

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ФАХОВИЙ ГАЛИЦЬКИЙ КОЛЕДЖ
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА
Кафедра видавничої справи та медіакомунікацій

КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА
за спеціальністю 061 Журналістика
(Освітньо-професійна програма
«Видавнича справа та медіакомунікації»)

Розробка авторського глянцевого видання «Easy Fashion»
Development of the author's glossy edition «Easy Fashion»

Виконала: студентка II курсу, гр. Жб-21
Семенець Аріадна Миколаївна

Керівник: в. о. завідувача кафедри
видавничої справи та медіакомунікацій,
кандидат філологічних наук
Г. Б. Вишневська

Рецензент: доцент кафедри журналістики
ТНПУ ім. В. Гнатюка,
канд. н. із соц.комунік. Т. В. Решетука

Анотація

Семенець А. М. Розробка авторського глянцевого видання «Easy Fashion». Кваліфікаційна бакалаврська робота. Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2022.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена розробці авторського глянцевого видання «Easy Fashion». Написано 17 матеріалів, зроблено 19 власних фотографій, зверстано 80 шпальт журналу, з яких 40 розворотів, подано пояснювальну записку, обсяг якої 24 сторінки.

Описано створення та розробку авторського глянцевого видання «Easy Fashion».

Ключові слова: глянцеве видання, класифікація глянцевих видань, авторська ідея журналу, особливості журналу, структура журналу, жанрова палітра журналу.

Abstract

Semenets A. M. Development of the author's glossy edition «Easy Fashion». Qualifying bachelor's thesis. Vyacheslav Chornovil Halytskyi College, Ternopil, 2022.

Qualifying bachelor's thesis is devoted to the development of the author's glossy edition «Easy Fashion». 17 materials were written, 19 own photos were taken, 80 pages of the magazine were drawn, of which 40 covers, an explanatory note was submitted, the volume of which was 24 pages.

Describes the creation and development of the author's glossy edition «Easy Fashion».

Keywords: glossy edition, classification of glossy editions, author 's idea of the magazine, features of the magazine, structure of the magazine, genre palette of the magazine.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
РОЗДІЛ ІІ. СПЕЦИФІКА ПРОДУКТУ	10
2.1. Структура.....	11
2.2. Жанрова палітра	13
2.3. Авторська ідея	16
2.4. Особливості аудиторії	17
РОЗДІЛ ІІІ. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	19
ВИСНОВКИ.....	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	22
ДОДАТКИ.....	24

ВСТУП

Сьогодні все частіше можна простежити розвиток глянцевого видання у світі, в Україні цей процес функціонує повільніше. Найчастіше український глянець є фактично копією зарубіжних видань. Журнал «Easy Fashion» є особливим не лише за своєю структурою, але й за авторським підходом.

Актуальність роботи полягає у тому, що гляцевий ринок України є не надто розвиненим. Журнал «Easy Fashion» сьогодні немає відповідних аналогів, завдяки оригінальному вмісту та креативному підходу до кожного матеріалу та шпальт, видання відрізняється від вже існуючої гляцевої періодики.

Новизна роботи визначається у:

- відмінності від існуючих аналогів;
- креативному підході до вмісту журналу;
- авторських матеріалах;
- доступності викладу.

Метою дипломної роботи є розробка та створення авторського видання «Easy Fashion», використовуючи знання здобуті із таких дисциплін, як: «Дизайн друкованих видань», «Основи журналістської майстерності», «Журналістські професії» тощо.

Завданням дипломної роботи є:

- створення власного гляцевого видання «Easy Fashion»;
- розробка зовнішнього вигляду журналу;
- верстка глянцю;
- написання авторських матеріалів;
- створення власних ілюстрацій;
- написання пояснювальної записки.

Об'єкт дослідження — авторське видання «Easy Fashion».

Предмет — розробка авторського видання «Easy Fashion».

Структура роботи — творчий проєкт складається із двох частин: теоретичної, у якій обґрунтовується необхідність створення якісного ЗМІ, а

також практичного додатку — макету глянцевого видання. Загальний обсяг журналу налічує 80 сторінок. Структура пояснювальної записки складається із: вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг — 24 сторінки.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

«Глянцеве видання — це ілюстроване періодичне друковане видання, високої поліграфічної якості, найрізноманітнішої тематики» [1].

Ми вважаємо, що «глянцевий журнал — це видання, високої поліграфічної якості, найчастіше з глянцевими сторінками, яке розраховане на специфічну читацьку аудиторію. Тематику для глянцевих журналів є: мода, краса, життєві історії, життя знаменитостей, економічні, політичні теми тощо» [визначення було апробоване у курсовій роботі].

Глянцеві видання поділяються на 2 види:

- інді-журнали;
- мейнстримні журнали.

«Особливість інді-журналів полягає у:

- незвичайній верстці;
- нестандартному, оригінальному підході до контенту;
- періодичності (від двох разів в рік);
- кожному номеру є головним;
- відносній фінансовій незалежності» [особливості були апробовані

у курсовій роботі].

Прикладами слугують, такі видання: «Another», «Interview», «Purple magazine», «1 Granary», «I-D», «System», «TANK» «Another Man», «Love», «Dazed & Confused» тощо.

«Особливість мейнстримних журналів відрізняється:

- «головними» номерами, які є вересневими та березневими;
 - дотриманням ДНК бренду журналу, його унікальності та філософії
- у кожній країні;
- періодичністю (10-12 випусків в рік);
 - тісною взаємодією із комерційними відділеннями реклами

[особливості були апробовані у курсовій роботі].

Прикладами слугують такі видання: «Harper's Bazaar», «Elle», «InStyle», «Cosmopolitan», «Vogue», «L'Officiel», «Glamour» тощо.

Українська дослідниця О. Сушкова у своєму виданні «Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості» зазначила, що, на її думку, глянцеві видання та видання для жінок можна поділити за такими критеріями:

«За типологічними ознаками:

- тип видання (газета, журнал, бюлетень, дайджест, вісник);
- періодичність;
- аудиторія;
- обсяг;
- цільове призначення;
- характер інформації» [11, с. 56].

«За періодичністю:

- тижневики («Лиза», «Лиза GIRL», «Oops»);
- місячники («Женский журнал», «Натали», «Единственная»);
- кварталники («Світ жінки»))» [11, с. 56].

«За характером інформації:

- елітарні («Натали», «Женский журнал», «Cosmopolitan», «Єва»);
- літературно-художні («Истории из жизни»);
- преса громадських жіночих організацій («Очима жінок», «Жіночий світ»);
- масові популярні видання («Лиза», «Лиза GIRL», «Oops»);
- журнали, спеціалізовані за інтересами («Лиза. Приятного аппетита», «Burda moda»);
- видання для усієї родини («Сім'я», «Семейная газета»))» [11, с. 57-58].

«За аудиторними призначеннями:

- для підлітків («Лиза. GIRL», «Мадемуазель»);
- для «сучасних жінок» («Натали», «Ева», «Женский журнал»);
- для жінок похилого віку («Бабушка»);
- для бізнес-леді («Бізнес Woman»);

- для жінок-матерів («Мой ребёнок», «Мама и я»)) [11, с. 61].

У свою чергу ми розробили власну класифікацію:

«Вид журналу:

- інді;
- мейстрімний» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За матеріальною конструкцією:

- газетні видання;
- журнальні видання» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За періодичністю:

- тижневик;
- місячник;
- кварталник;
- одnorічник» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За читацькою адресою:

- для широкої аудиторії;
- для вузької аудиторії [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За способом виготовлення:

- друковані;
- електронні» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За об'єктом опису:

- однооб'єктні;
- багато'об'єктні» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

«За мовою:

- одномовні;

- двомовні;
- мовою оригіналу;
- перекладені;
- паралельні» [класифікація була апробована вперше у курсовій роботі].

Історія глянцевого журналу у світі розпочалася ще на початку XVII століття. Тоді видання включали в себе кольорові ілюстрації модного, на той час, одягу. Папір був далеко не глянцевим, а шорстким та жовтуватого відтінку. Вже згодом у зв'язку із розвитком поліграфічних технологій жовтий папір замінив глянцевий.

Прийнято вважати початківцем глянцевої періодики французький журнал «Дамський Меркурій». Проте, першим журналом для жінок вважається «Дамський Меркурій», який був створений в Англії.

«В Україні перші гляцеві видання з'явилися у 90-х роках минулого століття. У 1993 році був виданий журнал “Єва”, який позиціонував себе, як «вишуканий журнал для вибагливих жінок». Згодом, на ринку почали з'являтися “Elle” та “Cosmopolitan” [3].

У 2000-х роках до полиць магазину додалися: «L'Officiel», «Harper's Bazaar», «Vogue», «Glamour», «Marie Claire» тощо.

Точної цифри, скільки нині глянцевої періодики є в Україні, назвати не можна. Проте, з легкістю можна назвати лідерів — «Vogue», «L'Officiel», «Marie Claire», «Elle», «Glamour», «Harper's Bazaar».

Отже, у першому розділі ми дослідили термін «гляцеве видання», вважаємо, що — це видання, високої поліграфічної якості, найчастіше з глянцевими сторінками, яке розраховане на специфічну читачку аудиторію.

Окреслили поділ глянцевого журналу на: мейнстримні та індивідуальні, охарактеризували їх особливості. Виокремили класифікацію української дослідниці О. Сушкової, а також простежили історію глянцевого журналу у світі та в Україні.

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКА ПРОДУКТУ

Відповідно ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення понять», видання «Easy Fashion» *«за знакової природою інформації»* є текстовим видання. *За способом виготовлення* — друкованим та частково електронним видання. Частково електронним виданням «Easy Fashion» є тому, що онлайн версія журналу є функціонуючою, також видання має власну інстаграм-сторінку, де можна почерпнути інформацію. *За періодичністю* — це періодичне видання, яке виходить два рази на рік. *За матеріальною конструкцією* — журнальне видання. *За складом основного тексту* — полівидання. *За мовною ознакою* — одномовне видання, яке видається українською мовою. *За ступенем аналітико-синтетичного перероблення інформації* — інформаційне видання. *За цільовим призначенням* — видання для дозвілля» [5].

Цільова аудиторія журналу «Easy Fashion» немає вікових рамок, тут варто взяти до уваги те, що видання створене для усіх людей, яким цікавий багатогранний світ моди.

Основна тематика — мода та частково краса.

Перевагами проєкту сміло можна вважати актуальність, попит та доступність. Видання є безумовно актуальним, адже на ринку України немає подібних, саме українських журналів про моду. На нашу думку, сьогодні глянцева періодика України схожа між собою. Якщо ж говорити про журнал «Easy Fashion», його *оригінальність* та *відмінність від існуючих аналогів* полягає в тому, що він відрізняється наповненням, уся інформація, яка подана у ньому базується не лише на фактичних даних, але й на власних спостереженнях. Так, для того, аби написати матеріал про сумки українських дизайнерів та подати його у журналі, нами було вивчено цільовий ринок, конкуренцію, попит на аксесуар та навіть взаємодію із покупцями. Ми читали відгуки, опрацьовували їх і таким чином обирали кращі, на нашу думку, бренди.

Слід зазначити й те, що кожний текст перш ніж з'явиться у виданні, проходить низку питань: «А чи буде цікаво читати це читачеві?» «В чому важливість матеріалу?» «В чому його особливість?» «Навіщо та чому журнал «Easy Fashion» повинен містити у собі саме цей текст?».

Створюючи журнал, ми сприяємо тому, аби для читачів світ моди був зрозумілим, ми говоримо про моду простими словами. Від цього і походить *назва* «Easy Fashion», що у перекладі означає — легко про моду. Насправді мода — це мистецтво, вона цікава, далеко не одноманітна, а дуже навіть багатогранна.

Тому, відкриваючи цей глянець ви стаєте ще на крок ближчими до всесвіту моди, пізнаючи через призму сторінок усю його велич та різнобічність.

Перспективи комерційної реалізації. Вище було згадано про переваги журналу, якщо говорити про перспективи його розвитку, безсумнівно можна сказати, що вони є. Завдання редакції — розвиток видання, а для того, аби воно розвивалося та реалізувалося, як одне із найкращої глянцевої періодики країни, потрібно:

Перше: зібрати штаб працівників, які готові працювати та вдосконалювати видання. Тобто, мати власного технічного редактора, який буде відповідати за зовнішній вигляд журналу, його верстку тощо; журналістів, які будуть відповідати за текстове наповнення; фотографів, які будуть відповідати за ілюстративне наповнення; маркетологів, які будуть популяризувати журнал; контент-менеджера, який буде відповідальним за інстаграм-сторінку «Easy Fashion».

Друге: завоювати читацьку прихильність шляхами креативності, «відходження» від стандартів, тобто оригінальністю. Мовою викладу, яка повинна бути легкою та зрозумілою, а також доступною ціною.

2.1. Структура

Обсяг журналу налічує 80 сторінок, ***формат*** — А4.

Щодо **рубрикації**. Видання має п'ять рубрик, три з яких постійні — «Все, що вам потрібно знати про...», «Easy Культура», «In Easy Fashion» та дві зміні — «Made in Ukraine», «Easy Краса».

Рубрика «Все, що вам потрібно знати про...» присвячена п'ятьом дизайнерам, які внесли неабиякий вклад у моду. Героями цього випуску стали: Ельза Скіапареллі, яка першою придумала тематичні колекції, винайшла плащ із целофану, рукавички із ефектом нафарбованих нігтів, створювала головні убори у формі телефону чи таблетки. П'єр Бальмен, який у своїх колекціях використовував вишуканість та пишність одягу, квіткові принти та ручну вишивку, позолоту та орнамент. Юбер де Живанши, який є дизайнером чи не всього гардеробу Одрі Хепберн та творцем костюму-двійки, блузи «Бенітта», сукні-мішок та сукні-футляр. Джоржіо Армани — завжди виступав за мінімалізм та простоту одягу, та чи не один із перших відмовився від використання натурального хутра в колекціях. Джанні Версаче, який ввів у моду яскраві кольори, високі підбори, поєднував вишуканий аристократизм та зухвале бунтарство.

У рубриці «Easy Культура» подана підбірка із п'яти фільмів та книг. Фільми: «Ів Сен-Лоран. Стил — це я» про історію французького кутюр'є Сен-Лорана; «Джіа» про життя американської топ-моделі; «Валентино: Останній імператор» про процес створення колекції; «Айріс» фільм про життя жінки Айріс Апфель, її принципи та погляди; «Дріс Ван Нотен» про біографію та професію відомого модельєра від першого лиця.

Цей випуск журналу вміщує в собі книги про дизайнерів від українських авторів: «Fashion directory of Ukraine. Довідник української моди», автори якого Зоя Звиняцьківська та Антон Єременко; «Ukrainian woman in VOGUE UA»; «In progress. Fashion of Ukraine since 1991» — ще одна книга, авторкою якої є Зоя Звиняцьківська; «Історія традиційних українських прикрас», над якою працювали львівські етнографки Галина Стельмашук та Анна Врочинська; «Вишивка в одязі видатних українців», авторкою книги є Тетяна Зез.

«In Easy Fashion» включає: інтерв'ю, основна тематика якого мода, із українською фешн-дівою Тетяною Кодзаєвою. Особливості стилю прерпі та притаманні йому риси. Матеріал про обкладинки, які на думку нашої редакції заслуговують на особливу увагу. Текст про айпсайклінг або вторинне перероблення речей у світі моди та представлення брендів, котрі це підтримують.

У рубриці «Made in Ukraine» йдеться про внесок українських брендів у світ моди. Наприклад, у тексті «Світові зірки, які одягаються у одяг від українських брендів» розповідається про п'ять знаменитостей, які обирають речі від українських дизайнерів. Підбірка сумок від українських дизайнерів включає п'ять аксесуарів, які створили наші модельєри, в тексті описується особливість кожного із брендів. Матеріал «Українське народне вбрання» присвячено одягу, який носили українці понад сто років тому.

«Easy Краса» вміщує в собі два інтерв'ю основна тематика яких — краса. Перше інтерв'ю із директоркою польської компанії «Inglot» в Україні, Анастасією Баженовою. Друге із солісткою гурту «Kazka» — Олександрою Заріцькою.

2.2. Жанрова палітра

Журнал «Easy Fashion» — це видання про моду, тому і жанрова палітра повинна бути відповідною. Глянець включає в себе чотири види матеріалів: *інтерв'ю* (Тетяна Кодзаєва, Олександра Заріцька та Анастасія Баженова), *рецензії* (Фільми про моду; Книги про моду від українських авторів), *огляд* (Все, що вам потрібно знати про ... Ельзу Скіапареллі, П'єра Бальмена, Джорджіо Армани, Джанні Версаче, Юбера де Живанши; Стиль прерпі; Не просто обкладинки; Підбірка сумок українських дизайнерів), *модна стаття* (Urcycling; Світові знаменитості, які одягаються у одяг українських дизайнерів; Українське народне вбрання).

Частина ілюстрацій зроблена самостійно, інша — взята із вільних джерел.

Ілюстрації на обкладинці, звороті обкладинки, змісті, у листі головного редактора, назвах рубрики, а також на шпальтах, де є приклади аутфітів із вишитою сукнею та стилем преппі, розворот із тексту рубрики «Made in Ukraine», «Світові зірки у одязі українських дизайнерів», а також два останніх рекламних розвороти — зроблені власноруч. Власні фотографії позначені авторським знаком.

На рекламних інтеграціях перших двох розворотів є нова колекція бренду Miu Miu «Courtesy of Miu Miu», яка вийшла у 2022 році та нова колекція Burberry «Courtesy of Burberry/Met&Marcus/Chris Rhodes», обидві реклами взяті із офіційних сайтів брендів, використовувати їх можна.

Фотографії дизайнерів із рубрики «Все, що вам потрібно знати про ...» взяті із вільних інтернет-джерел, у яких не зазначено, що фотографії мають авторське право. Фотографії із інтерв'юйованими (Анастасією Баженовою, Олександрою Заріцькою та Тетяною Кодзаєвою) взяті із їх інстаграм-сторінок, а також із вільних онлайн-ресурсів, на фотографіях не зазначено про авторське право, тому їх сміло можна використовувати. Ілюстраціями рубрики «Easy Culture films» належать офіційні заставки, а також фрагменти скрінів із фільмів, які також у вільному доступі. Щодо книг із рубрики «Easy Culture», ілюстраціями є обкладинки книг та їх наповнення всередині, яке теж можна використовувати. Фотографії для матеріалу «Стиль преппі» та «Upcycling» взяті із онлайн-ресурсу Pinterest, який функціонує, як сайт вільного використання чужих ілюстрацій. Ілюстративний матеріал тексту «Не просто обкладинки» узятий із різних джерел, доступ яких — вільний: архівні номери журналів, Pinterest, а також фотографії із Google.

Щодо логотипу видання, він складається із великої букви «Е», що розшифровується, як перша частина назви журналу — «Easy» та слова «Fashion», тобто другої частини назви, яке написано навколо літери «Е».

На обкладинці першого випуску журналу «Easy Fashion» зображена модель Поліна Маковійчук. Основний задум — не зупинятись на досягнутому

та йди лише уперед. На моделі синій костюм із нової колекції «Zara» та жовта сумка цього ж бренду.

Кольорова палітра обкладинки складається із чорно-білих кольорів, зверху подана назва видання та номер випуску.

Журнал «Easy Fashion» містить в собі чотири реклами, дві з яких взяті із офіційних сайтів брендів — «Miu Miu» та «Burberry». Інші — зроблені самостійно. Реклама доглядової косметики «Rituals» взята у журнал, тому що випуск частково стосується теми краси. Цей бренд давно став улюбленцем мільйонів людей та нашої редакції, а хороший склад та неодмінний результат не залишив нам вибору, не рекламувати доглядову позицію.

Інша реклама бренду «Pandora» присвячена новій колекції «Весна-літо 2022», у якій представлено новинки аксесуарів на різний смак та вподобання.

Назва журналу «Easy Fashion» виконана шрифтом Candara, 38-го розміру, накреслення — Regular. Підпис знизу «issue 1» виконаний шрифтом Candara 22-го розміру, накреслення — Regular.

Підписи до рекламних інтеграцій та ілюстрацій здійснено шрифтом Minion Pro, розмір шрифту — 13,5 пт. Накреслення — Regular.

Назву «From me for you» здійснено шрифтом Monotype Corsiva, 30 розмір. Підпис «З найкращими побажаннями головна редакторка журналу “Easy Fashion” Аріадна Семенець» зроблено шрифтом Minion Pro, розмір якого — 13,5 пт.

Усі назви рубрик здійснено шрифтом Monotype Corsiva, розмір — 36 пт., накреслення — Regular. Шрифт усіх матеріалів Minion Pro, розмір 12 пт., накреслення — Regular. Колонтитули відтворені шрифтом — Monotype Corsiva 30-го розміру, накреслення — Regular. Колонцифри шрифт — Monotype Corsiva, розмір — 20 пт.

Матеріали видання «Easy Fashion» подані або суцільним текстом із абзацними відступами, або у двох колонках. Прикладами суцільного тексту слугують матеріал «Світові зірки у одязі українських брендів», «Upcycling», підбірки фільмів та книг про моду тощо. Матеріалами, де відслідковуються дві

колонки тексту, є інтерв'ю із Анастасією Баженовою, Тетяною Кодзаєвою, текст про Ельзу Скіапареллі тощо.

Кольорова гама у виданні є різною, тому неможливо окреслити певні відтінки. Наприклад, кольорова гамма інтерв'ю із Олександрою Заріцькою поєднує три кольори: чорний, білий та червоний. А матеріал про світових знаменитостей, які обирають одяг від українських дизайнерів, включає в себе яскраві відтінки: салатовий, оранжевий, зелений тощо.

Роздільними засобами у журналі слугують розвороти із назвами рубрик та колонтитули зверху сторінок, за допомогою яких можна зрозуміти, що це за рубрика та які матеріали до неї відносяться.

Колонтитули та колонцифри — змінні, в залежності від рубрики чи підрубрики, наприклад рубрика «Все, що вам потрібно знати про ...)» налічує п'ять різних колонтитулів із назвами дизайнерів. Щодо колонцифр вони також змінні та йдуть у порядку сторінок.

Декоративні елементи є присутніми у журналі, до них відносяться пряма лінія під колонтитулом та колонцифрою, також прикладом може слугувати верстка шпальт матеріалу «Підбірка сумок українських дизайнерів», де під назвою йде лінія, яка відділяє її від основного тексту.

2.3. Авторська ідея

Авторська ідея полягає у створенні українського журналу про моду. Особливість в тому, що усі матеріали написані доступною та зрозумілою мовою. Видання включає в себе не лише загальні новинні замітки, інтерв'ю чи прес та пост-релізи, а й пізнавальні рубрики, які дозволять читачеві краще познайомитися із світом моди.

Ми вважаємо, що журнал має майбутнє. На запитання «чому?» сміло відповідаємо — тому що, по-перше, душа та серце редакції знаходиться на кожній шпальті журналу, у кожному слові, у кожній фотографії. По-друге, перш ніж додати матеріал у видання, він проходить певний перелік запитань. По-третє, ми цінуємо нашого читача, тому пишемо якомога зрозуміліше, а

кольори верстки підбираємо такі, щоб не уразити людське око. По-четверте, ми завжди йдемо на зустріч читачеві. Ми розуміємо, що не усі мають змогу купити наше видання, хтось не любить читати друковану пресу, а у когось немає на це коштів, тому ми пропонуємо придбати за половину суми електронну версію журналу. По-п'яте, ми йдемо у ногу з часом, перш ніж видати журнал, досліджуємо, що сьогодні є актуальним, про що хочуть читати, які теми обов'язково потрібно висвітлити на шпальтах журналу.

Щодо наступного випуску журналу, він включатиме матеріали суто про українську моду. Ми вважаємо, що сьогодні українська мода прогресує та має неабияку історію, тому, нам є, що розповісти нашому читачеві.

Перелік матеріалів наступного номера: «Історія українського традиційного одягу від часів Київської Русі до сьогодення», «П'ять українських дизайнерів, їх історія та творчий шлях», «ДНК стилів Лесі Українки та Івана Франка», «Перший тиждень моди в Україні: яким він був», «Перший Ukrainian Fashion Week: особливості проведення», «Перелік найпопулярніших дизайнерів України за версією журналу “Easy Fashion”», «Світові бренди, які підтримали Україну в часи російсько-української війни», «Інтерв'ю із українською фешн-дівою Маргаритою Мурадовою», «Інтерв'ю із історикинею моди та фешн-критикинею Зоєю Звиняцьківською», «П'ять книг про моду від українських авторів», «П'ять фільмів українських режисерів, які доторкнулися до теми моди», «П'ять подкастів українською мовою про стиль».

2.4. Особливості аудиторії

Ми вважаємо, що окреслити певну вікову аудиторію читачів не можемо. Оскільки журнал створений для усіх людей, яким цікавий світ моди — для чоловіків, жінок, підлітків, так і людей поважного віку.

Якщо ж взяти до уваги інстаграм-сторінку видання, то відповідно статистики 75% читачів — жінки, а 25% — чоловіки. Середній вік — 18–24 роки.

Щодо відвідувачів інстаграм-сторінки, то охоплення контенту становить 592 людини, тобто 592 людей протягом шести днів відвідували сторінку. Кожний другий допис збережений кимось. Коментарі є не на усіх фотографіях, проте часто їх коментують відомі українські бренди, яких ми згадуємо у пості.

Отже, у другому розділі ми проаналізували специфіку видання, його цільову аудиторію, основну тематику, рубрикацію, жанрову палітру та авторську ідею. Дійшли до висновку, що текстове наповнення подано доступною та зрозумілою мовою, а ілюстрації глянцевого видання «Easy Fashion» вдало підсилюють текстовий матеріал.

РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Під час створення журналу, ми використовували програму «Adobe InDesign», яка дозволяє створити макет видання та його верстку.

Обкладинка, усі розвороти, текстові та ілюстративні матеріали, логотип, декоративні елементи, колонтитули та колонцифри тощо — були створені саме у цій програмі.

Ми обрали «Adobe InDesign» з декількох причин: по-перше, це одна із найзручніших програм із зрозумілим інтерфейсом, у якій легко та комфортно працювати. По-друге, це знайомий додаток, оскільки нам доводилось раніше у ньому працювати на дисципліні «Дизайн друкованих видань». По-третє, програма містить в собі широкий спектр можливостей без будь-якого грошового внеску.

Частина ілюстрацій, які є власними, зроблені на професійний фотоапарат Canon EOS M50. Перевагами цього фотоапарату серед інших є зручність користування, значна кількість типів зйомок, а також швидкість передачі фотографій з одного носія на інший.

Фотографії оброблялися в Adobe Photoshop Lightroom, на нашу думку, аналогів цієї програми немає, вона є чи не найбільш професійною серед усіх.

Перш ніж ілюстрації з'явилися на шпальтах журналу, вони проходили декілька етапів: спочатку ми фотографували об'єкт, пізніше перекидали фотографію з фотоапарата на телефон, згодом редагували його в програмі Lightroom. Оскільки усі ілюстрації стандартно мали формат C-Raw, а Adobe InDesign не розрізняв його, ми власноруч змінювали формат на JPEG та збільшували розмір фотографії у програмі Resize Pixel, перекидали фотографію на сайт Fex.net, скачували на комп'ютер і лише тоді додавали у InDesign на шпальти видання за допомогою функції «експортувати».

Параметри друку. Формат видання — А4. Кількість сторінок — 80. Друк — офсетний. Обкладинка здійснена на глянці 250 грам. Розвороти на

глянці 115 грам. Наклад — 20 тисяч примірників, проте зараз він не відповідає запланованому, оскільки ми лише презентуємо перший випуск глянцю.

Вартість поліграфічного втілення одного примірника становить 600 грн.

Вихідні відомості:

Періодичне видання журналу «Easy Fashion», яке видається два рази на рік.

Тираж — 20 000 примірників.

Адреса: м. Тернопіль, вул. Шевченка 198.

Номер телефону: +380987106436

Надруковано ТОВ «Центр оперативної поліграфії». м. Тернопіль, вул. Богдана Хмельницького, 9а.

Випуск №1.

Підписано до друку 3 червня 2022 року.

© Усі права захищені.

Усі фотографії взяті із вільних джерел.

Думка редакції може не співпадати із думкою читачів.

Рекомендована ціна — 200 грн.

Головна редакторка журналу — Аріадна Семенець.

Підсумуємо, у третьому розділі ми проаналізували технічні та програмні засоби, які використовували створюючи журнал. Програмою для верстки видання став «Adobe InDesign», ілюстрації було зроблено на фотоапарат «Canon EOS M50», програмою для обробки фотографій послуговував редактор Adobe Photoshop Lightroom. Також у цьому розділі ми описали додаткові програми, а також вихідні відомості видання.

ВИСНОВКИ

Журнал «Easy Fashion» — це видання, основна тематика якого мода. Доступність викладу, ілюстративне наповнення, креативне та оригінальне бачення редакції — це те, що відрізняє глянець від інших на ринку України.

Перший розділ присвячено тлумаченню терміну «глянцеве видання», відповідно якому, «глянцевий журнал — це видання, високої поліграфічної якості, найчастіше з глянцевими сторінками, яке розраховане на специфічну читацьку аудиторію. Тематику для глянцевих журналів є: мода, краса, життєві історії, життя знаменитостей, економічні, політичні теми тощо». У цьому розділі ми досліджували класифікації глянцевих видань та запропонували свою, окреслили історію становлення світової та української глянцевої періодики.

У другому розділі описали специфіку журналу, проаналізували його відповідно ДСТУ 3017:2015, дослідили структуру, обсяг та формат видання. Окреслили жанрову палітру журналу, відповідно якої видання «Easy Fashion» включає в себе чотири види жанрів: інтерв'ю, рецензії, огляди та модні статті. У цьому ж розділі охарактеризували авторську ідею, особливість журналу та поділилися із анонсом матеріалів наступного випуску. Також, нами було проаналізовано читацьку аудиторію глянца. Відповідно до інстаграм-сторінки, читачів віком 13-17 років є 10%, 18-24 — 31,8%, 25-34 — 29, 7%, 35-44 — 17, 6%, 45-54 — 8,3%. Інші відсотки займають читачі від 55 до 64 років.

Третій розділ вміщує інформацію про технічні та програмні засоби, які сприяли втіленню проєкту. У цьому розділі ми описували такі додатки: Adobe InDesign, який слугував основною програмою верстки, Adobe Photoshop Lightroom, де оброблялися усі ілюстрації, Resize Pixel, яка перетворювала розмір фотографій на потрібний. Розповіли про фотоапарат, яким робили ілюстрації, а також описали параметри друку видання та вихідні відомості.

Вбачаємо перспективу у створенні нових номерів журналу. Орієнтовний план тем уже запропоновано в роботі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Визначення терміну «Глянцеве видання». URL: <http://surl.li/cbowo> (Дата звернення: 21.03.2022).
2. Глянцева історія. URL: <https://trendymen.ru/lifestyle/media/117830> (Дата звернення: 21.02.2022).
3. Глянцеві видання українською мовою. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/story/2006/05/060511_ukr_magazines_marta_sp (Дата звернення: 03.03.2022).
4. ГОСТ 7.5 98. Журнали, збірники інформаційні видання. URL: <https://avtovsamare.ru/uk/gost-7-5-98-zhurnaly-sborniki-informacionnye-izdaniya-zhurnaly-sborniki/> (Дата звернення: 18.02.2022).
5. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення. Вид. офіц. Київ : Державна наукова установа «Книжкова палата», 2015. 38 с.
6. ДСТУ 7152:2010. Видання. Оформлення публікацій у журналах і збірниках. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2010. 14 с.
7. Животко А. П. Історія української преси. Київ : Наша культура і наука, 1999. 368 с.
8. Крайнікова Т. С. Культура видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів : навчальний посібник. Київ : Інститут журналістики, 2021. 156 с.
9. Ознаки гляцевих журналів. URL: https://studexpo.ru/141765/zhurnalistika/golovni_oznaki_glyantsevih_zhurnaliv (Дата звернення: 05.03.2022).
10. Стандарти у поліграфії: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Уклад.: С. Ярема, В. Моргунюк, П. Пашуля, Б. Мамут: К.-Л: Бібліогр. 2004. 312 с.
11. Сушкова О. М. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості : навчальний посібник. Суми : Видавництво СумДУ, 2009. 144 с. ISBN: 978-966-657-248-9.

12. Шаповалова Г. Комунікативна стратегія сучасних українських журналів для жінок. Вісник Ужгородського університету. 2009. №20. с. 97–101.

13. Як створити власний журнал про моду. URL: <http://help-me.pp.ua/18666-yak-stvoriti-svy-vlasniy-modniy-zhurnal.html> (Дата звернення: 19.11.2021).

14. Як створити журнал. URL: <https://yakwiki.ru/osvita-ta-komunikacii/10498-jak-stvoriti-zhurnal.html> (Дата звернення: 19.11.2021)

15. Як створити свій власний модний журнал. URL: <https://juswikile.ru/zhinochi/11950-jak-stvoriti-svij-vlasnij-modnij-zhurnal.html> (Дата звернення: 19.11.2021).

16. Як створити свій журнал? URL: <https://moyaosvita.com.ua/biznes/yak-stvoriti-svij-zhurnal/> (Дата звернення: 19.11.2021).

17. Як створити власний журнал. Як створити свій журнал URL: <https://solydus.ru/uk/kak-sozdat-sobstvennyi-zhurnal-kak-sozdat-svoi-zhurnal-biznes-plan-elektronnogo-zhurnala-svoi-sred.html> (Дата звернення: 23.11.2021).

18. Як створити журнал: бізнес-інструкція для початківця. URL: <https://bizznes.top/yak-stvoryty-zhurnal-pokrokovaya-instrukciya-dlya-pochatkivcya/> (Дата звернення: 18.11.2021).

ДОДАТКИ