи віком від 18 років. Активна частина аудиторії, яка цікавиться тим, що для неї є близьким (територіально або по духу). Вважаємо, що стиль висвітлення інформації в нашому виданні, використання значної кількості якісного й яскравого фотоконтенту є тим, що потенційно може приваблювати респондентів цієї вікової категорії.

У ході роботи над медіапродукти було сформовано перелік провідних складових видання "Вільний Київ" й представлено у форматі табл. 1.

Таблиця 1

Опис основних складових медіапродукту "Вільний Київ"

Формат	А4 (210 × 297 мм)
Періодичність	Двічі на рік (піврічник)
Мова	Українська
Тираж	1000 примірників
Папір	Глянцевий
Кількість сторінок	79
Кольоровість	Повнокольоровий друк (4 + 4)
Зміст	Статті, огляди, добірки закладів і тощо.
Рубрики	"Подільська машина часу", "Обережно, двері зачиняються!", "Туристичний Поділ", "Подільські персоналії"

Текстовий контент журналу "Вільний Київ" сформовано на основі дослідження цільової аудиторії видання, зокрема, інтересів потенційних респондентів. Матеріали подано доступною та зрозумілою мовою, що полегшує сприйняття інформації широким колом читачів. Текстовий контент

містить історичні, загальноосвітні, туристичні, оглядові, бібліографічні матеріали.

Інформаційна база текстового контенту сформована на основі відкритих джерел. Серед них туристичні онлайн-платформи, тематичні видання.

Для оформлення обкладинки видання "Вільний Київ" використано сучасний мінімалістичний стиль. Світлина, де зображено напис "Я люблю Поділ" є тлом, Зверху розміщено номер випуску й назву медіапродукту, знизу — слоган "Київ — столиця свободи" і рік випуску.



Рис. 1. **Обкладинка журналу "Вільний Київ"**

Провідною особливістю туристичного журналу "Вільний Київ" є використання значної кількості фотографій. На сторінках видання розміщено 74 авторських світлини і одну, започиену з онлайн-ресурсу "Звід пам'яток історії та культури" [1]. Вони є ілюстраціями й доповненням до текстового контенту.

Дебютний випуск видання налічує 79 сторінок. Він містить 4 тематичних розділи, що складаються з 17 текстових матеріалів.

Таблиця 2

Структура журналу "Вільний Київ"

Назва розділу	Назва матеріалу
"Подільська машина часу"	"Поділ: відомості про історичну місцевість столиці"
	"Рештки доісторичних тварин на Кирилівській вулиці"
"Обережно, двері зачиняються!"	"Наступна станція "Поштова площа"
	"Наступна станція "Контрактова площа"
	"Наступна станція "Тараса Шевченка"
«Туристичний Поділ»	"Андріївський узвіз і Андріївська церква"
	"Замок Річарда Левове Серце"

	“Парк “Володимирська гірка”
	“Колишні прибуткові будинки Грецького монастиря”
	“Церква Миколи Притиска”
	“Пам’ятник Григорію Сковороді”
	“Оглядове колесо”
	Фонтан “Самсон”
	Національний музей “Чорнобиль”
	“Аптека-музей”
	“5 унікальних закладів харчування на Подолі”
“Подільські персоналії”	“Видатний мешканець Подолу: Іван Григорович-Барський”

Видання використовує два шрифти: із засічками — “Veleka” (з потовщенням (рис. 2) і без зачісок — “Open Sans” (з/без потовщення(-м) (рис. 5).

Veleka АаБбВвГгҐґ

Рис. 2. **Приклад шрифту із засічками “Veleka” з потовщенням**

Veleka АаБбВвГгҐґ

Рис. 3. **Приклад шрифту із засічками “Veleka” без потовщення**

Open Sans АаБбВвГгҐґ

Рис. 4. **Приклад шрифту без зачісок “Open Sans” з потовщенням**

Open Sans АаБбВвГгҐґ

Рис. 5. **Приклад шрифту без зачісок “Open Sans” без потовщення**

Для оформлення заголовків, підписів під візуальними елементами та зазначення авторства фотографій використано шрифт із засічками “Veleka” виключно в потовщеному варіанті. Ми вважаємо таке рішення вдалим, оскільки воно дозволяє окремим елементам виділятися на тлі основного текстового масиву, привертати увагу читача до заголовків та розмежовувати назви від основного контенту. Виділення підписів і супровідної інформації під фото таким чином значно полегшує орієнтацію читача у матеріалі.

Паралельно ми свідомо відступили від традиційних підходів до створення текстових медіапродуктів. Зазвичай шрифти із засічками застосовують для основного тексту, оскільки вони забезпечують меншу втомлюваність очей під час читання великих блоків інформації. У журналі “Вільний Київ” провідні текстові блоки оформлено шрифтом “Open Sans” без засічок і без потовщення, що створює сучасний, легкий для сприйняття вигляд сторінки та контрастує з виділеними елементами.

Візуальна концепція та колористика журналу “Вільний Київ” поєднують класичний і мінімалістичний стиль. Білий фон забезпечує чистоту сторінок,

а чорний шрифт — легкість читання. Графічні елементи червоного, синього та зеленого кольорів використовуються для виділення інформації та структурування текстових блоків, з білим текстом на кольорових фонах для верхніх колонтитулів, що позначають рубрики (“Подільська машина часу” — червоний, “Обережно, двері зачиняються!” — синій, “Туристичний Поділ” — зелений, “Подільські персоналії” — червоний). Нижні колонтитули з нумерацією розташовані посередині сторінок у прямокутних елементах.

Кольори мають символічне значення: червоний відображає історичне минуле та революційні події Києва, синій асоціюється зі спокоєм і Дніпром, а зелений — із природою, київськими схилами, парками та символом столиці — каштаном.

Для того, аби сформувати рекомендації щодо покращення медіапродукту, було проведено опитування серед 24 респондентів різного віку і статі. Також створено відеопрезентацію дизайн-макету видання “Вільний Київ”, що дало змогу кожному респонденту детально ознайомитись із медіапродуктом. Опитування складалось із 15 пунктів. Були запитання з короткими і розгорнутими відповідями.

Як згадувалось раніше, у опитуванні взяли участь 24 людини віком від 18 до 45+ років; серед них 11 респондентів (50 %) — жіночої статі; 11 респондентів (50 %) — чоловічої статі.

Половина опитуваних (11 осіб, (50 %) оцінили обкладинку видання на “10 — відмінно”. Це свідчить про те, що обкладинка вже має естетичну привабливість і чинити сильний візуальний ефект, але по-різному сприймається респондентами.



Рис. 6. **Діаграма з оцінками обкладинки респондентами**

У форматі відкритих відповідей респонденти, що обрали відповіді “1–3 — незадовільно” або “4–6 — задовільно” поділились тим що не сподобалось у обкладинці. Люди, що обрали інші варіанти, дали ґрунтовне пояснення свого вибору.

Більшость респондентів (21 особі, (87,5 %) сподобалась кольорова гама журналу.

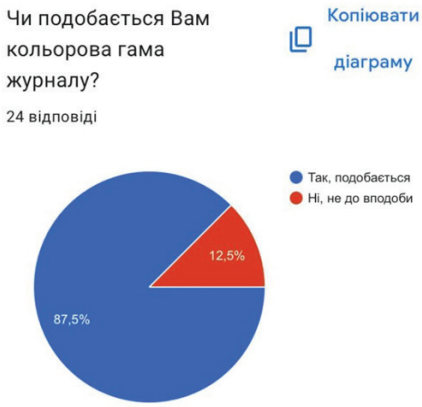


Рис. 7. **Відповіді респондентів на запитання з опитування щодо кольорової гами видання "Вільний Київ"**

У полі для відкритих відповідей опитуванні написали які емоції викликають у них використанні кольори.

Як згадувалось раніше, ми зробили спробу відійти від стандартних принципів створення медіапродуктів, тож вирішили запитати у респондентів чи можуть впливати шрифти на сприйняття контексту матеріалу. Більшість респондентів (21 особа, (87,5 %) зазначила, що впливають. У свою чергу ми з'ясували, що для 22 осіб (92,7 %) шрифт, використаний нами для основного тексту є читабельним. Це свідчить, що наша спробу увінчалась успіхом.

Половина респондентів (50 %) зазначила, що якість фотоконтенту видання є "Відмінною". Це свідчить про різноманітність сприйняття людей і те, що якість фотоконтенту є хорошою, проте варто подумати щодо його поліпшення.

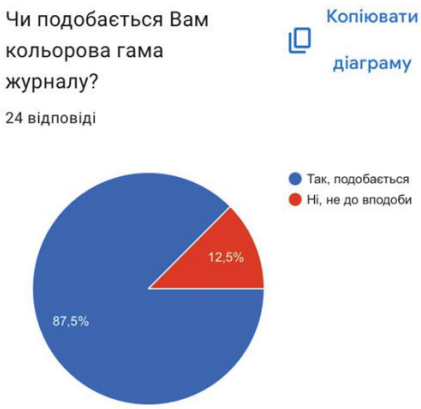


Рис. 8. **Оцінка респондентів фотоконтенту журналу "Вільний Київ"**

Майже всі опитувані (22 особи (91,7 %) зазначили, що їм подобається змістове наповнення журналу. Це свідчить, що ми змогли вдало підібрати й структурами матеріал.

У полі для відкритих відповідей респонденти поділились тим, що, на їхню думку, слід було додати до змістового наповнення або прибрати.

Результати опитування свідчать, що респонденти позитивно оцінили дизайн-макет видання "Вільний Київ". Окремі коментарі опитуваних вказали на потенційні зони для покращення медіапродукту.

Аналіз й обговорення результатів дослідження

Дослідження показало, що сучасний український медіаринок потребує якісних друкованих туристичних видань, орієнтованих як на внутрішню, так і на міжнародну аудиторію.

Актуальність створення видання "Вільний Київ" підтверджують результати опитування респондентів. Вони свідчать про зацікавленість у виданнях, що поєднують інформаційно-пізнавальний і візуально-естетичний компоненти.

Порівняння з існуючими виданнями показало, що унікальність журналу полягає у поєднанні історичного та сучасного контенту, локального фокусу і доступної, легкої для сприйняття форми подачі матеріалу. Акцент на культурній ідентичності Києва, архітектурі, гастрономії та особистостях району формує впізнаваний образ видання і створює потенціал для його розвитку.

Візуальна айдентика — кольорова гама, гармонійна композиція сторінок — підтримує єдину концепцію видання і сприяє залученню цільової аудиторії.

Висновки

У межах дослідження було розроблено концепцію та дизайн-макет туристичного журналу "Вільний Київ". Його перший випуск присвячений Подолу. Дослідження підтвердило актуальність створення медіапродукту, що популяризує історію, культуру Києва, сприяє розвитку туристичної галузі та формує позитивний імідж столиці.

Аналіз українських і зарубіжних туристичних видань, контенту й аудиторії дозволив визначити основні компоненти журналу, його структуру, кольорову гаму, шрифтове оформлення й особливості текстового й візуального. Використання сучасного мінімалістичного стилю, поєднання шрифтів із засічками й без них, а також продумана колористика забезпечують легке сприйняття інформації, підкреслюють естетичну привабливість видання.

Опитування респондентів засвідчило позитивне сприйняття дизайн-макету журналу "Вільний Київ", змістового наповнення і фотоконтенту. Це підтверджує практичну цінність розробленого макету. Також були виявлені потенційні напрямки для покращення, що відкриває перспективи подальшого вдосконалення видання.

Таким чином медіапродукт поєднує інформаційно-пізнавальний та візуально-естетичний компоненти, відповідає сучасним потребам українського

медіаринку й має потенціал для подальшого розвитку як у друкованому, так і в цифровому форматах.

Джерела

1. Кирилівська стоянка, пізній палеоліт (археол.). Вул. Фрунзе, 59–61. *Звід пам'яток історії та культури*. URL: https://pamyatky.kiev.ua/articles/istorichni-statti/kirilivska-stoyanka-pizniy-paleolit-arheol_-vul-frunze-59-61 (дата звернення: 18.10.2025).

Сніжана КИЧМА
здобувачка вищої освіти 4-го курсу МАУП
за спеціальністю "Журналістика"

Науковий керівник:
***Ганна ХОЛОД**, канд. філол. наук,*
проф. кафедри політології та журналістики МАУП

КОНЦЕПЦІЯ ТА ДИЗАЙН-МАКЕТ КІНОЖУРНАЛУ "25-Й КАДР"

Вступ

Проблема дослідження полягає у необхідності створення сучасного, якісного, концептуально цілісного друкованого медіапродукту, присвяченого кіномистецтву. Попри розвинену мережу онлайн-платформ і соціальних медіа, друковані кіножурнали залишаються важливим аналітичним і культурним майданчиком, здатним забезпечити глибше осмислення кінопроцесів. Проте на українському медіаринку спостерігається дефіцит видань, які б поєднували ґрунтовну аналітику, естетично вивірений дизайн і чітко визначену комунікативну концепцію.

Актуальність дослідження зумовлена потребою формування національного кіномедійного простору, який відображає український погляд на сучасний кінематограф, популяризує вітчизняне кіно та створює майданчик для діалогу між авторами, глядачами й критиками. Дослідження концепції й дизайн-макету журналу "25-й кадр" спрямоване на поєднання художнього, інформаційного та освітнього підходів у створенні друкованого медіапродукту нового формату.

Мета дослідження — розробити концепцію й дизайн-макет кіножурналу "25-й кадр" як зразка сучасного українського видання про кіно, що поєднує інтелектуальну аналітику, візуальну привабливість і культурно-просвітницьку функцію.