

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2023р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ ПРО МОДУ

«ДЖАВЕЛІНА»

Виконавець: Коросько Юлія Олександрівна _____

Керівник: старший викладач

Кевлюк Ірина Володимирівна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.,

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГЛЯНЦЕВИХ ВИДАНЬ У FASHION ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	6
1.1. Визначення поняття fashion-журналістики та її становлення.....	6
1.2. Історія виникнення, специфіка глянцевого журналу та головні характеристики глянцевого видання.....	12
Висновки до розділу 1.....	28
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ ПРО МОДУ «ДЖАВЕЛІНА»...29	
2.1. Формування образу журналу, структура та етапи створення онлайн-журналу про моду «Джавеліна».....	29
2.2.Контент та дизайн як найважливіші складові хорошого та успішного журналу про моду.....	36
Висновки до розділу 2.....	43
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Актуальність дослідження fashion-журналістики та fashion-видань полягає у тому, що мода є важливою складовою культури та суспільства. Ці видання відіграють значну роль у формуванні модних тенденцій, підтримуючи інтереси до моди серед читачів, та є інструментом для реклами та просування товарів модної індустрії. З урахуванням швидкого розвитку технологій та зміни споживчих звичок, fashion-журналістика та fashion-видання постійно еволюціонують, адаптуючись до нових умов. Тому дослідження цих видань дозволяє визначити нові тенденції та напрямки розвитку, а також оцінити їх вплив на суспільство.

Дослідження особливостей розвитку глянцевого видання у fashion-журналістиці та створення власного журналу є важливим для розуміння модної індустрії та її впливу на культуру та економіку. Глянцеві видання відіграють важливу роль у формуванні модних тенденцій та культурних впливів. Дослідження особливостей розвитку глянцевого видання у fashion-журналістів допоможуть зрозуміти, як вони пристосовуються до змін споживчих звичок та технологій, які стратегії використовують для залучення аудиторії та рекламодавців. Створення власного журналу також потребує дослідження особливостей розвитку глянцевого видання у fashion-журналістиці, щоб використовувати елементи, які привернуть увагу цільової аудиторії та рекламодавців.

Враховуючи швидкий розвиток цих видань та зміну споживчих звичок, дослідження дозволяє виявити нові тенденції та проблеми, які потребують уваги та рішення. Актуальність дослідження полягає в тому, що модна індустрія є однією з найбільш швидкозмінних та динамічних галузей, яка впливає на

культуру та економіку. Дослідження особливостей розвитку глянцевого видання у fashion-журналістиці та створення власного журналу є ефективним для розвитку нових стратегій та інновацій у модній індустрії.

Науковий інтерес у дослідженні особливостей розвитку глянцевого видання fashion-журналістики визначається вченими різних галузей, таких як медіа-дослідження, культурологія, журналістика, соціологія та інші. Вагомий внесок у дослідження цієї теми своїми роботами зробили такі вчені як Венгерська В.О., Давидова О.П., Передирій В.А., Сушкова О.М та інші [4;6;9;10].

Мета дослідження полягає у визначенні історії fashion-журналістики, особливостей глянцевого журналу та розробці власного журналу «Джавеліна».

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

1. Дослідити історію становлення fashion-журналістики.
2. Охарактеризувати специфіку глянцевого друкованого журналу.
3. Визначити особливості онлайн-журналів.
4. Розробити власний глянцево-онлайн-журнал «Джавеліна».

Об'єктом дослідження дипломної роботи є fashion-журналістика та її типологічні особливості.

Предметом дослідження дипломної роботи є теоретично обґрунтована розробка власного fashion-журналу.

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

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

Практичне значення отриманих результатів. Роботу можна використовувати викладачам та студентам для лекцій, презентацій та підготовки до практичних занять.

Апробація результатів дослідження. Зміст та результати дослідження висвітлювалися на X Всесвітньому конгресі «Авіація у XXI столітті» та на XXIII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Коросько Ю. О. Розробка глянцевого онлайн-видання «Джавеліна». *Доповіді X Всесвітнього конгреса «Авіація у XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології»*. Київ: НАУ, 2022. Вип. X (подано до друку).
- Коросько Ю. О. Сучасний стан глянцевого журналу. *«ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» : матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених*. Київ: НАУ, 2023. Вип. XXIII. С.238-240.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (4 підрозділи), висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, які становлять 27 найменувань, і додатків. Загальний обсяг роботи становить 59 сторінки, основний зміст викладено на 45 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ГЛЯНЦЕВИХ ВИДАНЬ У FASHION-ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Визначення поняття fashion-журналістики та її становлення

Fashion-журналістика — це вид журналістики, який спеціалізується на висвітленні моди, стилю, краси та інших аспектів модної індустрії. Цей жанр фокусується на візуальних аспектах моди, включаючи тренди, дизайнерів, модельєрів, події та покази, красу, стиль, аксесуари, вплив моди на суспільство та культуру тощо.

У публічному середовищі іноді використовується термін «журналістика моди». Це синонім «Fashion-журналістики». Втім, незважаючи на досить великий інтерес до fashion-журналістики як до специфічного виду діяльності, вона не має статусу різновиду журналістики. Проте, можна припустити, що якщо існує ця діяльність як діяльність, то повинен існувати й різновид журналістики, який би відображав її суттєві характеристики, закономірності, принципи та сталі механізми функціонування.

У науковому світові не приділяється достатньо уваги формуванню fashion-журналістики як самостійної дисципліни. Проблеми визначення параметрів цієї дисципліни полягають у тому, що їх глибоко не вивчено, але, тем не менш, до цієї теми виникає неабиякої науковий інтерес. Очевидно, що Fashion-журналістика може бути піддана системному аналізу та вивчатись як соціальний інститут [5, с.66]. Тому необхідно систематизувати практичний досвід у даній сфері, щоб сформувати міцне медіа-підґрунтя для розвитку модного простору в Україні.

Fashion-журналістика може бути представлена у різних форматах, а саме: паперові та онлайн журнали, блоги, відеоблоги, відеоінтерв'ю, статті,

репортажі, фоторепортажі тощо. Вона може включати інтерв'ю з відомими дизайнерами, моделями, стилістами, розповіді про відомих особистостей зі світу моди, аналіз модних тенденцій, рецензії на модні події та покази, поради щодо стилю, краси, вибору одягу та аксесуарів, огляди нових колекцій та багато іншого.

Слід зазначити, що Fashion-журналістика має велику аудиторію серед модних ентузіастів, професіоналів модної індустрії, а також серед широкої публіки, яка цікавиться модою, стилем та красою [4, с.207]. Цей різновид журналістики впливає на формування тенденцій, допомагає людям знайти свій власний стиль, виразити себе через моду та стиль; загалом, він є важливим джерелом інформації та натхнення в цій сфері.

Для того, щоб стати успішним fashion-журналістом, потрібно мати глибокі знання в галузі моди, стилю, дизайну, краси та інших аспектів модної індустрії. Важливо бути в курсі останніх модних трендів, маючи відмінні аналітичні навички для аналізу модних колекцій, подій та виставок. Звичайно, важливо вміти професійно поділитися своїми враженнями з аудиторією. Крім того, вміння робити фото та відео знімки, вести інтерв'ю, писати цікаві статті та репортажі також є важливими навичками для fashion-журналіста. При цьому журналісти повинні бути критичними, але не забувати про естетику та красу. У цілому, вони мають бути експертами у своїй галузі, які здатні зробити моду доступною та зрозумілою для широкої аудиторії [9, с.191].

Fashion-журналістика також може включати важливі аспекти стосовно етики та сталих модних практик. З урахуванням зростаючої уваги до екологічних та етичних питань в модній індустрії, журналісти можуть розглядати такі теми, як відновлювана мода, відходи в текстильній промисловості, етичні аспекти виробництва одягу та аксесуарів, роль моди в соціальних та культурних змінах тощо [2, с.12].

У світі модної журналістики існує багато цікавих журналів. Визнаними авторитетами є «Vogue», «ELLE», «Cosmopolitan», «Harper's Bazaar», «Glamour»

та інші. Багато з них мають редакції в різних країнах, включаючи Україну, де є власні версії таких часописів.

Трохи детальніше про лідерів Fashion медіа-індустрії. «Harper's Bazaar» та «Glamour» — це відомі міжнародні журнали моди, які входять до складу групи видань Hearst Magazines. Вони спеціалізуються на моді, красі, стилі, культурі та інших аспектах жіночого життя.

«Harper's Bazaar» був заснований в 1867 році в Сполучених Штатах Америки. Він відомий своїми елегантними фотосесіями, високим рівнем журналістики та актуальними матеріалами про модні тренди, красу, культуру та суспільство. «Harper's Bazaar» випускається в 28 країнах світу, включаючи Україну, маючи величезну читацькою аудиторією [15].

«Glamour» — це молодіжний журнал, який заснований в 1939 році також у Сполучених Штатах Америки. Він відомий своїми статтями про моду, красу, здоров'я, стосунки, культуру та суспільство. При цьому журнал акцентує увагу читачів на важливості рівноправності і справедливості. «Glamour» також випускається в різних країнах (включаючи Україну), та є одним з популярних журналів серед молоді та активних жінок [21].

Обидва ці журнали мають велику читацьку базу, високий рівень журналістики та змісту, який відображає актуальні тренди та важливі питання жіночого та чоловічого життя. Вони допомагають популяризувати модну культуру, вітчизняних та світових дизайнерів, та вносять свій внесок у розвиток індустрії.

«Harper's Bazaar» та «Glamour» також відомі своїми розділами про красу, здоров'я, стиль життя, подорожі, культуру та суспільство. Вони регулярно публікують статті, фотосесії, інтерв'ю зі знаменитостями, модними дизайнерами та іншими впливовими особистостями, які відображають останні тенденції, новітні технології, культурні події та соціальні питання. Ці журнали також активно взаємодіють з модними брендами, дизайнерами, красивими марками та іншими гравцями фешн-індустрії. Вони організовують різноманітні

заходи, покази мод, виставки та інші події, сприяючи розвитку модного середовища та культури у власній країні та в усьому світі.

«ELLE Ukraine», «Cosmopolitan Ukraine», «Vogue Ukraine», «Marie Claire Ukraine» — це популярні жіночі журнали, які видаються в Україні. Вони є відомими міжнародними брендами, які висвітлюють різні аспекти моди, стилю, краси, культури, життєвого стилю, суспільства та інших тем, що цікаві сучасним жінкам.

«ELLE Ukraine» — це модний журнал, який присвячений моді, красі, стилю, культурі та життєвому стилю. Видання представляє нові модні тренди, дизайнерські колекції, розповідає про відомих діячів даної сфери та культури, а також надає поради щодо створення стильних образів. Журнал пропонує оригінальні фотосесії, розповідає про нові тренди в моді та красі, надає поради з різних аспектів жіночого життя, — таких, як стиль одягу, макіяж, зачіски, відносини, кар'єра та багато іншого. Крім того, часопис висвітлює важливі соціальні питання, передусім, гендерну рівність, права жінок, громадську активність жінок та інші теми, що цікавлять сучасних представниць жіночої статі [18].

«Cosmopolitan Ukraine» — це журнал, який орієнтований на молодих жінок. Видання переважно висвітлює теми, пов'язані з модою, красою, стосунками, кар'єрою та здоров'ям. Також у журналі можна знайти поради щодо стосунків, кар'єри, фітнесу, краси, а також інтерв'ю з відомими особистостями та розповіді про життя успішних жінок; багатьом запам'ятовуються інтерв'ю з відомими особистостями, поради від експертів та цікаві рубрики на кшталт "Фітнес", "Здоров'я", "Кулінарія" та інші [20].

«Vogue Ukraine» — це престижний модний журнал, який висвітлює нові тренди в моді, дизайні, красі та культурі. Видання публікує фотосесії зі світових подіумів, розповідає про відомих модельєрів, дизайнерів, фотографів та інших творчих особистостей модного світу. Видання представляє оригінальні фотосесії, розповідає про світові тренди в моді, культурі та мистецтві, а також

розглядає важливі соціальні питання, такі як роль жінок в суспільстві, гендерна рівність, культурні та суспільні тенденції [16].

«Marie Claire Ukraine» — це жіночий журнал, який акцентує увагу на темах моди, стилю, краси, культури, здоров'я та соціальних питань. Видання пропонує поради щодо створення стильних образів, здоров'я, балансу між роботою та особистим життям, а також розповідає про успішних жінок, їхні досягнення та історії успіху. Також в журналі можна знайти матеріали про соціальні проблеми, які стосуються жінок, та актуальні теми гендерної рівності, сексуальної вільності та інших соціальних питань. У журналі можна знайти цікаві фотосесії, інтерв'ю з відомими особистостями, поради від експертів, а також розповіді про жінок, які досягли успіху в різних галузях та є прикладом для наслідування [25].

Зазначені журнали є важливим джерелом інформації та натхнення для сучасних жінок, які цікавляться модою, стилем, красою, культурою та соціальними питаннями. Часописи надають цінні поради, ідеї та візуальні зразки, які можуть стати джерелом натхнення та допомогти жінкам розширити свої горизонти, розвиватися та реалізовувати себе в різних аспектах життя. Завдяки різноманітним темам, які вони висвітлюють, ці журнали допомагають жінкам займатися самоосвітою, дотримуватися сучасних тенденцій та бути в курсі актуальних подій, які відбуваються в жіночому світі.

Усі ці журнали — «ELLE Ukraine», «Cosmopolitan Ukraine», «Vogue Ukraine» та «Marie Claire Ukraine» — є впливовими виданнями, що висвітлюють різні аспекти жіночого життя, моди, стилю, краси та культури. Вони також ставлять акцент на важливі соціальні теми, такі як гендерна рівність, права жінок, культурна та суспільна активність жінок. Ці журнали допомагають сучасним жінкам бути в курсі останніх трендів, надають корисні поради, інформують про новини та події, що цікавлять жінок, і є важливим джерелом інформації та натхнення для жінок різного віку та інтересів.

Таким чином, Fashion-журналістика є важливим засобом комунікації в модній індустрії, яка допомагає поширювати модні тенденції, сприяти розвитку модних брендів, відкривати нові обличчя та впливати на смаки та вподобання аудиторії. Fashion-журналісти відіграють важливу роль у формуванні модної культури, підтримці та сприянні різноманітності в моді, а також у свідомому споживанні модних товарів.

Fashion-журналістика є важливою галуззю журналістики, яка висвітлює модні тенденції, стилі, дизайн, красу та інші аспекти модної індустрії. Вона відіграє важливу роль у формуванні модної культури, впливає на смаки та вподобання аудиторії, а також сприяє розвитку модних брендів. Однак, вона також повинна дотримуватися етичних норм, таких як точність, об'єктивність та відповідальність. Особливо це стосується розгляду тем, пов'язаних з тілом, зовнішнім виглядом, розмірами одягу та іншими чутливими питаннями.

Отже, мода - це не лише одяг, але й культура, індустрія і суспільство. Журналістика про моду повинна відображати цю багатогранність та допомагати читачам зрозуміти, як мода впливає на наше життя [9, с.191].

Якщо озирнутись на історичні обрії, fashion-журналістика заявила про себе в кінці XIX століття і початку XX століття, коли з'явилися перші глянцеві журнали про моду. З того часу fashion-журналістика розвивалася, змінюючись і адаптуючись до нових тенденцій і технологій. Вона стала невід'ємною частиною сучасної культури та медіа-простору [1, с.380]. Дослідження особливостей розвитку fashion-журналістики мають велике значення для розуміння впливу моди на суспільство, культуру та медіа [8, с.38].

Варто зазначити, fashion-журналістика - це галузь журналістики, яка спеціалізується на публікації матеріалів про моду, красу, стиль та інші аспекти зовнішності людини. Fashion-журналістика має свої власні традиції та стандарти, такі як використання специфічної лексики та фотографічних технік, що дозволяють передати естетику моди. Сьогодні fashion-журналістика активно

розвивається в онлайн-середовищі, де з'являються нові формати та платформи для публікацій про моду.

1.2. Історія виникнення, специфіка глянцевого журналістики та головні характеристики глянцевого видання

Глянцеві видання з'явилися в кінці 19 століття в США та Європі. Першими такими виданнями були журнали, що публікувалися для жінок, такі як «Vogue» та «Harper's Bazaar». Вони мали великий успіх та відображали модні тенденції та стиль життя високого класу.

Згодом гляцеві видання стали популярними у всьому світі. Вони стали символом розкоші та статусу. У 20 столітті гляцеві журнали стали більш спрямованими на масову аудиторію, зокрема з'явилися видання для чоловіків та підлітків.

З появою цифрових технологій гляцеві видання розширили свої можливості та змогли залучити нову аудиторію. Сьогодні це не тільки друковані видання, але й онлайн-ресурси, блоги, соціальні мережі та інші медіа-формати.

Глянцеві журнали в основному спрямовані на моду, красу, стиль життя, здоров'я та розваги. Вони мають високу якість дизайну та фотографій, а також представляють ексклюзивні матеріали про знаменитостей та модні тренди [9, с.191].

Багато глянцевого видання стикаються з проблемою зменшення рекламного доходу через конкуренцію з інтернет-рекламою. Також, багато читачів переходять на електронні версії журналів, що впливає на тиражі друкованих видань.

Незважаючи на це, гляцеві журнали залишаються важливими для рекламодавців, які шукають способи залучення уваги цільової аудиторії. Також, деякі гляцеві видання успішно переходять на онлайн-формат та активно працюють над розвитком власних веб-сайтів та соціальних мереж [7, с.228].

У нашій країні глянцеві видання почали розвиватися в 1990-х роках. Першими такими виданнями були «Наталі», «Жіночий світ», «Всесвіт», «Ексклюзив» та інші. Вони мали велику популярність серед жінок та представників модного світу.

«Наталі» — це жіноче періодичне видання, яке висвітлює різноманітні аспекти жіночого життя, такі як мода, краса, стиль, культура, кар'єра, сім'я, здоров'я, кулінарія та багато іншого. Журнал «Наталі» адресований сучасним жінкам, які цікавляться актуальними темами, стильними трендами та корисними порадами [23].

Основними розділами журналу «Наталі» є:

«Мода та стиль»: цей розділ може містити статті про останні модні тенденції, стильні образи, аксесуари, красиві наряди, вибір одягу та аксесуарів в залежності від сезону, тематичні фотосесії та інші матеріали, пов'язані з модою та стилем.

«Краса та догляд»: цей розділ може містити поради щодо догляду за шкірою, волоссям, нігтями, макіяжем, вибір косметики, рецепти домашньої косметики, огляди новинок косметичних продуктів та інші матеріали, пов'язані з красою та доглядом за собою.

«Кар'єра та бізнес»: цей розділ може містити статті про розвиток професійної кар'єри, керування часом, освіту, бізнес-ідеї, лідерство, мотивацію, відносини на роботі, розвиток навичок та інші матеріали, пов'язані з професійним ростом жінок.

«Сім'я та батьківство»: цей розділ може містити статті про виховання дітей, взаємини в сім'ї, роль жінки в сучасній сім'ї, планування сім'ї, здоров'я вагітних та молодих мам, виховання відпочинку з дітьми, розваги для сім'ї, психологічні аспекти батьківства та багато іншого, пов'язаного з сім'єю та батьківством.

«Здоров'я та фітнес»: цей розділ може містити статті про фізичне та психічне здоров'я жінок, профілактику захворювань, рекомендації щодо

збереження здоров'я, фітнес-тренування, дієти, способи зняття стресу, здоровий спосіб життя та інші матеріали, пов'язані з здоров'ям і фітнесом.

«Кулінарія»: цей розділ може містити рецепти страв, кулінарні поради, тренди в гастрономії, огляди ресторанів, кулінарні подорожі, дієтичні рекомендації та інші матеріали, пов'язані з кулінарією та гастрономією.

«Культура та мистецтво»: цей розділ може містити статті про культурні події, мистецтво, літературу, музику, театр, кіно, живопис, фотографію та інші аспекти культури та мистецтва.

«Подорожі»: цей розділ може містити статті про подорожі, кращі місця для відпочинку, мандрівки, культурні подорожі, поради щодо організації подорожей, розповіді про подорожі від жінок-мандрівниць та багато іншого.

«Психологія та саморозвиток»: цей розділ може містити статті про психологію, саморозвиток, самопізнання, психологічні поради, взаємодія з оточуючими, підвищення самооцінки, покращення взаємин, розвиток особистості та інші матеріали, пов'язані з психологією та саморозвитком.

«Соціальні питання»: цей розділ може містити статті про соціальні питання, такі як гендерна рівність, права жінок, боротьба з насильством, соціальна справедливість, активна громадянська позиція, волонтерство та інші суспільні питання.

«Кар'єра та бізнес»: цей розділ може містити статті про розвиток кар'єри, професійні поради, керівництво в бізнесі, підприємництво, фінанси, економіку, лідерство, розвиток навичок та інші матеріали, пов'язані з кар'єрою та бізнесом.

«Наука та техніка»: цей розділ може містити статті про науку, техніку, технології, дослідження, відкриття, розробки, винаходи та інші матеріали, пов'язані з наукою та технікою.

«Освіта»: цей розділ може містити статті про освіту, навчання, розвиток дітей, освітні програми, методики викладання, психологія навчання, самоосвіта та інші матеріали, пов'язані з освітою.

«Соціум та суспільство»: цей розділ може містити статті про суспільні явища, культурні тенденції, моду, міжкультурну взаємодію, взаємини в суспільстві, роль жінок у суспільстві, вплив суспільства на жінок та багато іншого.

«Екологія та сталий розвиток»: цей розділ може містити статті про екологію, охорону навколишнього середовища, сталий розвиток, екологічні проблеми, природоохоронні заходи.

«Культура та мистецтво»: цей розділ може містити статті про культуру, мистецтво, літературу, музику, живопис, театр, кіно, фотографію, архітектуру, дизайн та інші культурні теми. Він може включати матеріали про внесок жінок в культуру та мистецтво, їхню роль в розвитку культурного середовища та народної творчості.

«Здоров'я та догляд»: цей розділ може містити статті про фізичне та психічне здоров'я, профілактику захворювань, догляд за здоров'ям, спорт, фітнес, харчування, психологічне благополуччя, здоровий спосіб життя та багато іншого. Він може також включати матеріали про жінок у медицині, ролі жінок у сімейному догляді та важливість самодогляду для жінок.

«Права та активізм»: цей розділ може містити статті про права жінок, гендерну рівність, боротьбу за права та рівні можливості для жінок, гендерні питання, політичну участь жінок, роль жінок у суспільно-політичному житті та багато іншого. Він може включати матеріали про жіночі правозахисні організації, відповідні громадські рухи та жінок-лідерів [24].

Розділ «Наталі» містить багато цікавих тем, пов'язаних з жінками, їхнім життям, ролями, досягненнями та викликами. Він охоплює різноманітні аспекти, такі як особистість, стосунки, здоров'я, кар'єра, права, активізм та багато іншого.

Крім того, розділ «Наталі» може слугувати місцем обміну думками, досвідом та ідеями, пов'язаними з жіночими питаннями. Він може сприяти розширенню свідомості про різні аспекти життя жінок, підкреслювати

важливість їхньої ролі в суспільстві та сприяти побудові більш рівноправного та інклюзивного суспільства.

Таким чином, розділ «Наталі» виступає важливим ресурсом, який може збагатити знання та свідомість про жінок, їхні досягнення та виклики, сприяти розумінню гендерних питань та підтримувати рівність статей в різних сферах життя. Це місце, де можна знайти важливі матеріали про жіночу історію, культуру, науку, бізнес та інші аспекти життя жінок.

На ринку України першими глянцевиими виданнями стали «Домашний очаг» та «Красота и здоровье», які вийшли у світ у 1992 році.

У перші роки незалежності України гляцеві видання не мали великої популярності, оскільки населення переважно було зайняте вирішенням економічних проблем. Проте з часом ситуація змінилася, і гляцеві видання набули популярності серед жінок, які хотіли слідкувати за останніми модними тенденціями та дізнаватися про новинки у світі краси та здоров'я.

Важливо зазначити, що гляцеві видання часто критикують за стереотипне уявлення про красу та стандарти, яким повинна відповідати жінка. Тому деякі видання намагаються змінити свою стратегію та пропонувати більш різноманітні та інклюзивні матеріали.

Також варто зазначити, що гляцеві видання мають великий вплив на суспільство. Вони формують та визначають стандарти краси та стилю, впливають на свідомість людей. Тому, важливо бути критичним до того, що публікують гляцеві видання і не дозволяти їм диктувати свої правила.

Журнали для жінок в Україні стали не тільки джерелом розваг та інформації, але й важливим інструментом для формування гендерної свідомості та підвищення гендерної рівності. Вони допомагають жінкам зрозуміти свої права та можливості, збільшують їхню грамотність та самооцінку [10, с.68].

Багато видань присвячують увагу соціальним проблемам та боротьбі за права жінок. Наприклад, журнал «Жінка» активно займається питаннями насильства над жінками та гендерної дискримінації. Видання ставить за мету

популяризувати культуру здорового способу життя та боротися з шкідливими звичками. Часопис працює над формуванням позитивного іміджу жінки в суспільстві. Він допомагають зрозуміти, що жінка може бути успішною в різних сферах життя, незалежно від свого віку та статусу [10, с.91]. Журнал виходить в друкованому форматі та має власний веб-сайт, де доступні електронні версії статей та інший вміст.

Взагалі, періодичні видання для жінок в Україні мають великий потенціал у формуванні гендерної свідомості та підвищенні гендерної рівності. Вони допомагають жінкам знайти своє місце в суспільстві та розвиватися як особистості [10, с.91].

«Жінка» — це популярний журнал, який висвітлює різні аспекти життя жінок, включаючи кар'єру, стосунки, здоров'я, красу, моду, культуру та багато іншого. Видання містить корисні поради, цікаві статті, інтерв'ю з успішними жінками та актуальні новини [26].

Ще трохи детальніше про журнал «Жінка». Він є одним з провідних періодичних видань для жінок в Україні, присвячених різним аспектам життя жінок. Основний фокус журналу — це розширення знань та усвідомлення жінок у різних аспектах їхнього життя. Журнал розглядає такі теми, як кар'єра, стосунки, здоров'я, краса, мода, культура, сім'я, діти, кулінарія, психологія, фітнес та інші, які важливі для сучасних жінок [26].

У журналі «Жінка» можна знайти поради від експертів, інтерв'ю з успішними жінками, розповіді про життєві історії, дослідження, новини, рецепти, модні тенденції та багато іншого. Журнал також має рубрики, присвячені різним сферам життя жінок, таким як кар'єра та бізнес, сім'я та батьківство, здоров'я та самопідтримка, культура та розваги, стиль та мода, розвиток особистості та інші.

Журнал «Жінка» відзначає різні події та досягнення в жіночому світі, а також підтримує різні благодійні та соціальні ініціативи. Видання сприяє

підвищенню освідомленості жінок, розширенню їхніх горизонтів та розвитку інтелектуального потенціалу.

«Сучасна жінка» [28] — це модний журнал, який пропонує актуальні тенденції в красі, моді, стилі та здоров'ї. Ви знайдете в ньому поради про макіяж, зачіски, модні образи, розповіді про успішні жінки та багато іншого, що може бути цікаво сучасній жінці. Це ще одне популярне періодичне видання для жінок в Україні, яке зосереджується на сучасних аспектах жіночого життя. Журнал надає читачам актуальну інформацію, цікаві статті та поради на різні теми, які важливі для сучасних жінок.

Основні тематичні напрямки журналу «Сучасна жінка» включають стиль та моду, красу та догляд за собою, здоров'я та фітнес, культуру та розваги, сім'ю та батьківство, кар'єру та бізнес, відносини та психологію, кулінарію та гастрономію, подорожі та відпочинок, саморозвиток та особистісний ріст, суспільство та культуру, новини та тренди, а також інші теми, які цікаві та актуальні для сучасних жінок.

У журналі «Сучасна жінка» можна знайти яскраві фотоілюстрації, ексклюзивні інтерв'ю з відомими особистостями, корисні поради від експертів, практичні рекомендації та лайфхаки, цікаві статті на різні теми, відгуки читачів, розповіді про реальні життєві історії та досвід інших жінок, розкриття актуальних тем та проблем, а також багато іншого цікавого контенту.

«Сучасна жінка» також відзначає різні досягнення та події, пропагує жіночий успіх, рівність статей, гендерну толерантність та розвиток жінок в сучасному суспільстві. Журнал допомагає жінкам відчувати себе впевнено, розширювати свій світогляд, забезпечувати свій особистий та професійний розвиток, дотримуватись здорового способу життя, доглядати за своїм зовнішнім виглядом та самопочуттям, бути успішними в різних сферах життя та забезпечувати гармонію в різних аспектах свого жіночого буття.

«Сучасна жінка» висвітлює важливі гендерні питання, сприяє формуванню позитивного жіночого образу в суспільстві, відстоює права та

інтереси жінок, сприяє створенню сприятливого середовища для жінок у різних сферах діяльності.

Журнал «Сучасна жінка» також активно співпрацює з відомими експертами, відомими особистостями, лідерами думок, професіоналами різних галузей, які діляться своїм досвідом, порадами та знаннями з читачами.

«Сучасна жінка» виходить в друкованому форматі, а також має веб-версію та активно присутня в соціальних мережах, де веде діалог зі своїми читачами, організовує різноманітні конкурси, акції, розіграші та інші заходи, спрямовані на взаємодію з аудиторією. Це видання є популярним джерелом інформації, порад та натхнення для сучасних жінок в Україні, які прагнуть розвиватись, бути успішними та здоровими, відчувати гармонію у своєму житті та досягати своїх цілей.

Ще один цікавий та елегантний український журнал — це «Анна» [27]. «Анна» фокусується на моді, красі, стилі та культурі. Часопис пропонує статті про модні тренди, дизайнерські колекції, приклади стильних образів, поради з догляду за шкірою та волоссям, а також про культурні події та розваги.

«Анна» був заснований у 2002 році в Україні. Журнал висвітлює широкий спектр тем, пов'язаних з жіночим життям, такими як мода, краса, здоров'я, культура, кар'єра, стосунки, сім'я, діти, кулінарія, подорожі, фітнес та багато інших. Журнал «Анна» відомий своїми стильними обкладинками, професійними фотосесіями, модними рекомендаціями та актуальними статтями. Журнал виходить в друкованому форматі та має веб-версію, що дозволяє читачам користуватись контентом в різний спосіб [27].

Окрім моди та краси, «Анна» висвітлює важливі питання жіночого здоров'я, психології, стосунків, розвитку особистості та самореалізації. Журнал також пропагує рівність статей, гендерні права, та сприяє формуванню позитивного образу сучасної жінки в суспільстві.

«Анна» співпрацює з відомими модними дизайнерами, відомими експертами, зірками шоу-бізнесу та іншими відомими особистостями, які

діляться своїми думками, порадами та досвідом з читачами. Цей журнал також проводить різноманітні акції, конкурси, вечірки та інші заходи, спрямовані на взаємодію з аудиторією та створення спільноти сучасних жінок, які цікавляться модою, красою, здоров'ям та різними аспектами жіночого життя [26].

Серед українських журналів не можна лишити поза увагою журнал «Доброго ранку» [29]. Це журнал, який висвітлює важливі аспекти жіночого життя, такі як кар'єра, сім'я, здоров'я, культура, психологія та багато іншого. Видання пропонує корисні поради, цікаві інтерв'ю, вдумливі статті та новини, які можуть бути цікаві сучасним жінкам. Видавці вважають, що основна мета журналу — надати жінкам практичні поради, вдумливі статті, цікаві інтерв'ю та новини, які допоможуть їм вдосконалити різні аспекти свого життя.

«Доброго ранку» може містити статті про кар'єрний розвиток жінок, включаючи поради щодо професійного зростання, лідерства, управління кар'єрою та балансу між роботою та особистим життям. Журнал також може висвітлювати питання сімейного життя, включаючи статті про відносини, виховання дітей, розподіл обов'язків в родині та інші аспекти сімейного благополуччя.

Час від часу в журналі «Доброго ранку» з'являються матеріали з рубрики «Здоров'я». Він також може містити статті про фізичне та психічне здоров'я жінок, включаючи поради щодо здорового способу життя, діагностики та профілактики різних захворювань, психологічного благополуччя та самопідтримки.

«Доброго ранку» може мати розділи, присвячені культурі, мистецтву, моді, красі, кулінарії та багатьом іншим аспектам жіночого життя. Видання може містити інтерв'ю з відомими жінками, статті про успішні жінки в різних сферах діяльності, розповіді про жіночі досягнення в науці, бізнесі, мистецтві та інших галузях, а також поради від експертів з різних сфер жіночої діяльності. «Доброго ранку» також може містити розділи про психологію, саморозвиток та самореалізацію. Видання може надавати поради щодо покращення емоційного

стану, розвитку особистості, підвищення самооцінки та розуміння себе. Він також може вміщувати матеріали про розвиток творчих здібностей, управління часом, досягнення мети та інші аспекти особистісного зростання жінок.

«Доброго ранку» має інформацію про подорожі, культурні події, кращі місця для відпочинку та розваг, поради щодо стилю та моди, догляду за виглядом, кулінарні рецепти та інші теми, які можуть бути цікаві сучасним жінкам. Журнал орієнтований на різні вікові групи жінок, включаючи молодих дівчат, професійних жінок, мами, жінок зрілого віку та інших. Він може надавати різноманітні статті та матеріали, враховуючи різні потреби та інтереси жінок.

Оформлення журналу «Доброго ранку» завжди має бути яскравим, естетичним та сучасним, з використанням візуальних елементів, фотографій, ілюстрацій та інших графічних ефектів. Видання містить регулярні рубрики, розділи та спеціальні випуски з конкретними темами.

Журнал «Доброго ранку» може виходити у друкованому форматі, а також мати електронну версію, доступну онлайн або у вигляді електронного журналу. Це може дати можливість більшій аудиторії отримати доступ до контенту журналу, включаючи тих, хто має електронні пристрої, такі як смартфони, планшети та комп'ютери. «Доброго ранку» також може взаємодіяти зі своєю аудиторією через соціальні медіа, організовувати конкурси, опитування, анкети, діалог з читачами, а також співпрацювати з іншими відомими особистостями, експертами та іншими партнерами для створення цікавого та актуального контенту.

«Доброго ранку» може бути джерелом натхнення, підтримки та інформації для жінок, допомагаючи їм зростати особистісно, професійно, емоційно та фізично. Видання може допомагати жінкам знайти баланс між кар'єрою та сім'єю, дбати про своє здоров'я та самопочуття, розвиватися та досягати своїх цілей. Журнал «Доброго ранку» став цінним джерелом

інформації, порад та натхнення для сучасних жінок, які бажають балансувати різні аспекти свого життя та досягати успіху в різних сферах.

Зараз глянцеві видання виходять як у паперовому, так і в електронному форматі. Завдяки розвитку інтернету та соціальних мереж, багато журналів мають свої веб-сайти та активно працюють в онлайн-просторі. Також з'явилися нові формати глянцевого видання, наприклад, мобільні додатки та інтерактивні журнали.

З розвитком Інтернету та інформаційних технологій електронні журнали стають дедалі популярнішими. Вони мають переваги перед традиційними паперовими журналами, такі як швидкий доступ до інформації, можливість швидкої та легкої публікації нових матеріалів, збереження даних на довгий термін та можливість швидкої та легкої пошуку необхідної інформації [14, с.274].

Однак, з поширенням інтернету та зміною способу споживання інформації, глянцеві видання стикаються з новими викликами. Вони конкурують з великою кількістю інших джерел інформації, таких як блоги, соціальні мережі та відео-контент. Тому, глянцеві видання намагаються пристосуватися до нових умов та залучити читачів за допомогою цифрових інструментів та інтерактивних форматів. Комп'ютерні технології полегшили підготовку та розповсюдження наукових журналів, але було помітно недостатню кількість технологій та стандартів для переведення тексту в машинописну форму та потреби побудови комп'ютерних мереж для забезпечення зв'язку. Інформаційні технології є основним фактором суспільного розвитку [12, с.46].

Треба відмітити, що останнім часом глянцеві видання стикаються з критикою за недостатню репрезентацію різних груп населення, таких як люди з інвалідністю, представники різних культур та національностей тощо. Тому, деякі видання намагаються виправити це шляхом включення більш різноманітного контенту та розширення своєї аудиторії.

Загалом, розвиток Інтернету мав великий вплив на медіа-ландшафт, зокрема на друковані журнали. Від початку поширення Інтернету багато журналів стали переходити в онлайн та створювати свої власні веб-сайти. Це відкрило нові можливості для медіа-видань, а також змінило спосіб представлення інформації.

Онлайн-видання — це електронні версії журналів, які доступні в Інтернеті. Вони можуть бути безкоштовними або платними, і часто включають різноманітний контент, такий як статті, фотографії, відео, аудіо, блоги та інше. Онлайн-видання також можуть надавати можливості для взаємодії з читачами, такі як коментарі, форуми, анкети тощо.

Дослідники зазначають, що електронний журнал – тільки той, що створено в електронному середовищі, і доступний лише в електронному середовищі. Тотожними для електронний журнал є поняття «онлайновий», «електронний», «веб», «мережевий» [13, с.10].

Спочатку багато онлайн-видань пропонували ту ж саму інформацію, що й друковані журнали, але з часом вони розширили свій контент та формати. Багато видань почали експериментувати зі змішаними форматами, такими як відео-статті, аудіо-подкасти, інтерактивні графіки та інші цифрові елементи, що забезпечують більш захоплюючий досвід для читачів.

Деякі видання вже взагалі відмовилися від випуску друкованих версій та повністю перейшли в онлайн-формат. Це дозволяє їм зменшити витрати на друк та розповсюдження, а також бути більш гнучкими в реагуванні на зміни в медіа-індустрії та потреби читачів. Онлайн-видання також можуть бути більш екологічно сталими, оскільки вони не вимагають використання паперу та інших ресурсів, пов'язаних з друком.

Завдяки інтернету електронні журнали стають дедалі більш популярними, оскільки вони мають багато переваг перед традиційними паперовими виданнями, зокрема швидкий доступ до інформації та можливість швидкої та легкої публікації нових матеріалів. Однак, досі тривають дискусії про те, яку

модель комунікації краще використовувати в електронних журналах. Незважаючи на це, електронні журнали продовжують розвиватися та займають все більш вагому позицію в науковому світі. Для ефективного поширення наукових публікацій рекомендується використовувати комплексну стратегію просування, що базується на традиційних і нетрадиційних маркетингових методах у поєднанні з інтернет-технологіями.

Розвиток онлайн-видань також відкрив можливості для розширення аудиторії. Завдяки інтернету видання можуть досягати читачів у різних куточках світу без обмежень географії. Це дозволяє розширювати свою аудиторію та залучати нових читачів.

Онлайн-видання також можуть бути більш дієвими, забезпечуючи можливості для співпраці з читачами, контактуючи з ними в соціальних мережах, збираючи відгуки та коментарі. Це дозволяє зміцнювати зв'язок з аудиторією та покращувати залучення читачів.

Розвиток онлайн-видань також викликає виклики, такі як конкуренція в електронному середовищі, зміни у моделях бізнесу та відносин з рекламодавцями. Рекламні моделі можуть зазнавати змін через зростання використання блокувальників реклами та зміни у способах монетизації контенту.

У певних випадках, друковані журнали можуть продовжувати існувати поряд з онлайн-виданнями, забезпечуючи різні формати для різних типів аудиторії. В деяких випадках видання можуть використовувати стратегію «сплачує за вміст» (paywall), де деякий контент може бути доступним тільки за певну плату. Це допомагає виданням заробляти на контенті та забезпечувати високу якість журналістської роботи.

Розвиток онлайн-видань продовжує швидко змінювати медіа-середовище і способи споживання інформації. Це відкриває нові можливості для видань, дозволяє розширювати аудиторію, взаємодіяти з читачами та вдосконалювати

зміст. Водночас, це також вимагає адаптації до змін у моделях бізнесу, конкуренції та взаємодії з аудиторією.

З розвитком соціальних мереж та платформ для розповсюдження контенту, онлайн-видання можуть також розширювати свою присутність на різних платформах, таких як Фейсбук, Твіттер, Інстаграм та інших. Це дозволяє залучати більше аудиторії та взаємодіяти з читачами в їхніх улюблених соціальних мережах.

Загалом, глянцеви українські журнали мають різноманітну тематику, таку як мода, стиль, краса, культура, життєвий стиль, кар'єра та багато іншого. Вони часто мають високу якість фото та стильний дизайн, що робить їх привабливими для аудиторії, зацікавленої в моді та стилі. Багато з них також активно використовують соціальні мережі, зокрема, Інстаграм та Фейсбук для взаємодії з аудиторією, публікації фото, відео, новин та проведення різноманітних акцій та конкурсів.

Проте, варто відзначити, що рубрики, тематика, фото та присутність в соцмережах можуть варіюватися в різних журналах, залежно від їх концепції, цільової аудиторії та стратегії розвитку. Рекомендується відвідати веб-сайти журналів та їх профілі в соціальних мережах для отримання більш детальної інформації про їх рубрики, тематику, фото та соціальну активність.

Онлайн-видання також можуть експериментувати зі змістом, форматами та взаємодією з аудиторією. Наприклад, це може бути використання інтерактивних елементів, відео, анімації, подкастів та інших цифрових засобів, які дозволяють більш ефективно передавати інформацію та залучати читачі. Такі видання також можуть швидко реагувати на події та зміни в новинах, надаючи актуальну інформацію в реальному часі. Це дозволяє бути більш гнучким та швидким у забезпеченні актуального контенту для аудиторії.

Варто зауважити, що розвиток онлайн-видань також поставив перед ними виклики, такі як зміну моделі монетизації, зменшення доходів від реклами, проблеми з авторським правом та контролем якості інформації. Конкуренція в

онлайн-середовищі також може бути високою, оскільки доступ до публікації в Інтернеті відкритий для багатьох видань та контент-провайдерів.

Онлайн-видання також можуть стикатися з викликами пов'язаними з вірусними новинами, фейками та дезінформацією, які можуть поширюватися швидко в онлайн-середовищі та впливати на довіру до видання. Контроль якості та фактичної точності інформації є важливим завданням для онлайн-видань, які бажають зберегти довіру своїх читачів.

Проте, в цілому, розвиток онлайн-видань відкриває багато нових можливостей для медіа, дозволяє більш швидко та ефективно розповсюджувати інформацію, взаємодіяти з аудиторією та адаптуватися до змін у медіа-ландшафті. Залежно від своєї стратегії та ресурсів, видання можуть використовувати як друкований, так і онлайн-формати, або відмовитися від одного з них на користь іншого. Ключовою метою залишається забезпечення високоякісного змісту та задоволення потреб своєї аудиторії, незалежно від формату публікації.

Проблемою для глянцевого онлайн-журналізму стала війна. Бойові дії на сході України суттєво вплинули на економіку країни, а також на доходи багатьох підприємств, включаючи видавництва. Зокрема, війна призвела до зменшення рекламних бюджетів, що, в свою чергу, призвело до зменшення доходів видань.

Деякі онлайн-журнали намагаються зменшити витрати, зокрема, скорочують штат працівників та змінюють формати видань. Однак, це не завжди допомагає вирішувати проблему.

Цілком природньо, що війна в Україні призвела до зменшення інтересу до культурної та модної інформації, оскільки люди зосереджені на більш важливіших питаннях. Однак, з часом інтерес до цих тем може повернутися, але онлайн-журнали повинні намагатися пристосуватися до нових умов та залучати читачів за допомогою цифрових інструментів та інтерактивних форматів.

Війна в Україні має негативний вплив на доходи онлайн-журналів, але вони повинні продовжувати адаптуватися до нових умов та залучати читачів за допомогою цифрових інструментів та інтерактивних форматів, щоб залишатися актуальними та цікавими для своєї аудиторії.

Наразі, наскільки це можливо, необхідно інтегрувати, так званий, військовий модний контекст в профільні онлайн-журнали. Адже на війні чоловіки залишаються чоловіками, а жінки – жінками. Не дивно, що непоодинокі випадки фронтових весільних церемоній. Це означає, що й на фронті є попит на моду, адже у людей є бажання і потреби виглядати привабливими в очах протилежного полу. Саме тому тема даної дипломної роботи присвячена модним тенденціям, які вірують під час лихоліття війни.

Не можна не помітити, що з розвитком Інтернету та поширенням онлайн-середовища, друковані журнали стали переходити в онлайн, створюючи свої власні веб-сайти [3, с.2].

Це відкрило нові можливості для медіа, але також поставило перед ними виклики, такі як зміни моделей монетизації, конкуренція, контроль якості та фактичної точності інформації. Онлайн-видання мають адаптуватися до швидкої зміни конкурентного середовища та забезпечувати високоякісний зміст продукту, щоб задовольнити потреби своєї аудиторії. Варіанти використання друкованого та онлайн-форматів можуть варіюватися в залежності від стратегії та ресурсів видання, проте головна мета залишається незмінною - надавати якісний зміст та відповідати потребам своєї аудиторії.

Отже, специфіка глянцевого журналу полягає в тому, що вони мають високу якість друкованого матеріалу, використовуються яскраві фотографії та ілюстрації, а також мають велику кількість реклами. Головними характеристиками глянцевого видання є ексклюзивність, розкіш та стильність. Сучасна fashion-журналістика розвивається і адаптується до нових тенденцій і технологій, включаючи в себе не лише друковані видання, але й онлайн-ресурси, відео-контент, соціальні мережі та інші формати. Вивчення

особливостей розвитку fashion-журналістики допомагає краще зрозуміти вплив моди на суспільство, культуру та медіа, а також роль fashion-журналістики в формуванні сприйняття моди і краси.

Висновки до розділу 1

Отже, у першому розділі ми охарактеризували fashion-журналістику та її становлення, дали визначення даного поняття. Ми розглянули історію виникнення та специфіку журналів про моду. Необхідно зазначити, що глянцеві видання є важливим елементом масової культури, який надає читачам доступ до новинок та трендів у світі моди та краси. Проте, важливо пам'ятати про критичне мислення та необхідність розуміння того, що показано у гляцевих виданнях не завжди є реальним чи досяжним.

Нами були охарактеризовані такі видання, як «ELLE Ukraine», «Cosmopolitan Ukraine», «Vogue Ukraine», «Marie Claire Ukraine», «Наталі», «Анна», «Сучасна жінка», «Добрий ранок» та інші. Глянцеві видання продовжують залишатися популярним джерелом інформації про моду, красу та культуру. Проте, вони повинні адаптуватися до нових умов та враховувати потреби своєї аудиторії, щоб залишатися актуальними та цікавими для читачів.

Глянцеві журнали в Україні продовжують існувати та пристосовуватися до нових умов ринку медіа. Вони залишаються важливим джерелом інформації та розваг для своїх читачів.

Отже, підводячи підсумок проведеного історичного аналізу, важливо зазначити, що позиціонування новоствореного українського журналу про моду на міжнародному рівні здобутків нашої індустрії мод є актуальним та необхідним для внесення свіжих ідей та створення якісного медіапростору сучасності, а також журнали мають більше уваги приділяти сучасній військовій моді, яка сьогодні формується безпосередніми учасниками та учасницями бойових дій.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ТА ПРОСУВАННЯ ОНЛАЙН-ЖУРНАЛУ ПРО МОДУ «ДЖАВЕЛІНА»

2.1. Формування образу журналу, структура та етапи створення онлайн-журналу про моду «Джавеліна»

Сучасна фешн-індустрія вимагає нового підходу до її демонстрування у медіапросторі, оскільки старі методи заповнення видань банальною рекламою втратили свою актуальність для сучасного споживача. З появою безлічі фешн-вебсайтів та сторінок у соціальних мережах розвиток друкованих видань значно зменшився. Причинами цього є зменшення кількості назв фешн-видань через їх ліквідацію або злиття, а також поява нових колаборацій лайф-стайл видань з фешн-індустрією. Для успішного розвитку фешн-журналістики необхідно систематизувати практичний досвід та розвинути систему підготовки fashion-журналістів, щоб створити міцне медіа-підґрунтя для розвитку модного простору в Україні.

В даний час українські видання моди стикаються з проблемами ціноутворення та якості порівняно з безкоштовними онлайн-ресурсами та високоякісними платними підписками. Багато видань не мають оригінального дизайну та покладаються на базові шаблони, що призводить до відсутності глобального визнання. Важливо враховувати інтерес іноземних споживачів, оскільки це може збільшити значення та повагу видання серед молодих українських читачів, які зацікавлені в модній індустрії. Без визнання на глобальному рівні виникає питання, чому молодий український студент обрав би внутрішнє видання, коли барвистий та популярний світ української моди не отримує глобального визнання.

Сьогодні все більше людей звертають увагу на моду, яка стає важливою складовою культури. Інтернет змінив підхід до споживання інформації, в тому числі й про моду. Онлайн-журнали про моду стали невід'ємною частиною цього процесу, адже вони не тільки показують нові колекції відомих дизайнерів, а й розповідають про тенденції в модному світі та надають поради щодо стилю.

Специфіка створення онлайн-журналу про моду полягає у тому, що це досить гнучкий формат видання. Перевагою онлайн-журналів є можливість оперативного оновлення контенту, редагування інформації та реагування на зміни в індустрії швидше, ніж традиційні видання. Таким чином, онлайн-журнал про моду може бути більш актуальним та інформативним для своєї аудиторії.

Однією з переваг онлайн-журналів про моду є можливість пропонувати більше контенту, який спрямований на конкретну аудиторію, та забезпечувати доступ до нових брендів та дизайнерів. Крім того, онлайн-журнали про моду можуть стати платформою для нових талантів в індустрії, допомагаючи побудувати спільноту фешн-експертів.

Створення онлайн-журналу про моду може бути менш вартісним за традиційний друкований журнал, а також дає більше можливостей для аналізу даних та побудови цільової аудиторії. Онлайн-журнали про моду також можуть пропонувати більше інтерактивних можливостей, таких як відео-контент та онлайн-групи для обговорення модних тенденцій.

У підсумку, онлайн-журнали про моду мають свої переваги порівняно з традиційними друкованими виданнями. Вони є більш гнучкими та реагують на зміни в індустрії швидше, надають більше інформації про нові бренди та дизайнерів, стають платформою для нових талантів в індустрії та пропонують більше інтерактивних можливостей.

Українські видання з моди стикаються з проблемами конкуренції з безкоштовними онлайн-ресурсами та високоякісними платними підписками, що може призвести до відсутності глобального визнання. Однак, ми створили

видання, яке може зацікавити іноземних споживачів, що допоможе збільшити значення та повагу серед молодих українських читачів, які цікавляться модною індустрією. Ми пропонуємо найцікавіші новини фешн-індустрії, перспективних дизайнерів, фешн-події та місця України, а також розповідаємо про успішних українських моделей, які працюють на найпрестижніших світових компаніях. Такий підхід не тільки зацікавить іноземних споживачів, але й буде гордістю для свідомих українців, які будуть раді бачити, що український фешн отримує глобальне визнання. Крім того, для зручності українських читачів ми пропонуємо українську електронну версію видання.

Журнал «Джавеліна» - це онлайн-видання про моду для жіночої та чоловічої аудиторії віком від 16 до 100 років. Тобто, вікова категорія журналу є фактично необмеженою, оскільки фешн-тематикою чи послугами може цікавитися чи користуватися реципієнт будь-якого віку.

Фінансова спроможність цільової аудиторії: середній і вище середнього дохід; люди, що можуть дозволити собі витрати на фешн і б'юті-сферу.

Назва журналу відображає протитанковий ракетний комплекс американського виробництва, який використовується Збройними Силами України у війні з РФ. Проте обкладинка журналу - це ніжна українська модель у чудовій сукні.

Концепція нашого видання полягає в стильному та оригінальному демонструванні української фешн-індустрії, що зацікавить широку аудиторію, включаючи іноземних туристів, бізнесменів та всіх, хто цікавиться модою та красою. Ми не обмежуємося однією віковою групою чи вподобаннями, а намагаємося привернути до нашого видання різноманітних партнерів та рекламодавців, таких як фешн-заклади, блогери, моделі та модельєри з різною оригінальністю та спрямованістю. Ми також звертаємо увагу на потреби людей з різними особливостями та культурними вподобаннями.

Рубрикація видання створена таким чином, щоб користувачу було цікаво і зручно сприймати інформацію. Рубрики навмисне переділені одна від одної

рекламним матеріалом, щоб розмежувати контент і зробити візуальну інформаційну розрядку.

У виданні присутні наступні рубрики:

- головна сторінка;
- новини моди;
- війна та мода;
- зірки.

Статті та новини, які будуть присутні в рубриках:

1. «Історія української вишивки: від народного ремесла до модного тренду».
2. «Новітні тренди української моди: як відображається національна ідентичність».
3. «Українські дизайнери на світовій арені: як вони просувають українську моду».
4. «Українська мода на екранах кіно: як вона відображена в українських фільмах».
5. «Українські національні костюми: як вони збереглися до сьогодення».
6. «Модні тренди української вишивки: як її поєднують з сучасним стилем».
7. «Українська вишиванка: символ національної ідентичності».
8. «Українські дизайнери у світі моди: як вони представляють Україну на міжнародних аренах».
9. «Кольорова гамма сезону весна-літо 2023: які кольори будуть в тренді».
10. «Текстури та матеріали: що буде популярним у наступному сезоні».
11. «Модні аксесуари: які деталі доповнять ваш образ у 2023 році».
12. «Мода на передовій: як військовий одяг став трендом».
13. «Військовий стиль у громадському середовищі: як зробити його більш цивільним».
14. «Мода для військових дружин: як створити стильний образ у важкий час».

15. «Ікони стилю в українській моді: кого варто знати».

16. «Моделі на лінії фронту: як вони показують свої образи в умовах війни» та багато інших.

Зрозуміла назва публікації та цікаві статті відразу спонукають читача до розуміння правил журналу та логічної навігації. Тому ми називаємо заголовки чітко і лаконічно, а головне зрозуміло адресату. Графічне оформлення розміщення заголовка, розроблене за принципами світових модних журналів «Vogue», «Elle», «Harper's Bazaar» тощо, яке не відволікає читача від основного змісту, але завжди вказує назву та номер сторінки в межах видимості. Ми свідомо позбулися принципу відмови від правил з підкладкою, плашками, використанням великих шпильок, використання різних відтінків чи різних кольорів, які поширені в багатьох українських видавничих циклах, але дуже застаріли для світової практики, що є абсолютно неприйнятним у фірмові видання.

Назва публікації відразу спонукає читача до розуміння правил журналу та логічної навігації. Редакція журналу ретельно відбирала контент, щоб охопити різноманітну читацьку аудиторію. Одне із завдань: підготувати випускний журнал, щоб у будь-якій ситуації кожна дівчина/жінка могла знайти для себе цікаву інформацію, викладену оригінально, зрозуміло і, головне, привабливо. Журнал містить зібрані, упорядковані та додаткові матеріали, кожен з яких містить посилання.

При цьому до видання повністю увійшли публікації автора, про які докладніше буде сказано нижче. Весь вміст журналу перекладено англійською мовою на зрозумілому «споживацькому» рівні, щоб читачі (з різних країн або етносів, віку чи приналежності) чітко усвідомлювали та розуміли мову. Проте журнал українською мовою. Видання в першу чергу орієнтоване на дівчат і жінок, але реальність така, що воно не існувало б без уваги професійних модельєрів, чоловіків-моделей і чоловіків, які взагалі цікавляться або люблять погортати модні видання. Тому ми допускаємо рекламу чоловічого одягу,

парфумів, годинників тощо, основна мета якої – зацікавити жіночу аудиторію придбати подарунки для своїх чоловіків, синів, батьків, друзів, знайомих.

Після визначення загальної концепції видання необхідно провести детальний аналіз змісту журналу, який демонструє передбачувану статичну та варіативну частини. Видання в першу чергу орієнтоване на дівчат і жінок, але реальність така, що воно не існувало б без уваги професійних модельєрів, чоловіків-моделей і чоловіків, які взагалі цікавляться або люблять полистати модних видань. Тому ми допускаємо рекламу чоловічого одягу, парфумів, годинників тощо, основна мета якої – зацікавити жіночу аудиторію придбати подарунки для своїх чоловіків, синів, батьків, друзів, знайомих. Тому після визначення загальної концепції видання необхідно провести детальний аналіз змісту журналу, який демонструє передбачувану статичну та варіативну частини. Тому ми допускаємо рекламу чоловічого одягу, парфумів, годинників тощо, основна мета якої – зацікавити жіночу аудиторію придбати подарунки для своїх чоловіків, синів, батьків, друзів, знайомих.

Таким чином, ми ретельно підбираємо контент, щоб задовольнити потреби різних вікових та культурних груп. Ми пропонуємо оригінальну та зрозумілу інформацію, яка приваблює до себе увагу, а також унікальні авторські публікації, що доповнюють загальний контент журналу. Ми також звертаємо увагу на потреби людей з різними особливостями та культурними вподобаннями.

Наше видання привертає увагу не тільки жіночої аудиторії, а й чоловіків-моделей, професійних модельєрів та всіх, хто цікавиться модою та красою. Ми стежимо за останніми трендами та пропонуємо своїм читачам новинки з усього світу моди та краси. Воно має чітку рубрикацію та використовує світові стандарти графічного дизайну, щоб забезпечити максимальний комфорт для читачів. Усе це робить наше видання привабливим та корисним для широкої аудиторії, включаючи іноземних туристів та

бізнесменів. Ми прагнемо стати одним з провідних модних видань в Україні та відображати українську модну індустрію на міжнародному рівні.

Рубрики видання міститимуть цікаву інформацію, що легко засвоюється, розбірлива рубрикація надасть читачам розуміння плану та зацікавить їх. «Джавеліна» буде орієнтований на платформу для нових талантів в індустрії моди та створено з врахуванням сучасних модних тенденцій. Як онлайн-видання, «Джавеліна» дає більше можливостей для аналізу даних та побудови цільової аудиторії, а також може пропонувати більше інтерактивних можливостей, таких як відео-контент та онлайн-групи для обговорення модних тенденцій.

Створення оригінальної версії журналу з власною концепцією інтернет-видання є актуальним. Онлайн-видання стають усе більш популярними та їх кількість постійно зростає, тому «Джавеліна» відзначатиметься оригінальною назвою, стильним дизайном та цікавими рубриками, які вабитимуть читачів.

Глянцеві видання є невід'ємною частиною життя чоловіків та жінок і є еталоном наслідування. «Джавеліна» буде конкурувати з відомими глянцевими виданнями, такими як «Космополітен» та «Vogue», які відзначаються високими продажами тиражів та співпрацею зі знаменитостями. Термін «глянцевий журнал» походить від слова «глянець» і відображає прилизаність та пригладженість вмісту. Глянцеві журнали формують певний стиль життя у читача і допомагають в досягненні успіху, фокусуючись на красі й гендерних комунікаціях.

Журнал «Джавеліна» відображає сучасні тенденції у світі моди та пропонує оригінальний погляд на моду для молодшої аудиторії. Він дає більше можливостей для аналізу даних та побудови цільової аудиторії, а також може пропонувати більше інтерактивних можливостей для читачів.

Сьогодні на ринку є велика кількість журналів на різні тематики, проте концептуальні особливості можуть суттєво відрізнятись. В будь-якому випадку,

періодичні видання для жінок є важливим елементом медіа-культури, який формує певний стиль життя та сприяє саморозвитку та самовираженню [11, с.304].

У сучасних умовах, онлайн-видання займають переважну позицію над друкованими виданнями, і журнал «Джавеліна» є оригінальним та сучасним, з грамотною концепцією та дизайном.

Маючи встановлену значущість стильного українського модного журналу та його ролі у покращенні іміджу української модної індустрії в глобальному масштабі, ми б хотіли підкреслити наш внесок у його створення.

Від початку ідеї для цього видання ми виконали наступне: розробили основну ідею, мету та концепцію журналу; сформулювали початкову стратегію; створили комплексне бачення дизайну видання; згенерували оригінальний письмовий контент; сконцептуалізували та розробили обкладинку; розрахували фінансові витрати, створили високоякісний рекламний контент, стратегічно розміщений по всьому виданню, обмежуючи кількість реклами, щоб уникнути перевантаження читачів; розробили стратегію розповсюдження / продажу видання; розглянули умови продажу; встановили контрактні відносини з партнерськими організаціями, посольствами, модельними агентствами, салонами краси тощо.

На завершення, після теоретичного та практичного аналізу, модний журнал «Джавеліна» є актуальним глянцевою виданням з необхідним контентом для своєї аудиторії та візуально привабливим за дизайном. Це авторитетний видавничий продукт на ринку медіа. Тому я вважаю ідею та концепцію створення та запуску модного журналу «Джавеліна» на ринку успішними.

2.2. Контент та дизайн як найважливіші складові хорошого та успішного журналу про моду

Для того, щоб залучити нових читачів та підтримувати інтерес до нашого видання, ми активно використовуємо соціальні мережі та наш сайт. Ми завжди

прагнемо ділитися ексклюзивними матеріалами, такими як фотографії з модних подій та інтерв'ю з відомими дизайнерами та моделями. Це дозволяє нашим читачам бути в курсі останніх новин у світі моди та дізнаватися більше про українську фешн-індустрію.

Окрім цього, ми регулярно випускаємо спеціальні випуски журналу з фокусом на конкретні теми, такі як весняно-літня колекція, святковий сезон або тренди сезону. Це дозволяє нам бути більш цікавими для рекламодавців та підтримувати інтерес читачів до нашого видання.

Основна стратегія нашого видання полягає в тому, щоб створити професійне видання з високоякісним контентом, яке буде цікавим як для українських, так і для іноземних читачів. Ми прагнемо презентувати українську фешн-індустрію на світовому ринку та допомогти їй отримати глобальне визнання. Для цього ми використовуємо різноманітні інструменти, такі як соціальні мережі, спеціальні випуски та професійна команда, щоб забезпечити успіх нашого видання та української фешн-індустрії в цілому.

Наша цінова політика унормована та розписана у бізнес-стратегії, що дозволяє нам розповсюджувати видання абсолютно безкоштовно або за договорами, укладеними з відповідними стратегічними партнерами. Ми створили професійний, стильний і дорогий дизайн видання, щоб привернути увагу сучасного споживача до глянцевої сторінки, виключно з необхідним для реципієнта рекламним матеріалом.

Ми також надаємо повагу українським читачам, блогерам та фешн-експертам, презентуючи українську фешн-індустрію на світовому ринку. Ми вважаємо, що це допоможе залучити іноземних споживачів та інвестиції в українську фешн-індустрію.

Усі ці елементи нашої стратегії дозволяють нам створити професійне видання з високоякісним контентом, яке привертає увагу читачів та рекламодавців. Ми прагнемо бути лідерами у галузі моди в Україні та презентувати українську фешн-індустрію на світовому ринку.

Журнал «Джавеліна» є інформаційним. Він звертає увагу на важливі соціальні питання, пов'язані з модою та красою, такі як екологічна мода, рівність у красі та моделювання, що сприяє позитивному впливу на суспільство. Все це допомагає залучати нову аудиторію та розвивати українську модну індустрію.

Кольорова гама для анонсу журналу «Джавеліна» на патріотичну тему може бути такою:

- жовтий (колір сонця);
- фіолетовий (колір спокою).

На макеті внутрішнього блоку глянцевого журналу «Джавеліна» на патріотичну тему можуть бути такі елементи:

- Заголовок статті або розділу, написаний червоним шрифтом на білому фоні.
- Фото або ілюстрація, що відображає патріотизм або природу, зеленим та коричневими тонами.
- Акцентний текст або підзаголовок, написаний жовтим шрифтом на синьому фоні.
- Короткий текстовий блок з використанням синього та зеленого кольорів на білому фоні.
- Текстовий блок з використанням червоного та жовтого кольорів на білому фоні.

Такий макет буде виглядати свіжо та привабливо для читачів, а кольорова гама додасть журналу патріотичного настрою.

Детальні характеристики заголовків та підзаголовків:

Для заголовків і підзаголовків в журналі «Джавеліна» використовуються шрифти з сімейства sans-serif, що дозволяє забезпечити читабельність тексту та його вигляд на різних пристроях.

Основним шрифтом для заголовків є Montserrat Bold з розширеним міжсимвольним проміжком та жирними літерами, що дозволяє залучити увагу читача до основної теми статті.

Для підзаголовків використовується Montserrat Semi-bold з меншим міжсимвольним проміжком та менш жирними літерами, що дозволяє зберегти читабельність тексту та зберегти його акцентність.

Також можуть використовуватися додаткові шрифти, такі як Lato та Open Sans, для створення різноманітних ефектів та вигляду тексту.

Для додаткової ефективності можна змінювати розмір шрифтів та їх відступи, щоб забезпечити більшу читабельність та акцентність тексту. Також можна застосовувати техніки курсиву та жирного шрифту для підсилення ефекту.

Редакційно-видавнича підготовка глянцевого видання «Джавеліна» складається з кількох етапів:

1. Розробка концепції та планування контенту. На цьому етапі визначається тематика та стиль видання, складається план випусків, обираються теми для кожного номера.

2. Підбір матеріалів. Редактори збирають інформацію для статей, фотографії, ілюстрації та інші матеріали.

3. Редагування та коректура тексту. Тексти статей перевіряються на граматичні та стилістичні помилки, а також на достовірність інформації.

4. Дизайн та верстка. На цьому етапі створюється дизайн видання, обирається шрифт та кольорова гамма, розміщуються матеріали на сторінках.

5. Коректура друкованих пробників. Перед друкуванням видання робляться друковані пробники, які перевіряються на помилки та недоліки.

6. Друк та розсилка. Останній етап - друк видання та його розсилка до підписників.

Таким чином, редакційно-видавничий процес містить кілька етапів, що дозволяють створити якісне та цікаве глянцеве видання «Джавеліна».

Щодо етапів редакційно-видавничого процесу, то умовно їх можна поділити на такі пункти:

1. Аналіз ринку та аудиторії. На цьому етапі вивчається конкуренція на ринку глянцевого видань, а також визначається цільова аудиторія журналу.

2. Розробка концепції та формату журналу. Визначається тематика, стиль та формат видання, який буде привабливим для цільової аудиторії.

3. Підбір команди. Формується команда професіоналів з редакторської, дизайнерської та журналістської сфер.

4. Планування контенту. Складається план випусків, обираються теми для кожного номера, планується розміщення матеріалів на сторінках.

5. Підбір матеріалів. Редактори збирають інформацію для статей, фотографії, ілюстрації та інші матеріали.

6. Редагування та коректура тексту. Тексти статей перевіряються на граматичні та стилістичні помилки, а також на достовірність інформації.

7. Дизайн та верстка. Створюється дизайн видання, обирається шрифт та кольорова гамма, розміщуються матеріали на сторінках.

8. Коректура друкованих пробників. Перед друкуванням видання робляться друковані пробники, які перевіряються на помилки та недоліки.

9. Друк та розсилка. Останній етап - друк видання та його розсилка до підписників. Також може бути здійснена рекламна кампанія для привернення нових читачів.

Вирахувати витрати дуже важко, оскільки не всі витрати можна спрогнозувати заздалегідь. Для реалізації проекту та просування журналу «Джавеліна» на ринку потрібно мати достатньо фінансових ресурсів. Розглянемо основні витрати, які пов'язані з цим проектом:

1. Витрати на створення першого номера журналу: це включає в себе витрати на збір інформації, написання статей, дизайн та верстку журналу, друк та розсилку. Приблизна сума витрат на створення першого номера може складати від \$10 000 до \$20 000.

2. Витрати на просування журналу: це включає в себе рекламну кампанію, участь у виставках та конференціях, спонсорські внески тощо. Приблизна сума витрат на просування може складати від \$5 000 до \$10 000 на місяць.

3. Витрати на зарплату команди: це включає в себе зарплату редакторів, журналістів, дизайнерів та інших співробітників. Приблизна сума витрат на зарплату може складати від \$5 000 до \$15 000 на місяць.

4. Витрати на оренду офісу та обладнання: це включає в себе оренду офісу, комп'ютерів, принтерів, камер та іншого обладнання. Приблизна сума витрат на оренду та обладнання може складати від \$3 000 до \$5 000 на місяць.

Отже, загальна сума витрат на реалізацію проекту та просування журналу «Джавеліна» на ринку може складати від \$20 000 до \$50 000 на місяць. Для забезпечення стабільної роботи журналу необхідно мати достатньо фінансових ресурсів, тому рекомендується залучення інвесторів або отримання кредиту у банку.

Проте наш журнал також матиме певний дохід на ринку:

1. Рекламні послуги: журнал може отримувати дохід від рекламних оголошень, розміщених в його сторінках. Рекламодавці можуть бути компанії, які пропонують товари та послуги, що цікавлять читачів журналу.

2. Підписки: журнал може отримувати дохід від продажу підписок на свої видання. Підписниками можуть бути як індивідуальні читачі, так і компанії, які замовляють журнал для своїх співробітників.

3. Продаж окремих номерів: журнал може продавати окремі номери свого видання через кіоски та магазини з продажу преси.

4. Організація подій: журнал може організовувати події, такі як конференції, семінари та інші заходи, що стосуються тематики журналу. Дохід може бути отриманий від продажу квитків на події, а також від спонсорських внесків компаній, які бажають підтримати захід.

5. Електронна версія журналу: журнал може мати свою електронну версію, яка буде доступна для завантаження на платформах, таких як Amazon

Kindle або Apple Newsstand. Дохід може бути отриманий від продажу електронних версій журналу.

6. Спонсорські внески: журнал може отримувати спонсорські внески від компаній, які бажають підтримати видання та його тематику. Спонсорські внески можуть бути отримані для конкретних проектів або видань, або для загальної підтримки журналу.

Щоб журнал був популярним та приносив дохід, то потрібно створити план реалізації та просування. Роздумавши стратегію поширення, ми дійшли до того, що головне в реалізації:

- Створення віртуального магазину з продажу товарів, що рекламуються в журналі. Крім того, можна пропонувати ексклюзивні акції та знижки для підписників журналу.

- Організація онлайн-курсів та вебінарів з тематики, що розглядається в журналі. За участь у таких заходах можна брати плату, або пропонувати їх безкоштовно для підписників.

- Випуск спеціальних видань журналу, які будуть присвячені конкретним темам або подіям. Це може бути зв'язано з організацією виставок, фестивалів чи конференцій.

- Розміщення реклами на сайті журналу та в соціальних мережах. Це може бути не тільки реклама товарів та послуг, але й реклама подій, які організовує журнал.

- Співпраця з іншими медіа-платформами, що займаються схожою тематикою. Це може бути спільний проект з іншими журналами або блогерами, який дозволить розширити аудиторію та залучити нових читачів.

- Випуск аудіо- та відеоматеріалів, що доповнюють статті та рубрики в журналі. Це може бути, наприклад, подкаст з інтерв'ю зі знаменитостями, відео-огляди товарів або онлайн-трансляції подій.

Також важливим для просування журналу є його новизна. Глянцевий патріотичний журнал «Джавеліна» - це нова форма візуалізації української

культури та національної ідентичності. Журнал пропонує свіжий погляд на традиції та історію України, звертаючи увагу на її культурну спадщину та сучасну культурну сцену.

Отже, «Джавеліна» – це не просто журнал, а місце зустрічі для людей, які цінують свої корені та бажають досліджувати культурну спадщину України. У його сторінках ви знайдете інтерв'ю з видатними діячами культури, огляди книг, фільмів та мистецьких виставок, а також роздуми про важливі події в житті країни.

«Джавеліна» – це журнал, який пропонує бачення України з іншого боку, допомагає зрозуміти, що наша культура - це не тільки національні символи та традиції, але й сучасна сцена, яка виростає на основі нашої історії та культурної спадщини. «Джавеліна» – це нова форма патріотизму, яка допомагає зрозуміти, що наша культура - це наша основна сила та гордість.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи другий розділ роботи, варто зазначити, що концепція, стратегія, бізнес-план і реалізація журналу «Джавеліна» є успішними та популярними на ринку. Вони є необхідними для створення позитивного іміджу української фешн-індустрії серед іноземних споживачів. Художньо-технічні характеристики журналу демонструють стильність та оригінальність видання. Лише за умови створення актуальної концепції, оригінальної ідеї, чіткого бізнес-плану з прогнозованими витратами та доходами, а також розумінням потреб та інтересів читачів можна досягти успішного становлення та реалізації друкованого або електронного журналу «Джавеліна»

Отже, у процесі роботи даного дослідження:

- вибудовано базову стратегію журналу;
- означено цільову аудиторію, їхні вікові та гендерні особливості, фінансову спроможність;
- створено концепцію видання;

- детально розписано кожен рубрику;
- чітко розписаний контент журналу та його вплив на аудиторію;
- описано технічні характеристики, концепцію дизайну обкладинки та блоку видання, шрифтові особливості та підбір гами кольорів;
- деталізовано редакційно-видавничу підготовку видання;
- виділено основні етапи редакційно-видавничої підготовки;
- досліджено фінансові умови реалізації друкованої, електронної та друкованої + електронної версій журналу;
- виявлення новизни журналу;
- виділені основні етапи просування журналу.

Отже, провівши дослідження, можна з упевненістю сказати, що журнал «Джавеліна» є актуальним, унікальним та надзвичайно цікавим.

ВИСНОВКИ

Під час проведеного дослідження було проаналізовано історію світової fashion-періодики та fashion-журналістики та найвідоміші видання на цю тему - «ELLE Ukraine», «Cosmopolitan Ukraine», «Vogue Ukraine», «Marie Claire Ukraine» та інші глянцеві журнали, які були охарактеризовані в дипломній роботі.

Досліджено, що історія фешн-журналістики починається з середини XIX століття, коли в Парижі з'явився перший журнал про моду - "Le Journal des Dames et des Modes". Він мав формат альбому та містив ілюстрації з новими моделями одягу та аксесуарами, а також тексти з порадами щодо стилю та етикету.

Особливості глянцевиx видань полягають у їх високій якості та естетиці. Вони мають привабливий дизайн, використовують якісну фотографію та тексти, що передають атмосферу модного світу. Також вони співпрацюють зі світовими дизайнерами та моделями, що дозволяє їм мати ексклюзивний контент.

Глянцеві видання також відрізняються від інших видань тим, що вони мають велику кількість реклами. Це дозволяє їм заробляти гроші та підтримувати високу якість видання.

Сьогодні фешн-журналістика активно розвивається в онлайн-середовищі, де з'являються нові формати та платформи для публікацій про моду. Вони дають можливість широкому колу людей дізнаватися про новинки зі світу моди та краси, а також ділитися своїми враженнями та думками.

Також було досліджено історичні концепти українських видань про моду та видань для жінок, що дозволило зрозуміти історичні передумови сучасного стану таких видань. Були охарактеризовані такі журнали для жінок, як : «Жінка», «Сучасна жінка», «Доброго ранку», «Анна», «Наталі».

У ході проведеного дослідження встановлено, що глянцеві видання є важливою частиною популярної культури, надаючи читачам новини та тенденції моди та краси. Однак важливо пам'ятати про критичне мислення та необхідність розуміти, що те, що показують у глянцевих виданнях, не завжди правдиве та досяжне. Глянцеві видання залишаються популярними джерелами інформації про моду, красу та культуру. Однак вони повинні адаптуватися до нових умов і враховувати потреби аудиторії, щоб залишатися актуальними і цікавими для читачів. Таким чином, українські модні журнали продовжують існувати та адаптуватися до нових умов медіаринку. Вони залишаються важливим джерелом інформації та розваги для читачів.

У ході роботи було створено концепт власного журналу "Джавеліна". Ми розглянули реалізацію просування даного видання. Мода – це не просто одяг та аксесуари, це ціла індустрія, яка постійно змінюється та розвивається. Журнали про моду є важливим елементом цієї індустрії, оскільки вони допомагають споживачам зрозуміти останні тренди, підказують, як поєднувати різні речі, та дають поради щодо створення неповторного образу.

«Джавеліна» – журнал, який має свої особливості та цілі. Основна мета журналу – бути стильним, сучасним і актуальним. Він повинен відповідати потребам своєї аудиторії та пропонувати унікальний та цікавий контент. Важливо враховувати, що мода – це не лише одяг, а й краса, стиль та культура, тому журнал повинен охоплювати всі аспекти цієї індустрії.

Структура онлайн-журналу про моду «Джавеліна» може складатися з різних елементів, таких як головна сторінка, розділи журналу, фотогалереї, відео та блоги. Головна сторінка повинна містити останні новини, статті та фотографії. Розділи журналу можуть бути присвячені різним темам, таким як модні тренди, краса та стиль. Фотогалереї можуть бути присвячені модним показам, знаменитостям та іншим подіям в світі моди. Відео можуть містити інтерв'ю з дизайнерами, захоплюючі репортажі та інші цікаві матеріали. Блоги

можуть бути написані професійними фешн-експертами, які діляться своїми думками та порадами щодо моди.

Етапи створення онлайн-журналу про моду «Джавеліна» дуже важливі для його успіху. Першим етапом є визначення цілей та концепції журналу. Наступним кроком є розробка дизайну та структури веб-сайту. Потім потрібно підібрати команду професіоналів для створення контенту та розробити стратегію продвиження сайту. Після запуску сайту необхідно почати генерацію контенту та аналізувати результати, щоб внести покращення для подальшого розвитку сайту.

У ході роботи було вибудовано базову стратегію журналу, означено цільову аудиторію, їхні вікові та гендерні особливості, фінансову спроможність, створено концепцію видання, детально розписано кожну рубрику, чітко розписаний контент журналу та його вплив на аудиторію, описано технічні характеристики, концепцію дизайну обкладинки та блоку видання, шрифтові особливості та підбір гами кольорів, деталізовано редакційно-видавничу підготовку видання, виділено основні етапи редакційно-видавничої підготовки, досліджено фінансові умови реалізації друкованої, електронної та друкованої та електронної версій журналу, виявлення новизни журналу, виділені основні етапи просування журналу.

Успіх онлайн-журналу про моду «Джавеліна» залежить від правильного виконання всіх етапів розробки та просування. Головною метою журналу є задоволення потреб своєї аудиторії та пропонування їм унікального та цікавого контенту. Тому важливо пам'ятати про цю мету на кожному етапі розробки та просування журналу.

Таким чином, опираючись на проведений аналіз ринку, вважаємо, що здійснене дослідження є надзвичайно актуальним та своєчасним, привабливим і грамотно зорієнтованим, а із залученням необхідних інвестицій може стати абсолютно успішним медіапроектom України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Астапцева Х. А. Репрезентація моди на шпальтах жіночих часописів Львова (кінець ХІХ - перша третина ХХ 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. Васьківська 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. Маркелов К.В. *Мода и журналистика: Программа, учебное пособие*. М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова, 2002. 38 с
9. Передирій В. А. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939 рр.) : анотований каталог. Львів : МЕТА, 1996. 191 с.

10. Сушкова О.М. Типологія періодичних видань для жіночої аудиторії. Вісник КиМУ. Київ: КиМУ. 2004. Вип.3. С. 68-79
11. 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.
12. 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.
13. 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*.
14. Brumfiel G. Science journalism: Supplanting the old media? *Nature*. 2009. Vol. 458(7236),P.274-277.

Електронні ресурси:

15. Журнал «Harper's Bazaar» URL: <https://harpersbazaar.com.ua/> (дата звернення:10.05.2023).
16. Журнал «VOGUE UA». URL: <http://presa.ua/vidannja-universal-nogozmistu/vidannja> звернення: (дата звернення:10.05.2023).
17. Журнал «VOGUE UA». URL: <https://vogue.ua/> (дата звернення: 10.05.2023)
18. Журнал «ELLE Україна». URL: <http://presa.ua/vidannja-universal-nogozmistu/vidannja-dlja-zhinok-vidannja-dlja-cholovikiv/elle-ukraina.html> (дата звернення: 26.04.2023).
19. Журнал «ELLE Україна». URL: <https://elle.ua/> (дата звернення: 10.05.2023).
20. Журнал «Cosmopolitan». URL: <https://www.cosmo.com.ua/> (дата звернення: 10.05.2023).
21. Журнал «Glamour». URL: <https://www.glamour.com/> (дата звернення: 10.05.2023).

22. Журнал «Натали». URL: <http://presa.ua/vidannja-universal-nogozmistu/vidannja-dlja-zhinok-vidannja-dlja-cholovikiv/natali.html> (дата звернення: (дата звернення: 10.05.2023).
23. Журнал «Натали». URL: <https://natali.ua> (дата звернення: 10.05.2023).
24. Журнал «Натали». URL: <https://journals.ua/women/natali/33257-03-21.html> (дата звернення: 10.05.2023).
25. Журнал «Marie Claire». URL: <https://marieclaire.ua/uk/> (дата звернення: 10.05.2023).
26. Журнал «Жінка». URL: <http://presa.ua/zhinka.html> (дата звернення: 10.05.2023).
27. Журнал «Анна». URL: <https://jread.top/sewing-and-needlework/42010-anna-4-2022.html> (дата звернення: 10.05.2023).
28. Журнал «Сучасна жінка». URL: <https://www.modna.com.ua/> (дата звернення: 10.05.2023).
29. Журнал «Доброго ранку». URL: <https://www.1plus1.ua/dobrogo-ranku> (дата звернення: 10.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

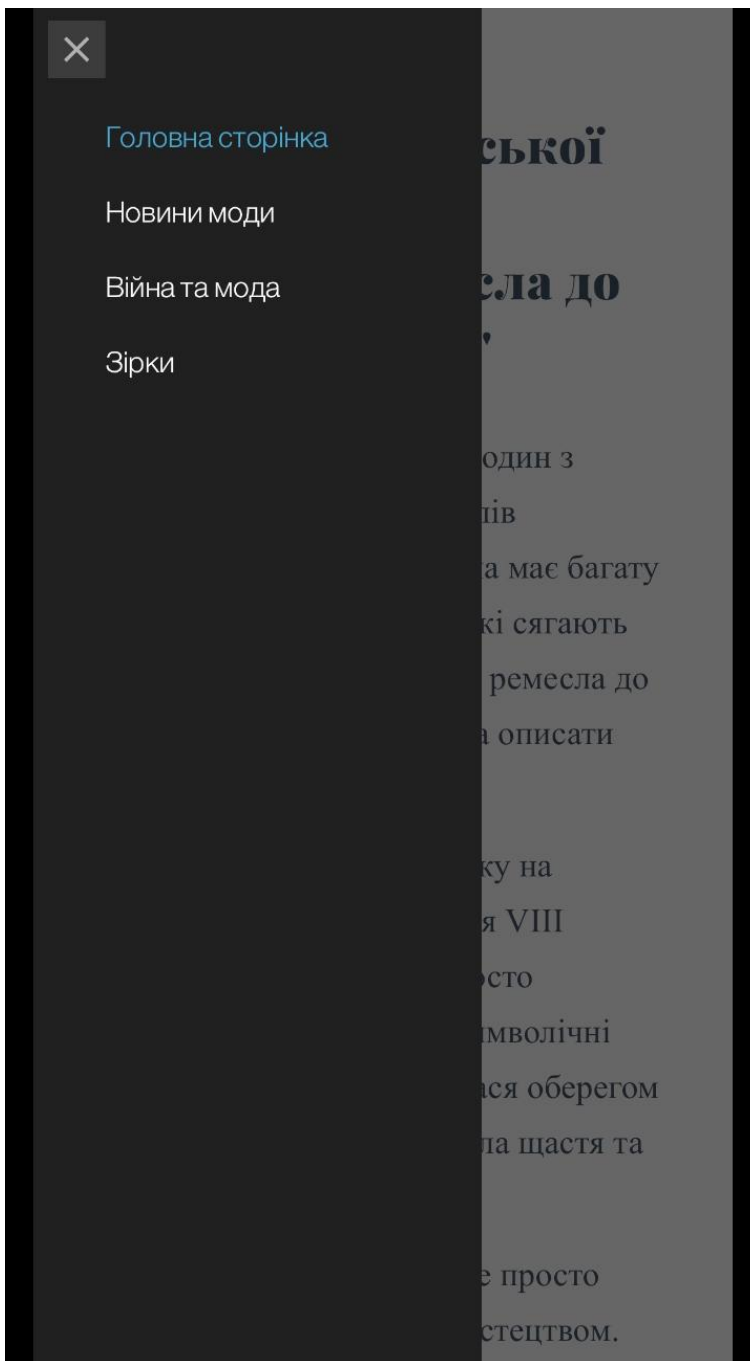
Обкладинка онлайн-журналу «Джавеліна»



Розроблено автором

Додаток Б

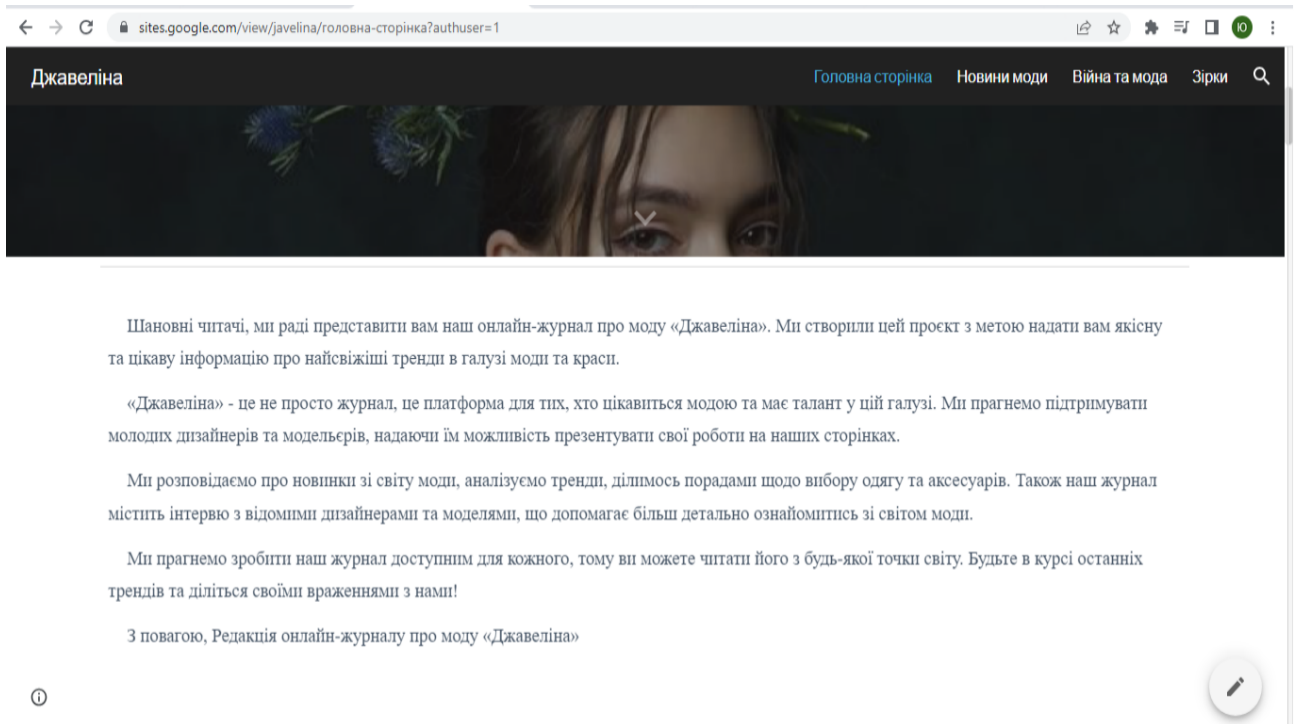
Рубрики онлайн-журналу «Джавеліна»



Розроблено автором

Додаток В

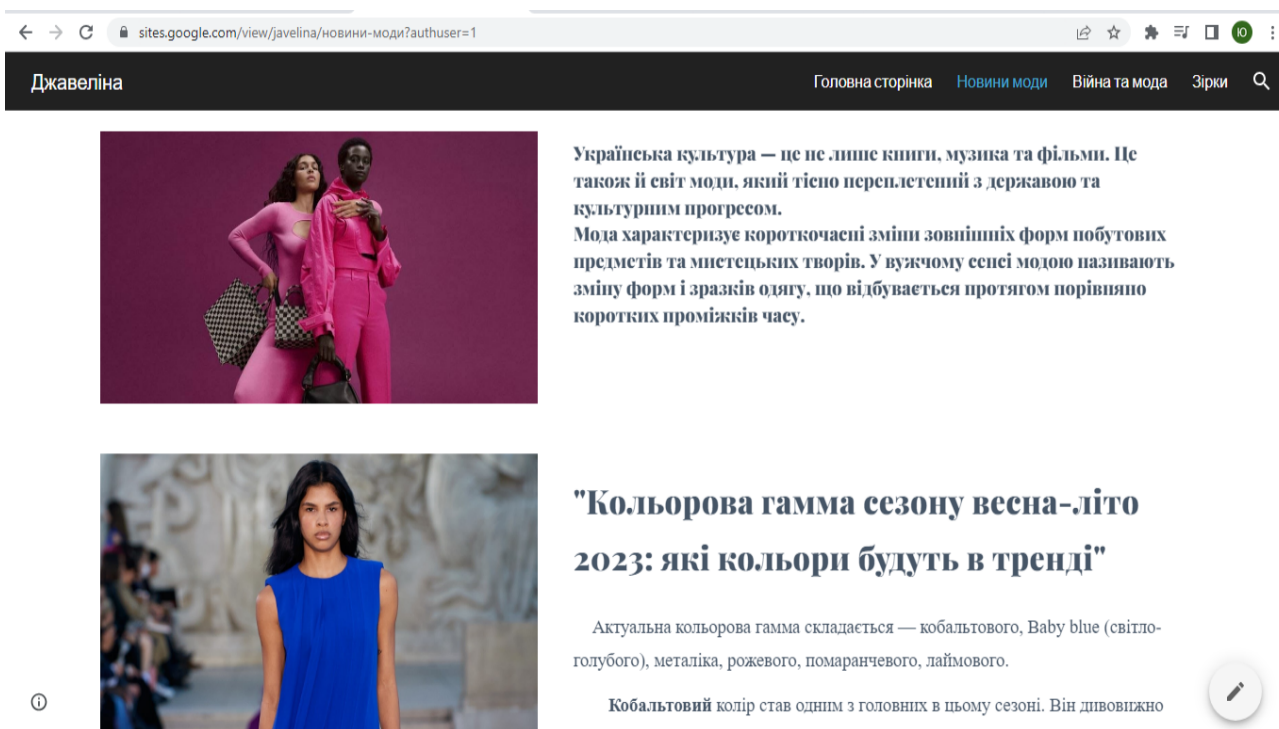
Лист від редакції онлайн-журналу «Джавеліна»



Розроблено автором

Додаток Г

Рубрика «Новини моди»



The screenshot shows a web browser window with the address bar displaying "sites.google.com/view/javelina/новини-моди?authuser=1". The website has a dark navigation bar with the name "Джавеліна" on the left and menu items "Головна сторінка", "Новини моди", "Війна та мода", and "Зірки" on the right. The main content area features two articles. The first article has a pink image of a couple and text about Ukrainian culture and fashion. The second article has a blue image of a woman and a title about color trends for spring-summer 2023.

Джавеліна

Головна сторінка Новини моди Війна та мода Зірки

Українська культура — це не лише книги, музика та фільми. Це також її світ моди, який тісно переплетений з державою та культурним прогресом. Мода характеризує короткочасні зміни зовнішніх форм побутових предметів та мистецьких творів. У вузькому сенсі модою називають зміну форм і зразків одягу, що відбувається протягом порівняно коротких проміжків часу.

"Кольорова гамма сезону весна-літо 2023: які кольори будуть в тренді"

Актуальна кольорова гамма складається — кобальтового, Baby blue (світло-голубого), металіка, рожевого, помаранчевого, лаймового.

Кобальтовий колір став одним з головних в цьому сезоні. Він дивовижно

Розроблено автором

Додаток Г

Рубрика «Війна та мода»

← → ↻ sites.google.com/view/javelina/війна-та-мода?authuser=1

Джавеліна Головна сторінка Новини моди Війна та мода Зірки


Вірші написані під час війни

ВІДЛИГА

Коли їм обрізали всі відходи,
коли заперечили у праві буття,
вони прослизали на захід зі сходу,
по кінчику леза складали маршрути

стежками важкими від талого снігу,
шляхами, що мічені слідом собачим,
посадками, що відчували відлигу
по запаху крові,
у пошуку вдачі.

І крок за кроком і слідом по сліду
лунало в повітрі — я ще повернуся,
я ще сюди неодмінно приїду,
я ще помщуся...



Жінки України

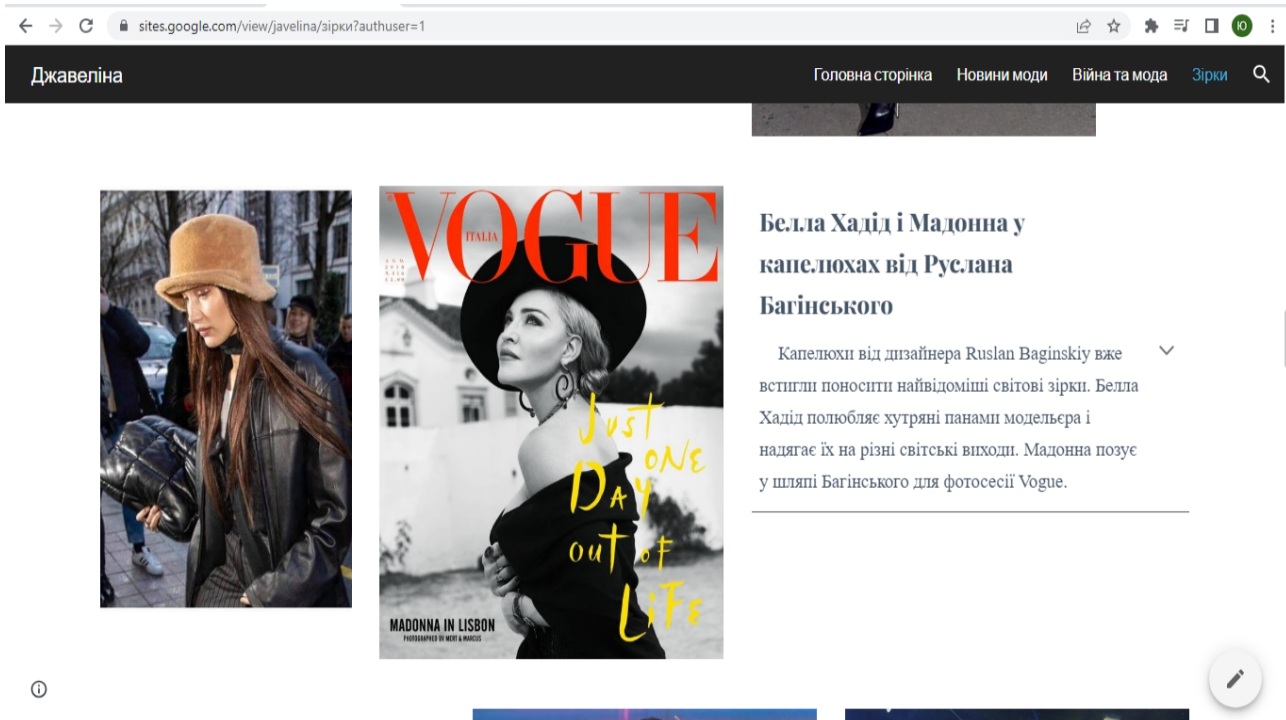
Жінки України! Бійці ЗСУ!
Пекельним стожаром спалахує обрії.
У ваші серця, в вашу диво-красу
вп'ялися зіниці голодної кобри.

Якби ж то я міг обійняти хоч раз
всіх разом жінок, щоб від куль захистити!
Та тільки молитися можу за вас,
щоб сили небесні до вас прихилити.

Розроблено автором

Додаток Д

Рубрика «Зірки»



The screenshot shows a web browser displaying an article on the 'Зірки' (Stars) section of a website. The browser's address bar shows 'sites.google.com/view/javelina/zirki?authuser=1'. The website's navigation bar includes 'Джавеліна' (Javelina) on the left and 'Головна сторінка', 'Новини моди', 'Війна та мода', and 'Зірки' on the right. The article features two images: on the left, a photograph of Bella Hadid wearing a brown fur hat and a black leather jacket; on the right, the cover of the Italian edition of Vogue magazine featuring Madonna in a black hat, with the text 'Just ONE DAY out of LIFE' and 'MADONNA IN LISBON'.

Джавеліна

Головна сторінка Новини моди Війна та мода Зірки

Белла Хадід і Мадонна у капелюхах від Руслана Багінського

Капелюхи від дизайнера Ruslan Baginskiy вже встигли поносити найвідоміші світові зірки. Белла Хадід полюбить хутряні панамы модельєра і надягає їх на різні світські виходи. Мадонна позує у шляпі Багінського для фотосесії Vogue.

Just ONE DAY out of LIFE

MADONNA IN LISBON

Розроблено автором

Додаток Е


Ексклюзивний матеріал в онлайн-журналі «Джавеліна»

← → ↻ sites.google.com/view/javelina/zipki?authuser=1

Джавеліна Головна сторінка Новини моди Війна та мода Зірки

Instagram: @sergiyakakula

Я насправді простий хлопець, виріс у селі на Львівщині, і багато моїх друзів і знайомих були в АТО. Тому, коли почалася повномасштабна війна, я вважав своїм обов'язком захищати рідних і близьких.



"Моделі на лінії фронту: як вони показують свої образи в умовах війни"

Умови війни надихають на створення нових моделей, які відображають дух часу та прагнення людей до виживання та експресії своєї індивідуальності. На лінії фронту моделі показують свої образи, які відображають їхні переживання та ставлення до війни.

Одним з прикладів можна назвати модельний показ, який відбувся на лінії фронту в Україні. Моделі, які взяли участь у цьому показі, представляли різні країни та культури, але всі вони мали щось спільне - бажання показати свою підтримку українському народу та висловити своє ставлення до війни.

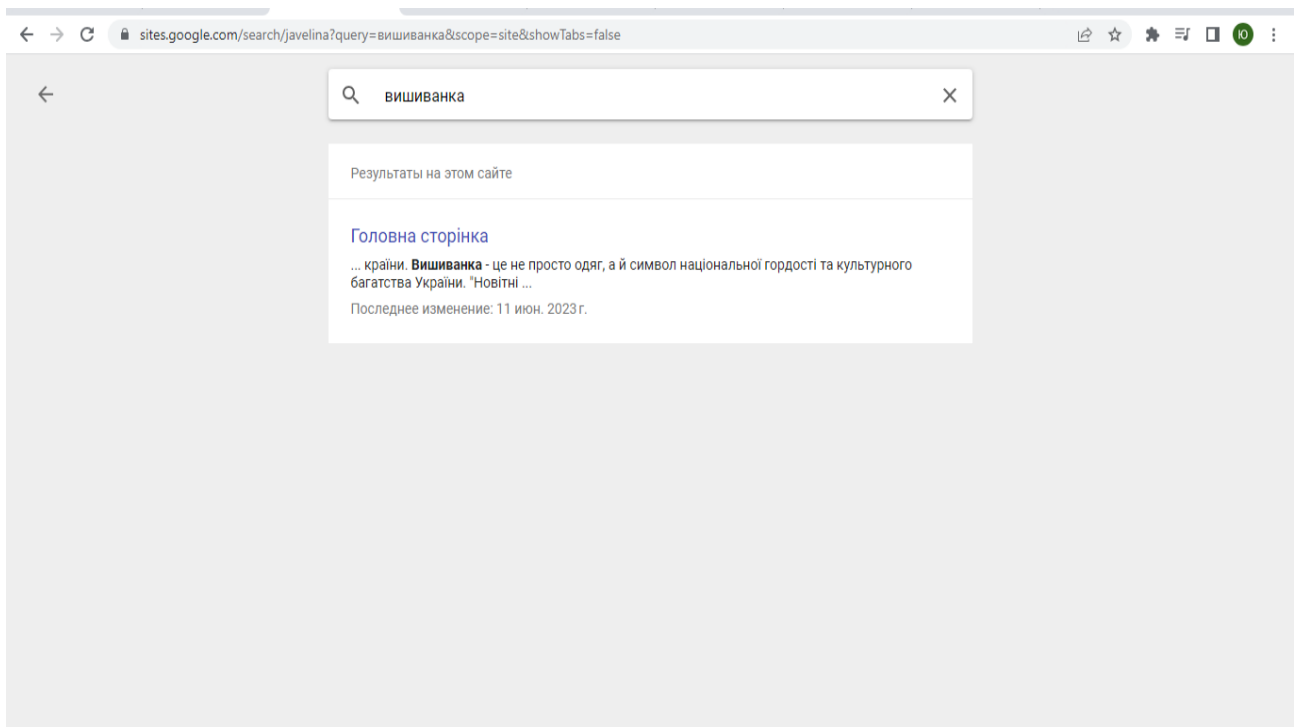
Одна з моделей, яка взяла участь у цьому показі, була одягнена у вишиванку з символами української національної символіки. Цей образ відображав патріотизм та любов до своєї країни, а також бажання підтримати український народ у його боротьбі за свободу та незалежність.

Інша модель, яка взяла участь у показі, була одягнена у форму військового пілота. Цей образ відображав героїзм та рішучість молодих парасюків війни.

Розроблено автором

Додаток Є

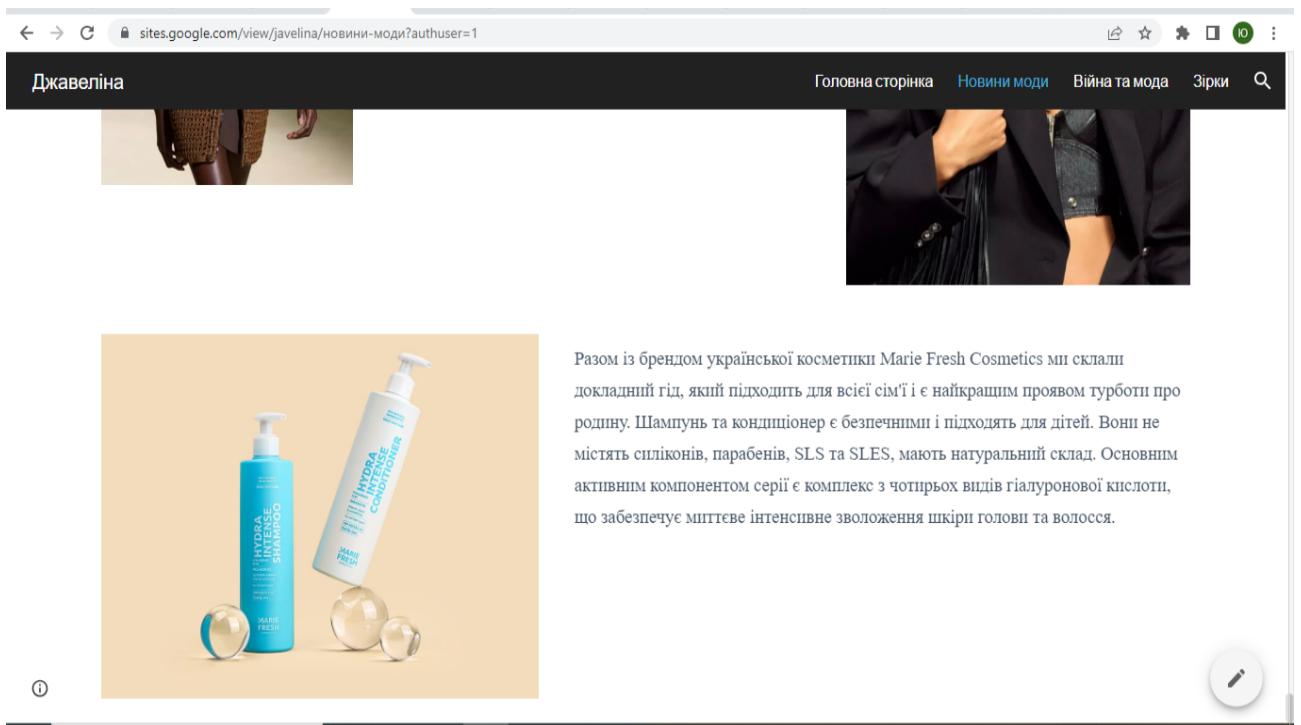
Пошук за словом на сайті онлайн-журналу



Розроблено автором

Додаток Ж

Реклама на сайті онлайн-журналу



Джавеліна

Головна сторінка Новини моди Війна та мода Зірки

Разом із брендом української косметики Marie Fresh Cosmetics ми склали докладний гід, який підходить для всієї сім'ї і є найкращим проявом турботи про родину. Шампунь та кондиціонер є безпечними і підходять для дітей. Вони не містять силіконів, парабенів, SLS та SLES, мають натуральний склад. Основним активним компонентом серії є комплекс з чотирьох видів гіалуронової кислоти, що забезпечує миттєве інтенсивне зволоження шкіри голови та волосся.

Розроблено автором