

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко Вячеслав Миколайович

_____ 2024 р.
«___» _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ДРУКОВАНОГО ЖУРНАЛУ ПРО МІСТА-ГЕРОЇ УКРАЇНИ

Виконавець: Марченко Вікторія Віталіївна _____

Керівник: канд. пед. наук

Васьківська Олена Євгеніївна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПРЕСА ЯК КЛЮЧОВЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ.....	7
1.1. Становлення та розвиток преси.....	7
1.2. Дефініція та класифікація журналів.....	12
1.3. Трансформація журналів у сучасній журналістиці.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ДРУКОВАНОГО ЖУРНАЛУ «МОЄ МІСТО».....	27
2.1. Мета та концепція друкованого журналу.....	27
2.2. Текстове наповнення та дизайнерське оформлення матеріалів про місто-герой Херсон.....	34
2.3. Ключові засади поширення та фінансування журналу «Моє місто».....	39
Висновки до розділу 2.....	45
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	50
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми дослідження полягає у тому, що періодичні видання як джерело інформації посідають особливе і стійке місце в сучасних засобах масової інформації. Попри стрімкий розвиток цифрових технологій та інтернет-платформ, які відкривають безліч альтернативних джерел інформації, преса залишається важливим джерелом для суспільства.

Становлення та розвиток преси свідчать про еволюцію медіапростору та вплив соціокультурних чинників на його формування. Історичне становлення преси показує, що її розвиток був невід'ємною частиною розвитку суспільства, відображаючи його вектори та тенденції.

Класифікація журналів стає ключовим елементом для розуміння різноманітності цього типу видань та їх ролі в інформаційному просторі. Різноманіття журналів за функціональним призначенням, тематичною спрямованістю та періодичністю дозволяє краще визначити їхню специфіку та значення для аудиторії.

Трансформація друкованих журналів у сучасній журналістиці відображає динаміку змін у способах подання та сприйняття інформації, а також вплив нових технологій на медіаіндустрію. Таким чином, вивчення цих аспектів має велике значення для розуміння сучасних медійних процесів та їх впливу на суспільство.

Специфіка друкованих видань розглянута в наукових працях О. Іванова, І. Михайліна, І. Срібняк [12; 19; 25].

Розвитку та становленню періодичних видань присвячені роботи М. Баранника, О. Голик, Я. Калакури, О. Мелещенко, Н. Солонської, В. Шпак, Т. Ярошенко [2; 6; 13; 18; 24; 28; 30].

Історію преси в Україні вивчали Л. Василик, В. Габор, О. Дроздовська, А. Животко, І. Крупський, Г. Левченко, С. Наріжний

[3; 7; 9; 11; 15; 16; 20]. Появу та розвиток журналів в Україні розглядали Т. Коваль, О. Орлик, Н. Солонська [14; 21; 24].

Класифікацію журналів останнім часом досліджували науковці: Н. Алексеєнко (за функціональним призначенням), Г. Дзюбенко (за категоріями читачів), Л. Моніч (за місцем розповсюдження) В. Шевченко (за періодичністю) [1; 8; 27; 34].

Метою дослідження є розкриття особливостей преси в сучасному інформаційному просторі та створення друкованого журналу про міста-герої України.

Визначена мета передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Дослідити становлення та розвиток друкованої преси.
2. Визначити поняття та класифікацію журналів.
3. Охарактеризувати трансформацію журналів у сучасній журналістиці.
4. Розробити власний друкований журнал «Моє місто».

Об'єктом дослідження є преса у сучасному медіасередовищі.

Предметом дослідження є створення друкованого журналу «Моє місто».

Методи дослідження. Основним методом дослідження був аналітичний. Цей метод дозволив вивчити трансформацію журналів у сучасній журналістиці та провести аналіз контенту текстів, фотографій, відеоматеріалів про Херсон з метою визначення ключових тем, проблем, візуальних образів, які висвітлені в журналі. Додатково використовувались методи узагальнення для систематизації та узагальнення отриманих даних та спостереження за діяльністю редакцій інших журналів, вивчення їхніх практик. Методи контент-аналізу і контент-моніторингу використовувались нами для дослідження розвитку та трансформації періодичної преси у світі та в Україні.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що набуло подальшого розвитку дослідження еволюції періодичної журналістики. Зокрема, у роботі узагальнили традиційні підходи й переосмислили роль періодики в сучасному суспільстві. Робота завдяки комплексному

переосмисленню ролі періодичної журналістики, що виходить за традиційні межі, дає свіжий погляд журналістам на неминущу актуальність періодичних видань у сучасному динамічному медіапросторі. Також було розроблено власний проєкт – друкований журнал «Моє місто».

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає у тому, що напрацювання та створений друкований журнал про місто-герой Херсон можуть бути використані у освітньо-наукових цілях, зокрема, матеріали дослідження можуть бути використані у викладанні журналістських дисциплін. Також результати роботи можуть слугувати інформативною та практичною базою для поглибленого вивчення окремих аспектів створення та просування друкованого журналу.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на XXIV Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (Київ, 2024), X Всеукраїнській студентській науковій конференції (Київ, 2024).

Публікації. Основні положення кваліфікаційної роботи було викладено в публікаціях:

– Марченко В. В. Місце друкованої преси в сучасному інформаційному просторі України. *ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: збірник матеріалів XXIV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених (2-5 квітня 2024 року)*. Київ: НАУ, 2024. С. 370-371.

– Марченко В. В. Еволюція періодичної преси в умовах цифрової епохи. *Актуальні проблеми соціальних комунікацій: матеріали X Всеукраїнської студентської наукової конференції*. Київ: ФМВ, 2024. С. 64-67.

Структура й обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (39 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок, основний текст викладено на 46 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ПРЕСА ЯК КЛЮЧОВЕ ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ

1.1. Становлення та розвиток преси

У добу відкритого доступу до інформації, преса залишається одним із ключових засобів масової комунікації, що впливає на формування громадської думки та культурного простору. Становлення та розвиток преси пройшли довгий та цікавий шлях, від винайдення друкарського преса до сучасних технологічних та соціокультурних викликів. Аналіз цього процесу не лише розкриває еволюцію засобів масової інформації, а й дозволяє краще зрозуміти взаємозв'язок між суспільством, політикою та культурою протягом історичного періоду.

У словнику журналіста «видання» визначається як «друкований твір, який має самостійне поліграфічне оформлення, встановлені вхідні дані й призначений для поширення вміщеної у ньому інформації» [23, с. 22]. У випадку, якщо цей твір не містить даних про автора або вхідну інформацію, видання може бути визнане анонімним або безвихідним. Редакційний процес може передбачати перевидання з новими версіями, додатками чи виправленнями тексту.

Науковці Баранник М. та Голобуцький П. визначають пресу як друковані періодичні видання, що мають чітко визначений графік випуску нових номерів (щоденно, щотижнево, щомісячно тощо), такі як газети та журнали [2, с. 15-16].

Дослідник Алексеєнко Н. розглядає пресу як видання, які виходять з певною регулярністю між окремими випусками й відомі читачам встановленими видавцем інтервалами [1, с. 6].

Розвиток преси є ключовим аспектом історії масової комунікації. Прототипами сучасних друкованих видань можна вважати «Acta diurna urbis», що виходили за приписом введені Гаєм Юлієм Цезарем у Стародавньому Римі в

1 столітті до н.е. Ці щоденні звіти про події були важливим джерелом інформації для римського суспільства. У середньовічній Європі в XV-XVI століттях виникли попередники сучасної преси у вигляді памфлетів публіцистичного характеру та рукописних листків новин, відомих як реляції. Зазначені реляції, вперше з'явившись у Німеччині та Італії, вони передавали важливі події та новини з придворного життя, а також чутки того часу. Одним з найвідоміших прикладів є реляція 1488 року, випущена для заспокоєння мешканців Відня під час полону короля Максиміліана Габсбурга. У Франції та Англії у період Реформації та релігійних війн також з'явилися подібні інформаційні листки, які часто були несприйняті з радістю владою.

З розвитком книгодрукування та поширенням поштових послуг у XVII столітті виникли перші друковані пресові видання [13, с. 67-88]. Наприклад, німецькі тижневики «Strassburger Relation» (1609) та «Frankfurter Journal» (1615–1616) стали важливими джерелами новин того часу. Вперше щотижнева газета з'явилася в Англії у 1621–1622 роках під назвою «The Weekle News». Через 10 років французи видали свою першу газету – «Gazette de France» (1631). Згодом друкована преса стала розповсюджуватися і в інших країнах, так у Швеції з'явилась – «Ordinarie Post-Tidende» (1643), а в Америці – «Boston News Letter» (1704). Проривом стала поява першої щоденної газети, «Daily Courant», у Лондоні 11 березня 1702 року, що відкрила новий етап у розвитку періодичної преси.

Історія преси на теренах України сягає 9 липня 1749 року, коли у Львові було надруковано перший листок «Кур'єр львівський», який публікував інформацію про релігійне та світське життя міста. Більшість дослідників вважають першою газетою в Україні львівський щотижневик, заснований шевальє Оссуді, «Gazette de Leopol» («Львівська газета»), що побачила світ 1 січня 1776 року французькою мовою [20, с. 1-3]. Проте часопис проіснував лише один рік і до наших днів зберігся тільки один номер цього видання.

На сході України перші друковані видання з'явилися пізніше. Майже через півстоліття у Харкові у 1812 році вийшло друковане видання

«Харківський щотижневик». Згодом з 1816 по 1819 роки у Харкові видавався журнал «Український вісник», який став першим літературно-художнім, науковим та громадсько-політичним місячником на території України. Ініціатором його створення був видатний професор словесності Харківського університету Іван Срезневський, а роль видавців-редакторів виконували публіцисти та організатори Євграф Філомафітський та Розумник Гонорський. Журнал мав розділи присвячені науці й мистецтву, красному письменству та «суміші», також був відділ місцевої хроніки під назвою «харківські записки», яким керував Григорій Квітка-Основ'яненко [2, с. 15-16].

Друковані видання почали швидко розповсюджуватися по Україні, і створювалися майже в усіх обласних центрах держави. Так у 1822 році у місті Одеса було започатковано видання «Journal d'Odessa», що виходило французькою та російською мовами, а з 1827 року розпочала виходити щоденна газета під назвою «Одеський вісник», яка припинила своє існування у 1893 році. Це стало першим прикладом видання щоденної друкованої газети в Україні.

У місті Києві у період 1835–1838 та 1850–1858 років виходив листок «Київські оголошення», який друкувався щодня протягом одного місяця – у січні, тільки під час проведення щорічного Київського контрактного ярмарку на Подолі. Починаючи з 1838 до 1917 року за розпорядженням уряду у Житомирі, Полтаві, Катеринославі (нині місто Дніпро), Сімферополі, Харкові, Херсоні, Чернігові та Кам'янці-Подільському почали виходити щотижневі (лише у Харкові – щоденні) «Губернські відомості». Ці видання склалися з офіційного відділу, де публікувалися розпорядження та накази центральної, а також місцевої влади, та неофіційного відділу, де друкувалися праці з місцевої історії, географії, етнографії та статистики [20, с. 5-10].

Протягом наступних століть тенденція розповсюдження друкованих видань зазнавала значних змін. У другій половині XIX століття промисловий розвиток та політичні зміни в країні сприяли значному розширенню видань. Видання стали доступнішими широким масам населення, зокрема завдяки

поліпшенню технологій друку та зростанню літературної активності. Крім того, початок ХХ століття відзначився появою нових форматів видань, таких як журнали та жіночі газети, що сприяло розширенню аудиторії та диверсифікації змісту.

Українська преса також відобразила політичні зміни того часу, зокрема епоху революційних подій у першій половині ХХ століття, виражаючи різноманітні погляди та ідеї у своїх статтях та публікаціях. Таким чином, розвиток друкованих видань протягом цього періоду відображав не лише соціальні та політичні тенденції, але й став ключовим чинником формування громадської думки та культурної ідентичності.

Україна, після оголошення незалежності у 1991 році, пережила період значного розвитку у сфері періодичних друкованих видань. Поява нової української періодики та широке поширення закордонних українських газет та журналів стало типовим явищем цього періоду. У червні 2004 року, майже через 13 років після оголошення незалежності, в Україні вже було зареєстровано 20 903 періодичних видання, серед яких 8859 належали до видань загальнодержавного, регіонального та/або закордонного поширення, а 12 044 були місцевого походження.

З них перші, що належали до загальнодержавного поширення, включали 3427 газет, 4073 журнали, 351 бюлетень, 73 альманахи, 716 збірників, 173 календарі, та 46 дайджестів. Газети склали переважну більшість з місцевого поширення – 10 108 видань, тоді як журналів та подібних видань було 1936.

Серед цих видань можна відмітити інформаційні, розважальні, загальнополітичні, спортивні, рекламні, економічні та бізнесові, наукові, популярно-наукові, медичні, дитячі, жіночі, практичні видання, а також правові, галузеві, історичні та мистецькі. Розмаїття мови у виданнях було значним.

Україномовних видань було 4084, російськомовних – 2620, угорськомовних – 10, польськомовних – 4, румунськомовних – 6, кримськотатарськомовних – 4, англomовних – 27, болгаромовних – 2,

німецькомовних – 2. Деякі видання друкувалися одним випуском та виходили двома мовами одночасно, серед них було українсько-іншомовних – 3051, російсько-іншомовних – 3333, болгарсько-іншомовних – 4, англійсько-іншомовних – 52.

Двомовних видань, які друкувалися паралельними випусками було трохи менше, а саме: 3670 українсько-іншомовних та 3603 російсько-іншомовних. В багатьох регіонах України, таких як Крим, Донецька, Луганська, Харківська, Одеська, Дніпропетровська, Миколаївська та Херсонська області, україномовних видань було майже не виявлено [2, с. 96-97].

Зараз значну роль у визначенні типів видань відіграє Державний стандарт України (далі ДСТУ). ДСТУ 3017:2015 «Видання. Основні види. Терміни та визначення» класифікують видання за періодичністю:

1) неперіодичні – це видання, яке виходить одноразово, продовження якого не передбачене (наприклад, книги, брошури, листівки, каталоги, збірники наукових праць тощо);

2) серіальні видання – це видання, які виходять протягом певного часу, мають спільну назву, однотипне оформлення, дату чи нумерацію випусків;

3) періодичні видання – це видання, які виходять протягом певного часу (щоденно, щотижнево, щомісячно), мають спільну назву, однотипне оформлення, дату чи нумерацію випусків (наприклад, газети, журнали, альманахи, річники тощо);

4) продовжуванні видання – це вид серіальних видань, які виходять протягом певного часу, мають спільну назву, однотипне оформлення, дату чи нумерацію випусків, але випускаються через заздалегідь невизначені проміжки часу, в міру накопичення матеріалу [10, с. 5].

Згідно з даними Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення в Україні станом на 23.02.2024 рік у Реєстрі суб'єктів у сфері медіа зареєстровано 2115 друкованих медіа, серед яких 681 газети, 659 журналів, 282 збірники, 6 дайджестів та 13 бюлетенів [35]. Хоч кількість

друкованих періодичних видань порівняно з початком 2000-х років значно зменшилася, проте вони не втрачають своєї актуальності досі.

Тож, преса має велике значення для суспільства протягом усіх століть, впливаючи на формування громадської думки та культурного простору. Її еволюція тісно пов'язана з розвитком технологій, політичними та соціальними змінами.

Аналіз історії преси показує, що її прототипами можна вважати такі видання, як «Acta diurna urbis» та реляції. Перші друковані пресові видання з'явилися у XVII столітті, а щоденні газети почали виходити на початку XVIII століття. В Україні перші друковані листки з'явилися у XVIII столітті, а перша газета – «Gazette de Leopold» була заснована у 1776 році.

XIX століття характеризувалося бурхливим розвитком преси та появою нових форматів видань. Вже у XX столітті преса відображала революційні події та удосконалила тематику, а у XXI столітті спостерігається значний розвиток онлайн-ЗМІ, але важливість преси зберігається надалі.

У сучасній Україні преса представлена широким спектром видань різних жанрів та тематики, зокрема інформаційних, розважальних, політичних, спортивних, наукових та інших. Вона є багатомовною, включаючи українську, англійську, угорську, польську та інші мови. Класифікація видань здійснюється згідно з Державним стандартом України, а кількість друкованих медіа налічує 2115 одиниць (станом на 23.02.2024), серед яких 681 газета та 659 журналів.

Отже, преса залишається актуальним та впливовим засобом масової комунікації в сучасному світі. Її майбутнє залежить від здатності адаптуватися до нових технологій та викликів, зберігаючи при цьому свою унікальну роль у формуванні інформаційного поля та суспільного дискурсу.

1.2. Дефініція та класифікація журналів

Журнали, як складова преси, відіграють важливу роль у суспільстві, надаючи читачам доступ до різноманітної інформації та аналізу подій у різних

сферах життя. Дефініція та класифікація журналів є важливими аспектами для розуміння їх природи, функцій та ролі в медіапросторі.

Український літературний критик Михайлин І. визначає «журнал» як періодичне друковане видання, що складається з різноманітних статей та матеріалів з різних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань [19, с. 239]. У ньому публікуються літературні та публіцистичні твори, літературно-критичні праці, ілюстрації та фотоматеріали. На його думку, відмінною рисою між журналом та газетою є можливість подати події сучасного суспільного, політичного, культурного та наукового життя більш детально та за більші терміни. Важливою особливістю журналів є їхня здатність вміщувати великі за обсягом наукові статті та художні твори великого обсягу, відтак вони виступають як носії аналітичної та фундаментальної інформації.

У ДСТУ знаходимо наступне визначення терміну «журнал – це блочне видання переважно в обкладинці, що відповідає специфіці цього видання». Тобто це «періодичне журнальне видання, що має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації й рекламу» [10, с. 5].

За характеристикою науковця Шевченка В. «журнал – це періодичне видання, яке містить різноманітні статті, твори та інші матеріали з різних сфер життя, організовані за постійними рубриками та виходить під постійною назвою» [27, с. 43].

Термін «журнал» походить з французької мови та означає «щоденник». Характерною особливістю перших європейських журналів була переважно наукова спрямованість. Наукове листування залучило до комунікації велику кількість учасників, розширивши можливості інформаційно-пропагандистського впливу періодичних видань. Перший європейський журнал, «Le Journal des Savants» («Щоденник учених», 1665-1828), був заснований на ініціативу французького міністра фінансів Жана-Батиста Кольбера, якого порівнюють з кардиналом Рішельє. Перший номер «Le Journal

des Savants» вийшов у Парижі 5 січня 1665 року. Цей журнал, спочатку виходив щотижня, а потім раз на два тижні, займався науковою полемікою та «провокацією» диспутів. Основні матеріали у ньому набирали форму листів, а головним завданням було заповнення прогалин у науковому діалозі та обміні інформацією в «Республіці листувальників». Проіснував журнал майже два століття аж до 1828 року [18, с. 172].

Розглядаючи стрімкий розвиток індустрії журналів у минулому, переважно в період з 1920-х до 1950-х років минулого століття, важливо відзначити, що цей процес був тісно пов'язаний із загальними тенденціями культурного розвитку та інноваційними технологіями в галузі друкарства. Модернізація технології друку сприяла збільшенню швидкості та зниженню вартості виробництва видань, що своєю чергою дозволило розповсюджувати друківані матеріали на значні відстані та зменшити час доставки. Одночасно, розширення читацької аудиторії стало можливим завдяки більш загальному та різноманітному змісту журналів [25, с. 72].

Ці та інші зміни в процесі виробництва та розповсюдження журналів перетворили їх на найпопулярніший та масовий тип засобів масової інформації. Саме в цей період, а саме у 1920-ті – 1950-ті роки ХХ століття, було почали виходити такі видання, як щотижневий американський журнал «Time» (1923), американський тижневик «New Yorker» (1925), американський ілюстрований журнал «Life» (1936), а також з'явився перший щомісячний чоловічий журнал – «Esquire». Зростання тиражів та підвищення якості ілюстрацій робило ці видання привабливими як для рекламодавців, так і для читацької аудиторії порівняно з іншими засобами масової інформації, такими як радіо [25 с. 73].

У сучасному світі спостерігається значний розвиток преси, що виявляється у великій кількості різноманітних журналів різних тематик і спрямувань. Ця тенденція свідчить про постійний розвиток та адаптацію засобів масової комунікації до сучасних потреб суспільства. Такий різноманітний спектр журналів дозволяє задовольняти різноманітні інтереси читачів, надаючи їм можливість обирати інформаційні джерела відповідно до

їхніх власних уподобань і потреб. Це означає, що люди можуть знайти журнали, присвячені практично будь-якій темі або галузі, від кулінарії та моди до технологій та науки. Такі спеціалізовані видання допомагають глибше поринути у вибрані теми, надаючи конкретні та деталізовані матеріали, які відповідають потребам експертів та ентузіастів у відповідних сферах. Таким чином, спеціалізовані журнали стають невід'ємною складовою інформаційного простору, забезпечуючи якісний та змістовний контент для різних аудиторій.

У словнику «Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів» дослідниця Мельникова-Курганова О. визначає спеціалізовані ЗМІ, як медіа, що спеціалізуються на певній тематиці, такі як політична, економічна, юридична, військова, наукова, медична та інші [23, с. 22].

Науковець Алексеєнко Н. класифікує журнали за функціональним призначенням, яке може ґрунтуватися на декількох критеріях, включаючи спеціалізацію змісту, цільову аудиторію, методи й форми подачі інформації та інші аспекти. Основні категорії цієї класифікації включають [1, с. 27]:

Наукові журнали. Вони спрямовані на публікацію наукових досліджень, статей, результатів наукових експериментів та інших академічних матеріалів у різних галузях науки.

Популярно-наукові журнали. Ці видання поєднують наукові матеріали з доступними та цікавими для широкої аудиторії статтями. Вони стараються роз'яснити складні наукові концепції та результати досліджень у доступній формі.

Спеціалізовані журнали. Ці видання концентруються на певній тематиці або галузі, такі як медицина, технології, мистецтво, мода, спорт тощо. Вони надають глибокий аналіз та інформацію для фахівців у відповідних галузях.

Літературні журнали. Такі видання спеціалізуються на публікації художньої літератури, віршів, оповідань, романів та критичних есе.

Розважальні журнали. Вони надають легкі та розважальні матеріали, такі як інтерв'ю з зірками, розваги, гороскопи, модні поради тощо.

Бізнес-журнали. Ці видання спеціалізуються на бізнес-інформації, фінансових новинах, стратегіях управління та іншій тематиці, пов'язаній з бізнесом і економікою.

Жіночі / чоловічі журнали. Вони створені з урахуванням інтересів та потреб чоловіків або жінок і містять відповідні матеріали про моду, красу, стосунки, кар'єру тощо.

Крім функціонального призначення журнали класифікують ще за багатьма різними ознаками:

- читацька аудиторія;
- місце видання;
- характер інформації;
- видавничий орган;
- мова;
- тематична спрямованість;
- цільове призначення [24, с. 136-138].

Проте, найважливішими визначальними ознаками виступають тематична спрямованість та цільове призначення. З цього приводу існують дві основні класифікації, які доповнюють одна одну і можуть використовуватися залежно від потреб – це поділ за цільовим призначенням всередині тематичної класифікації й поділ за тематикою всередині класифікації за цільовим призначенням. Наприклад, журнали можна розділити за тематичною спрямованістю на технічні, медичні, екологічні тощо, і потім ці групи можна поділити за цільовим призначенням, наприклад, на наукові, виробничі тощо [1, с. 45].

Крім того, журнали можна розглядати на трьох рівнях сприйняття, які відповідають трьом рівням читачів: загальна інформація, призначена для всіх; інформація, спрямована на широке коло фахівців та тих, хто цікавиться певними аспектами науки, техніки, культури; і науково-спеціалізована інформація, адресована фахівцям та дослідникам.

Загалом, журнали можна умовно поділити на такі тематичні класи: загальнополітичні та соціально-економічні, виробничо-технічні, природничо-наукові, сільськогосподарські, медичні, культурно-просвітницькі, літературно-художні, військові, спортивні, екологічні. Кожен з цих класів поділяється на тематичні групи, які відображають різноманіття інтересів і потреб аудиторії [24, с. 139-140].

Журнали за місцем розповсюдження можна класифікувати за різними географічними ознаками, від місцевих до міжнародних. Дослідниця Моніч Лілія поділяє журнали місцем розповсюдження на:

- місцеві журнали: це видання, що орієнтоване на вузьку місцеву аудиторію. Вони зазвичай висвітлюють події, новини та інформацію, яка стосується конкретного міста, району або навіть окремого району міста;

- регіональні журнали: ці видання охоплюють більші територіальні області, такі як регіон, область або штат. Вони розглядають теми та події, які мають важливість для цілої регіональної спільноти;

- загальнодержавні журнали: ці видання покривають важливі теми, які стосуються всієї країни або держави. Вони можуть включати національні новини, політичні аналітику, економічні та соціокультурні теми, які мають значення для всіх жителів країни;

- журнали, що розповсюджуються за кордоном: ці видання орієнтовані на аудиторію поза кордонами країни їхнього походження. Вони можуть бути мовою оригіналу або мати міжнародну версію, призначену для іншомовних аудиторій;

- міжнародні журнали: це видання, які мають міжнародну спрямованість та охоплюють теми, які стосуються багатьох країн та регіонів. Вони зазвичай мають міжнародні авторські колективи та висвітлюють глобальні проблеми, тренди та розвиток [34].

Науковець Шевченко В. розподіляє журнали за періодичністю на:

- щоденні – це тип періодичних друкованих видань, які публікуються щодня, зазвичай у ранній час. Їх основний контент складають новини, актуальні

події, репортажі, коментарі, фотографії та ілюстрації, що дає читачам чітке уявлення про поточну інформаційну картину дня;

– щотижневі – це тип періодичних друкованих видань, які публікуються один раз на тиждень, зазвичай у певні дні тижня. Їх основний контент складають більш розлогі статті, аналітика, інтерв'ю, рецензії, розслідування, а також новини та інші матеріали, що дають читачам ширший погляд на поточні події та теми;

– щомісячні – ці журнали виходять один раз на місяць і зазвичай мають більш розгорнуті статті, дослідження та матеріали на більш об'ємні теми, такі як довгострокові тренди, культурні або наукові дискусії;

– щоквартальні – ці видання виходять кожні три місяці й зазвичай мають великі наукові статті, дослідження, аналізи та огляди з важливих тематик, які вимагають поглибленого аналізу;

– піврічні – виходять кожні пів року і часто містять більш довгострокові теми, а також огляди, статистичні дані та інші матеріали, які охоплюють події та тенденції за півріччя;

– щорічні – ці видання виходять один раз на рік і зазвичай містять огляди, статистичні дані, звіти, аналізи та інші матеріали, які охоплюють події та тренди за весь рік [27].

Дзюбенко Ганна пропонує класифікувати журнали для різних категорій читачів таким чином:

- журнали для жінок;
- журнали для чоловіків;
- видання, орієнтовані на молодь;
- журнали для дітей та підлітків;
- спеціалізовані журнали для певних груп читачів, таких як релігійні, автомобільні, кулінарні, дизайнерські, бухгалтерські, педагогічні тощо;
- видання, що представляють політичні партії або об'єднання;
- сімейні журнали;
- видання, що висвітлюють інтереси національних груп чи меншин [8].

Таким чином, журнали відіграють важливу роль у сучасному суспільстві, надаючи читачам доступ до різноманітної інформації та аналізу подій у певних сферах життя. Вони класифікуються за різними критеріями, такими як функціональне призначення, тематична спрямованість та періодичність. Журнали постійно розвиваються та адаптуються до сучасних потреб суспільства, надаючи широкий спектр інформації та форматів подачі матеріалів. У цілому, журнали є важливим компонентом медіапростору, що забезпечує доступ до інформації та знань для різних шарів суспільства.

1.3. Трансформація журналів у сучасній журналістиці

Журнали, як важливий засіб масової комунікації, завжди відображали соціокультурні та технологічні зміни у суспільстві. З розвитком сучасних технологій та змінами в споживацьких уподобаннях читачів та глядачів, журнали пройшли значну трансформацію, адаптуючись до нових умов та вимог. У цьому підрозділі ми розглянемо різноманітні аспекти цього процесу трансформації журналів у сучасній журналістиці, проаналізуємо зміни в класифікації періодичних видань, їхній зміст, а також вплив нових технологій на формат та розповсюдження журналів.

Одним із ключових аспектів еволюції журналів стало використання фотографій. Від початку фотографія відігравала значну роль у періодичних виданнях, зокрема у популяризації наукових і технологічних досягнень, а також у висвітленні важливих соціальних та політичних подій. Завдяки фотографіям журнали змогли зробити свій зміст більш наочним та зрозумілим для широкого загалу. Візуальний контент дозволяв не лише привертати увагу читачів, але й забезпечувати глибше емоційне залучення. У сучасних умовах розвиток цифрових технологій відкрив нові можливості для використання фотографій, зокрема через інтеграцію мультимедійних елементів та покращення якості зображень. Це дозволяє періодичним виданням залишатися актуальними та відповідати вимогам сьогодення, надаючи читачам високоякісний та інформативний контент.

Науковиця Васьківська Олена зазначає, що поява першої фотографії в пресі стала поштовхом для розвитку фотожурналістики, а фотографія, яка спочатку сприймалася як додаткове джерело інформації та ілюстрація до тексту, стала самостійним елементом інформаційного простору. Це стало можливим завдяки розвитку технологій та цифровізації суспільства, що значно спростило процес фотографування та публікації знімків у режимі реального часу. З розвитком фотожурналістики та появою компактних фотоапаратів у фотографів з'явилася можливість фіксувати важливі для суспільства моменти діяльності політиків та міжнародних організацій, а також конфліктні ситуації та бойові дії [5, с. 17].

Перші європейські журнали з'явилися у XVII столітті, мали переважно наукову спрямованість. Їх основним завданням було публікувати наукові дослідження, новини та листування між вченими.

Перший науковий журнал, відомий як *Le Journal des Scavans*, був започаткований у Франції 5 січня 1665 року (видрукуваний в Амстердамі). Його заснував консультант Суду Парламенту Франції М. де Салло. Журнал складався із 20 сторінок, що включали 10 статей, а також різноманітні замітки та листи. Основна мета видання полягала у наданні оглядів книг, що видавалися в Європі, поширенні інформації про наукові дослідження у різних галузях, таких як фізика, хімія, анатомія, а також у наданні описів корисних винаходів та метеорологічних даних. Матеріали також включали правничу інформацію з цивільних і релігійних судів, а також інформацію від університетів. М. де Салло визначив основну мету журналу як спрощення доступу до знань для тих, «хто дуже лінивий чи дуже зайнятий, щоб читати цілу книжку» [31, с. 147]. Журнал був дуже популярним і виходив із різною періодичністю до 1816 року. Після видання зробило ребрендинг та стало літературним журналом «*Journal des savants*». Це видання існує й донині.

У кінці XVII століття у світі вже існувало близько 30 наукових та медичних журналів. Протягом наступного століття ця кількість зросла до 755, з яких 401 видання виходили у Німеччині, 96 – у Франції, 50 – у Великій

Британії, 43 – у Данії та 37 – у Швейцарії [30]. На той момент більшість журналів мали загальний характер у своєму змісті та тематиці, однак з часом почали з'являтися та зміцнюватися спеціалізовані публікації, які відповідали інтересам конкретних наукових товариств та їхніх членів.

За минулі століття наукові журнали пройшли значний еволюційний шлях. Якщо наприкінці XVII століття у світі нараховувалося лише деяка кількість наукових та медичних видань, то протягом XIX і XX століть ця кількість раптово зросла. Нові технології друку, розвиток наукових досліджень та поширення освіти сприяли появі сотень і тисяч нових наукових журналів. Спеціалізація та розширення тематичного охоплення відобразили нові наукові відкриття та потреби наукової спільноти. Таким чином, з часом наукові журнали стали ключовим інструментом обміну знаннями та досліджень у науковій громадськості, а їхні ролі й функції зазнали значних трансформацій.

Впровадження новітніх технологій та зміни споживчих уподобань вплинули на трансформацію журналів з минулих століть до сучасності. Сучасні українську журнали, такі як «Місто» та «Люк» відображають глибоку трансформацію, яка стосується не лише їхнього зовнішнього вигляду, а й стратегії залучення аудиторії та форматування контенту. Вони стали не просто джерелом інформації, а медійними продуктами, які пропонують читачам широкий спектр тем та забезпечують інтерактивне спілкування з аудиторією.

Окрему увагу слід приділити сторітелінгу, який значно змінив підхід до створення контенту в журналах. Сторітелінг дозволяє глибше занурити читача в матеріал, поєднуючи текст, фотографії та інші медіаелементи у цілісну, захопливу історію. Такий підхід не лише утримує увагу аудиторії, але й робить інформацію більш доступною та зрозумілою. Сучасні журнали активно використовують сторітелінг для висвітлення складних тем, створення емоційних зв'язків з читачами та підвищення інтересу до своїх публікацій. Це підвищує якість контенту та сприяє залученню ширшої аудиторії.

Дослідниця Васьківська О. зазначає, що «сторітелінг у соціальній журналістиці привертає увагу читачів до соціальної проблематики та дозволяє

усвідомити суспільству через конкретну історію людини значущість проблем соціуму або окремої групи» [4, с. 281].

Розглянемо журнал «Місто» [33] та «Люк: Усвідом своє місто» [32] детальніше. Кожен з них має свої унікальні особливості та специфіку, яка визначає його роль і значення в медійному просторі. Журнал, як медійний продукт, є результатом спільної роботи редакційних колективів, де кожен член команди має свої функціональні обов'язки та відповідальність. Важливо враховувати, що розвиток кожного з цих видань відбувається в умовах постійної конкуренції на ринку медіа, де особливу роль відіграють такі чинники, як зміна споживчих уподобань, кон'юнктура рекламного ринку, а також загальні тенденції у суспільному житті та політиці. Тому аналіз кожного з цих журналів потребує детального вивчення його історії, структури, редакційної політики та специфіки аудиторії.

«Місто» – суспільно-політичний журнал Івано-Франківська та Прикарпаття, перший випуск якого вийшов у 2016 році. Над створенням журналу працює велика команда фахівців, що складається з 1 виконавчого директора, 1 головного редактора, який займається вичиткою та правкою матеріалів, 7 журналістів, які займаються пошуком матеріалів для наповнення, 2 літредакторів, які працюють над покращенням текстів, 1 дизайнера-верстальника, 3 фотографів, 1 комерційного директора, а також 5 фахівців з реклами.

У журналі існують різноманітні постійні рубрики, такі як «навчання» – описуються сучасні професії та новини про освіту, «політика» – ця рубрика присвячена політичним новинам світу, «війна» – матеріали про російсько-українську війну та спецпроекти з участю українських військових, «інше місто» – рубрика, у якій розповідається про історії та новини інших міст України, «здоров'я» – інтерв'ю з лікарями та матеріали, що стосуються медицини, «влада» – матеріали про політичні рішення Івано-Франківська, «гроші» – рубрика, що присвячена бізнесу, «життя» – ця рубрика описує соціальні проекти, психологію, дари природи тощо, «культура» – матеріали про

благодійні заходи, фото виставки, інтерв'ю з митцями, а також рубрика «подія» – у якій розповідається про найближчі події Івано-Франківщини.

Видання функціонує на комерційній основі, у середньому за випуск міститься від 5 до 10 рекламних оголошень. Кожен випуск в середньому складається зі 100 сторінок. Станом на травень випущено 41 журнал. Загалом видання можна віднести до аналітичного, оскільки тут наявні аналітичні статті, також є інформаційні жанри, такі як інтерв'ю та соціально-політичні коментарі.

Розмаїття рубрик і жанрів у виданні створює можливість для комплексного осмислення подій та явищ, що відбуваються у регіоні та за його межами. Журнал не лише інформує своїх читачів, але й стимулює активну громадську позицію, сприяючи розвитку свідомого та освіченого суспільства.

Наступним проаналізуємо журнал «Люк: усвідомити місто». Це незалежне видання, що знайомить жителів Харкова з культурою та трендами сучасності, висвітлює актуальні міські події та проблеми, спонукає до змін у житті міста та суспільстві.

У випуску журналу «Люк: Усвідомити місто» розміщено інтерв'ю з архітекторами, розроблено путівник по місту Харків. Основна мета випуску – познайомити читача з Харковом через призму різноманітних індивідуальних вражень та знань, про це місто, людей, що дозволить повноцінно відобразити складну структуру міста з різних перспектив.

У журналі представлено 130 сторінок текстів, що розглядають аспекти, що складають Харків, його сучасний образ та потенційні перспективи, а також інформацію про те, як стати активною силою змін у місті. Ці матеріали спрямовані на поглиблене розуміння принципів «містян з усвідомленням» та надихають читачів до активної участі в формуванні кращого міста.

Вартість випуску – 420 гривень. У видання є електронний сайт, на якому публікуються матеріали, проте, основною перевагою друкованого журналу є ексклюзивні матеріали, а саме рубрики: «Усвідомити місто: Наталка Маринчак», «Задержпром'я: від кам'яних баб до бетонних дідів», «Інтерв'ю з архітектором Віктором Дворніковим», «Путівник Харковом: гуляти / відчувати

/ їсти-пити / витратити гривні», «Олексій Свід про те, яким має бути харківський трамвай», «Харків очима мисткині Оксани Бойко», «Три путівники на межі любові до Харкова».

Крім цього, журнал створено в межах проєкту «Strategic Media Support Program», реалізацією якого займається Львівський медіафорум за підтримки NED.

Отже, трансформація журналів у сучасній журналістиці відбувалася протягом століть, відображаючи зміни у технологіях, потребах аудиторії та суспільних тенденціях. Перші наукові журнали XVII-XVIII століть відзначалися науковою спрямованістю та публікацією досліджень і листування між вченими. У XIX-XX століття журнали розвивалися, розширюючи тематичний спектр і поліпшуючи доступність для широкої аудиторії. Зображення, особливо фотографії, стали неодмінною складовою у роботі видань, зробивши їх більш емоційними та доступними завдяки розвитку цифрових технологій.

Разом із цим, спеціалізовані видання надають змогу задовольняти різноманітні інтереси аудиторії, а нові технології впливають на формат та розповсюдження журналів, забезпечуючи їхню доступність у цифровому світі.

На сучасному етапі трансформація журналів проявляється не лише у зміні їх тематики та формату, але й у нових стратегіях залучення аудиторії, оскільки створення журналістських матеріалів стає справжнім мистецтвом завдяки використанню сторітелінгу, що поєднує різні медіаелементи для створення захопливих історій.

Аналіз двох українських журналів: «Місто» та «Люк: Усвідомити місто» демонструють різні аспекти цієї трансформації. Журнал «Місто» є прикладом аналітичного видання, що пропонує читачам широкий спектр тем, від політики та війни до освіти та культури. Журнал функціонує на комерційній основі та має значну аудиторію в Івано-Франківську та Прикарпатті. Журнал «Люк: Усвідомити місто» є незалежним виданням, що фокусується на культурі та трендах сучасного Харкова. Журнал використовує різноманітні жанри

журналістики, включаючи інтерв'ю, путівники та аналітичні статті. Видання має електронну версію, а також друкований випуск з ексклюзивними матеріалами.

Впровадження нових технологій та зміни споживчих уподобань й надалі впливатимуть на трансформацію періодичних журналів. Важливою залишається роль журналів як джерела інформації, аналітики та інтерактивного спілкування з аудиторією. Тож, трансформація журналів у сучасній журналістиці є динамічним процесом, який відображає зміни в суспільстві, технологіях та споживацьких уподобаннях, тому журнали й надалі залишаються важливим каналом комунікації та джерелом інформації, адаптуючись до нових умов та вимог.

Висновки до розділу 1

Виконуючи аналіз преси як ключового джерела інформації, досліджено, що вона є не лише невід'ємною складовою засобів масової комунікації, але й важливим фактором формування суспільної свідомості та розвитку інформаційного простору. Визначено, що термін «видання» належить до процесу або результату видавничої діяльності, який включає створення, друкування та поширення друкованих матеріалів, таких як книги, газети, журнали тощо, а термін «преса» є складовою частиною видавничої галузі, що містить друковані матеріали, які призначені для регулярного випуску та розповсюдження серед широкої аудиторії.

Розглянуто походження преси у середньовічній Європі в XV–XVI століттях та появу преси на теренах України. Визначено тенденцію розповсюдження друкованих видань другої половини XIX століття та часів незалежності України. Проаналізовано кількість зареєстрованих періодичних видань на початку незалежності. Охарактеризовані 4 типи видань за Державним стандартом України. На основі даних Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, а саме Реєстру суб'єктів у сфері медіа, проведено аналіз кількості зареєстрованих друкованих медіа станом на 23 лютого 2024

року. Цей аналіз спрямований на класифікацію та оцінку типів видань за Державним стандартом України, а саме газет, журналів, збірників, дайджестів та бюлетенів.

Визначено дефініцію «журнал», а також розглянуто історію появи перших журналів на територіях Європи та України. Проаналізовано 5 видів класифікації журналів, а саме за функціональним призначенням, тематичною спрямованістю, цільовим призначенням, місцем розповсюдження та періодичністю.

Розглянуто трансформацію журналів у сучасній журналістиці. Оскільки перші європейські журнали з'явилися у XVII столітті та мали переважно наукову спрямованість, це дало поштовх для розвитку журналів. Впровадження новітніх технологій та зміни споживчих уподобань відіграли значну роль у розвитку та трансформації періодичних видань з минулих століть до сучасності.

Фотографія та сторітелінг відіграють ключову роль у створенні якісних матеріалів для журналів. Приклади таких видань, як українські журнали «Місто» та «Люк: Усвідомити місто» демонструють еволюцію від традиційних форматів минулих епох до сучасних підходів до залучення та задоволення потреб аудиторії.

Зазначені видання слугують не просто джерелами інформації, вони стали справжніми медійними продуктами, що пропонують широкий спектр тем та форматів контенту про певні регіони країни.

Таким чином, виконуючи аналіз преси як ключового джерела інформації, встановлено її значення як чинника впливу на формування суспільної думки та інформаційного простору.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА ДРУКОВАНОГО ЖУРНАЛУ «МОЄ МІСТО»

2.1. Мета та концепція друкованого журналу

На основі проведеного попереднього дослідження та аналізу досвіду міжнародних та українських видань вирішено створити друкований журнал, який не лише функціонуватиме як путівник, але й глибоко зануриться у життя міст-героїв України. Цей журнал має за мету розкрити душу кожного міста, виявити його обличчя та розповісти його історії. Він прагне стати своєрідною культурною пам'яткою, що віддає честь містам-героям, увіковічуючи їх героїзм та внесок у культурний, історичний та соціальний розвиток України. Журнал «Моє місто» прагне відзначити унікальність та значимість кожного міста-героя, привертаючи увагу громадськості до його особливостей та досягнень. Спираючись на ці цілі та завдання, концепція журналу визначається як глибоке та всебічне вивчення кожного міста, його історії, культури, культурних пам'яток та сучасного життя через висвітлення різноманітних аспектів його існування та розвитку.

Міста-герої України не просто географічні точки на мапі, вони – символи незламності та мужності українського народу. Кожне з них вистояло перед російським вторгненням, продемонструвавши силу духу та волю до перемоги. Тому важливою темою, що підійматиме журнал, є звернення уваги на контраст між мирним життям та повоєнними випробуваннями – руйнуваннями, горем, майже неможливістю нормального життя в одному випадку, та щастям від звільнення міста в інших. Цей контраст дозволить глибше зрозуміти ціну свободи та важливість збереження миру.

Основна мета друкованого журналу «Моє місто» заснована на багатогранному й унікальному потенціалі міст-героїв України, який варто вивчати та відображати через призму культурних, історичних та соціальних

аспектів. Перш за все, відображення культурних аспектів міста надає можливість поглибленого вивчення його культурної спадщини, мистецтва, традицій, мови та літератури. Це дозволяє читачам відкрити для себе унікальність культурного простору кожного міста, його внесок у розвиток національної культури та міжкультурного діалогу.

Розкриття історичних аспектів міста дозволяє уявити відомий географічний образ як багатогранну та еволюційну сутність, яка має глибокі корені в минулому. Вивчення історії міста включає в себе розкриття етапів його розвитку, ключових історичних подій, визначних постатей та культурних традицій, що стали фундаментом сучасності. Це сприяє усвідомленню багатосарової історії та спадщини міста, що стимулює пізнавальний інтерес та історичну свідомість.

Своєю чергою, соціальні аспекти міста розкривають його життя, динаміку та взаємодію між його мешканцями. Це включає в себе аналіз соціальної структури, проблем та викликів, з якими стикаються мешканці міста, а також роль міста у формуванні суспільних цінностей та ідентичності. Розкриття соціальних аспектів міста допомагає зрозуміти його життєвий пульс, динаміку та сучасні тенденції розвитку, а також сприяє формуванню свідомого та активного громадянства.

Також важливо зазначити, що журнал «Моє місто» не лише фіксуватиме реалії сьогодення, але й стане своєрідним містком між минулим та майбутнім, показуючи, як міста-герої відроджуються та розвиваються після пережитих труднощів.

У рамках нашої дослідницької роботи, визначення цілей журналу «Моє місто» охоплює ряд стратегічно важливих завдань, спрямованих на збереження історичної пам'яті, популяризацію культурної спадщини та формування патріотичних почуттів у читачів.

Однією з найперших цілей журналу є привернення уваги до унікальності та відмінностей кожного міста-героя. Кожен населений пункт має свою неповторну історію, унікальну культуру, традиції та видатних особистостей.

Журнал прагне систематизувати та розкрити цю унікальність, демонструючи особливості кожного міста.

Друга ціль стосується виявлення важливості збереження та популяризації культурної спадщини міст України. Культурна спадщина виступає як скарбниця нації, джерело національної пам'яті та натхнення. Журнал «Моє місто» ставить за мету показати, наскільки важливо зберігати пам'ять про архітектурні пам'ятки, музеї, театри, бібліотеки та інші аспекти культурного життя міст-героїв.

Третя ціль полягає у сприянні патріотичному вихованню та формуванні гордості за своє рідне місто та країну в цілому. Журнал планує розповідати про героїчні вчинки мешканців міст-героїв, їхню мужність та відданість своїй землі. Це допоможе виховати у читачів почуття патріотизму, любові до рідної країни, а також гордості за її історію та культуру.

Ці цілі спрямовані на формування позитивного образу міст-героїв, залучення уваги громадськості до їхніх проблем та перспектив розвитку. Журнал «Моє місто» має намір стати не лише джерелом інформації, але й платформою для діалогу між жителями різних міст, що сприятиме зміцненню національної єдності та розвитку громадянського суспільства.

Журнал «Моє місто» буде реалізований на основі визначених ключових принципів та напрямків, які забезпечать не лише інформативність та естетичність видання, але й активну взаємодію з читачами, а також нададуть практичну цінність у їхньому повсякденному житті та культурному розвитку.

Одним із ключових принципів є інформаційна наповненість. Планується систематизація та документування ключових фактів, подій та досягнень кожного міста, що сприятиме не лише збереженню, але й популяризації його історичної, культурної та архітектурної спадщини.

Крім того, журнал «Моє місто» має на меті сприяти естетичному розвитку читачів, підвищуючи їхній культурний рівень та естетичні смаки. Видання буде прикрашатися якісними фотографіями, малюнками,

ілюстраціями, зроблені українськими та закордонними митцями, що відобразатимуть красу та неповторність кожного міста.

Ще одним важливим принципом є інтерактивність журналу, яка передбачає активне залучення читачів до діалогу та обміну думками. Для будівництва платформи зв'язку між редакторською командою та читачами, планується створення сайту «Моє місто», де читачі матимуть можливість ділитися своїми враженнями, думками, а також ставити запитання та висловлювати свої пропозиції щодо подальшого розвитку журналу.

Потрібно зазначити, що журнал «Моє місто» ставить перед собою завдання забезпечити практичну цінність для читачів, що полягатиме в актуальній інформації про найближчі культурні заходи, виставки, спортивні змагання та соціальні ініціативи в містах-героях. Також, видання планує висвітлювати теми актуальні для мешканців міст, такі як розвиток інфраструктури, проблеми екології, освіти та здоров'я, що забезпечить читачам практичну користь.

Візуальний дизайн видання визначається не тільки засобом естетичного вираження, але й засобом передачі специфіки кожного міста-героя, його унікальності та внутрішньої атмосфери.

Журнал планується оформити у сучасному стилі, який буде характеризуватися естетичною лаконічністю та зосередженістю на візуальних деталях. Використання якісних фотографій, ілюстрацій та інфографіки передбачається з метою створення відчуття привабливості та цікавості для читача. Дизайн журналу буде адаптований для відображення унікальності кожного міста-героя, його колориту та атмосфери, що сприятиме більш глибокому розумінню інформації.

Зокрема, щодо Херсона, планується використання фотографій, які відобразатимуть визначні місця, культурні події та портрети мешканців, сприйнятих як символічні представники міста, що репрезентують його духовну та культурну сутність. Крім того, намічається використання художніх ілюстрацій, присвячених Херсону, які створені місцевими митцями, що

підкреслить аутентичність та особливість сприйняття міста через призму мистецької експресії.

Журнал «Мое місто» прагне охоплення широкого спектру тем, що відображають багатогранність життя міст-героїв України. Це стратегічно важливий аспект, що дозволяє зацікавити різноманітні категорії читачів та забезпечити їм повноцінне розуміння унікальності кожного міста.

Основні тематичні напрямки журналу відображають широкий спектр аспектів життя міст та включають такі рубрики як «цікаве про регіон», «обличчя з обкладинки», «незламні», «злочини загарбників», «місцеве інтерв'ю», а також «разом сильні».

У рамках рубрики «Цікаве про регіон» будуть розглядатися такі аспекти, як історичні постаті міст, їх внесок у розвиток різних сфер суспільства, культурна спадщина у вигляді пам'яток архітектури, музеїв, театрів, а також релігійне життя, яке охоплює історію церков, монастирів та їхню роль у формуванні культурного обличчя міст (Додаток А).

У рубриці «Обличчя з обкладинки» розповідатимуться історії людей, чії образи стали символами стійкості та мужності міст-героїв України. Кожен випуск присвячений одному з таких міст, і на обкладинці розміщено фотографію мешканця цього міста, який пережив усі жахіття війни. У цій рубриці ми детально розкриємо особистість цієї людини: хто вона, які обставини привели до того, що її знімок став символом випуску, коли та ким була зроблена ця фотографія. Рубрика має на меті не лише віддати належне героїзму та стійкості конкретних людей, а й показати людське обличчя трагедії та відновлення, щоб читачі могли відчувати зв'язок із тими, хто щодня бореться за свою землю і своє майбутнє. Ми розповімо історії цих людей, щоб їхні голоси були почуті, а їхній досвід став частиною нашої спільної пам'яті та історії (Додаток Б).

Рубрика «Незламні» спрямована на аналіз та відображення життєвих історій українців, що стали жертвами війни, з метою розкриття їхнього досвіду та внесення вагомого вкладу у розуміння війни. Через застосування методу

інтерв'ю та аналізу особистих розповідей, рубрика спрямована на поглиблене вивчення важливих аспектів життя постраждалих українців, зокрема, їхнього досвіду адаптації до нових умов проживання та подолання складнощів. Вона виступає не лише як механізм документування військових подій, але й як інструмент соціальної підтримки та розуміння, сприяючи формуванню глибокого і чуйного співчуття до постраждалих та їхніх сімей. Такий підхід сприяє розкриттю важливих аспектів психологічного та соціокультурного впливу війни на життя людей і дозволяє глибше зрозуміти його наслідки для суспільства в цілому (Додаток В).

В межах рубрики «Злочини загарбників» здійснюється комплексний аналіз та документування воєнних злочинів, вчинених російською армією на території України. Ця рубрика спрямована на висвітлення найбільш актуальних та важливих аспектів воєнного конфлікту на території України, зокрема, на порушення міжнародного гуманітарного права, прав людини та загальних норм міжнародного гуманітарного права.

Шляхом аналізу доказової бази, включаючи свідчення очевидців, документи та інші джерела, рубрика розкриває масштаби та ступінь злочинів, вчинених російськими військовими на території України, і відображає їхні наслідки для мирного населення та суспільства в цілому. Такий підхід сприяє не лише документуванню воєнних злочинів, а й формуванню світової свідомості щодо реального стану справ у зоні конфлікту, спонукаючи до міжнародної реакції та вжиття відповідних заходів для притягнення винних осіб до відповідальності перед міжнародним судом (Додаток Г).

Рубрика «Місцеве інтерв'ю» висвітлюватиме інтерв'ю з різними представниками місцевої громади, зокрема культурними діячами, волонтерами, лідерами громадських організацій, освітянами, представниками місцевої влади, підприємцями та іншими активними учасниками громадського життя. Формат інтерв'ю створює можливість для ретельного аналізу різноманітних аспектів місцевої діяльності та громадського розвитку під час війни. Рубрика дозволяє

дослідити різні перспективи та думки щодо ключових питань культурного, соціального та економічного розвитку місцевої спільноти (Додаток Д).

У рубриці «Разом сильні» відобразатиметься сучасне життя міст через аналіз тем економіки та бізнесу, соціальної сфери, екології та охорони довкілля. Ця рубрика приділяє особливу увагу впливові бізнесів та підприємств, що функціонують у зонах воєнного конфлікту або окупації, на місцеве економічне середовище. Шляхом аналізу роботи цих підприємств, рубрика відобразатиме важливі тенденції та виклики, з якими стикаються місцеві бізнеси під час складних геополітичних умов (Додаток Е).

Детальне розглядання різних секторів економіки та їхнього впливу на місцеву спільноту допомагатиме виявити ресурси та можливості для розвитку та відновлення місцевої економіки в умовах війни. Цей підхід дозволяє не лише документувати важливі аспекти економічного життя міст, але й стимулює обговорення та розробку стратегій для підтримки та зміцнення місцевих бізнесів у непередбачуваних умовах.

Перший випуск журналу «Моє місто» присвячений місту-герою Херсону. У випуску розглядаються різноманітні тематичні рубрики, серед яких історична довідка про місто, цікаві факти про регіон та різноманітні історії херсонців. Кожна рубрика присвячена окремому аспекту життя міста, від історичних подій та культурних явищ до економічного та соціального стану, викладеним через детальний аналіз подій та історичних фактів.

Отже, проведені дослідження та аналіз досвіду українських видань підтвердили необхідність створення журналу «Моє місто», який стане унікальним джерелом інформації про міста-герої України. Журнал покликаний не лише документувати історичні, культурні та соціальні аспекти життя цих міст, але й розкрити їхню душу, показати їхню незламність та красу. Концепція журналу базується на глибокому вивченні кожного міста-героя, його минулого та сьогодення, з акцентом на контрасті між мирним життям та випробуваннями війни. Це дозволить читачам краще зрозуміти ціну свободи та важливість збереження незалежної та мирної України.

Основна мета журналу – висвітлити багатогранний потенціал міст-героїв, їхній внесок у розвиток України, а також привернути увагу до їхніх потреб та перспектив. Журнал прагне стати платформою для діалогу та обміну досвідом між жителями різних міст, сприяючи зміцненню національної єдності. Тематичне різноманіття журналу, включаючи постійну рубрику «Цікаве про регіон» та спеціальні випуски, присвячені окремим містам, дозволить зацікавити широку аудиторію та забезпечити повноцінне розуміння унікальності кожного міста-героя.

Завдяки поєднанню інформаційної наповненості та естетичної привабливості, журнал «Моє місто» має потенціал стати не лише важливим джерелом знань, але й інструментом культурного розвитку та патріотичного виховання.

2.2. Текстове наповнення та дизайнерське оформлення матеріалів про місто-герой Херсон

У цьому підрозділі ми зосередимося на текстовому наповненні та дизайнерському оформленні матеріалів про місто-герой Херсон. Херсон, багатий своєю історією та культурою, є одним із найважливіших міст на півдні України. Ми дослідимо унікальні аспекти його минулого та сучасності, звертаючи особливу увагу на події, які вплинули на розвиток міста та його важливість для країни в цілому. Крім того, ми дбатимемо про те, щоб наші матеріали не лише передавали історичну правду, але й були привабливими та цікавими для читачів, завдяки якісному дизайнерському оформленню.

У журналі про місто-герой Херсон будуть 6 основних рубрик: «Цікаве про регіон» (7 цікавих фактів про Херсонську область, «Чорноморські ігри» - фестиваль, що об'єднував Україну), «Обличчя з обкладинки» (Гліб Соколов: хлопчик з дорослим поглядом), «Незламні» («Вихователь із гумором» Олена Наумова; Полонені міські голови: Ігор Колихаєв та Володимир Миколаєнко; Як продовжує дарувати свою творчість Херсонський драмтеатр), «Злочини загарбників» (Теракт на Каховській гідроелектростанції), «Місцеве інтерв'ю»

(Олександр Книга: «Для мене театр це не просто будівля, а перш за все люди») та «Разом сильні» (Як підтримали бренди звільнення Херсону, Пам'ять захисників, полеглих у Бузковому парку).

У межах цього підрозділу розглянемо дві ключових рубрики: «Незламні» та «Злочини загарбників», де дослідимо логіку формування тексту та використання дизайнерських рішень.

Рубрика «Незламні»: стаття «Як продовжує дарувати свою творчість Херсонський драмтеатр»:

Логічна побудова тексту про Херсонський драмтеатр імені М. Куліша починається з вступу, в якому надається короткий опис театру та його значення для міста і країни. Зазначається ключовий факт: театр пережив окупацію та виявив неабияку стійкість. Подальший аналіз розглядає період окупації, починаючи з дати захоплення театру російськими військовими, наслідків окупації, таких як зміна репертуару на пропагандистський та вимушений виїзд акторів та режисерів. Акцентується увага на важливості театру як культурного центру, що став мішенню для окупантів.

Подальший блок присвячений звільненню та першим крокам до відновлення. Описується стан театру після звільнення, швидке відновлення роботи за допомогою волонтерів та акцентується на незламності та рішучості колективу театру продовжувати свою діяльність. Далі розглядається вистава «Лишатися (не) можна», її історія створення та перенесення прем'єри через обстріл Києва та успішний показ в театрі «Сузір'я», а також зйомки одноіменного фільму про театр режисером Олександром Зейналовим.

Останній блок стосується часткового відновлення роботи в Херсоні та проєкту «Квиток Херсонцю». Описується відновлення роботи театру в обмеженому форматі та проведення заходів в арт-хабі, а також ціль та пояснення проєкту «Квиток Херсонцю». Цей блок підкреслює соціальну відповідальність театру та його прагнення бути доступним для всіх мешканців Херсона, навіть у складних умовах.

Дизайнерські рішення, прийняті при створенні цієї рубрики (Додаток Ж) полягали у демонстрації колективу театру, зображень квитків на виставу та розміщення QR-коду на сайт театру, де можна придбати квитки на їх виставу. Дизайнерські рішення для рубрики «Незламні митці» базувалися на кількох стратегічних моментах. Перш за все, зображення акторів та працівників театру має на меті підкреслити важливість людського фактору в культурному житті міста, наголосити на ролі творчого колективу та відображення їхнього внеску в мистецтво. Це не лише створює емоційний зв'язок з читачами, а й допомагає їм усвідомити випробування, які переживає театральна спільнота.

Далі, зображення проєкту «Квиток Херсонцю» на вистави символізує відновлення культурного життя після окупації. Це стає закликом до дії, заохочуючи читачів підтримувати театр та відвідувати його вистави. Окрім того, купівля квитків сприяє фінансовій підтримці театру, підкреслюючи важливість громадської підтримки культурних інституцій.

Нарешті, використання QR-коду для переходу на сайт театру забезпечує зручний доступ до додаткової інформації про репертуар, акторів та можливість придбання квитків онлайн. Це стимулює інтерактивність читачів та сприяє просуванню театральних вистав серед широкої аудиторії.

Обрані дизайнерські рішення спрямовані на досягнення таких стратегічних цілей, як інформування про театр, підвищення емоційного залучення аудиторії, стимулювання активності та підтримки театру, а також популяризація культурної спадщини та української театральної сцени.

Рубрика «Злочини загарбників»: стаття «Теракт на Каховській гідроелектростанції»:

Логічна побудова тексту «Теракт на Каховській гідроелектростанції» починається з першого блоку «Як росіяни взяли під контроль ГЕС» охоплює початковий етап окупації Каховської гідроелектростанції російськими військами у лютому 2022 року. Описується початок роботи станції під час окупації. Також висвітлюється, як оперативне командування «Південь»

повідомило про неможливість використання ГЕС після точкових ударів ЗСУ у серпні 2022 року та поява повідомлень про можливий підрив станції.

Наступний блок «Теракт» детально описує події, які відбулися 6 червня 2022 року, коли російські окупанти підірвали дамбу Каховської гідроелектростанції. Через які канали розповсюджувалась інформація про теракт та описано заяву голови Херсонської обласної військової адміністрації Олександра Прокудіна.

Останній блок «Наслідки руйнування ГЕС» аналізує довгострокові наслідки підриву Каховської гідроелектростанції. Розглянуто що Україна втратила останню сходинку Дніпровського каскаду ГЕС, що переносили стрімкі потоки води, які збитки для рибної галузі від загибелі риби, скільки загинуло тварин у Новій Каховці у приватному контактному зоопарку «Казкова діброва», а також проаналізовано приблизну кількість затоплених будинків.

Текст побудований за хронологічним принципом, що дозволяє читачеві прослідкувати розвиток подій від захоплення окупантами Каховської ГЕС до теракту на ній. Використання художніх засобів, таких як епітети, метафори та метонімія, додає емоційної насиченості тексту. Завдяки такій структурі та виразним художнім засобам, текст легко читається та запам'ятовується, дозволяючи читачеві дізнатися про наслідки підриву ГЕС.

Дизайнерські рішення, прийняті при створенні рубрики «Злочини загарбників» полягали у демонстрації мальованих ілюстрацій, створених українськими митцями Євгеном Морозовим, Олександром Даниленко та Жанною Мудрак.

Ілюстрації, виконані в унікальних стилях художників, які передають емоції, переживання та атмосферу трагедії більш глибоко та виразно, ніж це могли б зробити фотографії. Вони дозволяють читачам відчувати біль від масштабів катастрофи, співчуття та сум через людські та екологічні втрати, а також обурення і гнів через умисні дії російських окупантів, які спричинили таку масштабну катастрофу.

Художні образи, використані в ілюстраціях, можуть бути більш символічними та метафоричними, ніж реальні фотографії. Вони дозволяють передати складні ідеї та почуття, пов'язані з війною та окупацією.

Використання ілюстрацій українських художників є проявом підтримки вітчизняного мистецтва та культури. Це важливо, особливо в контексті війни, коли українські митці потребують особливої уваги та підтримки.

Також важливо зазначити, що під час створення журналу «Моє місто» використовуватимуться виключно шрифти від українських дизайнерів, що має кілька важливих причин. По-перше, це підтримка української культури та ідентичності, що відображається у виборі шрифтів, розроблених українськими дизайнерами, що наголошує на національному характері журналу та його зусиллях у збереженні та популяризації української культурної спадщини. Це відображає внутрішню гордість та патріотизм у змісті видання.

По-друге, використання українських шрифтів додає унікальності та оригінальності журналу. Ці шрифти мають власну естетику, відрізняючись від зарубіжних аналогів, що сприяє створенню неповторного візуального стилю та відображає відмінність українського дизайну.

Третє, вибір конкретних шрифтів у журналі «Моє місто» має свою символіку та історичні відтінки. Наприклад, шрифти Nastur, використаний для обкладинки, може асоціюватися з незламністю та боротьбою українського народу, що відповідає тематиці журналу про міста-герої.

Четверте, використання українських шрифтів у журналі сприяє просуванню українського дизайну та підвищенню його престижу на національному та міжнародному рівні. Це важливий крок у підтримці та розвитку креативної індустрії в Україні.

Загалом, вибір українських шрифтів для журналу «Моє місто» є свідомим рішенням, спрямованим на підтримку національної культури, відображення національної ідентичності та підвищення унікальності та оригінальності видання.

Отже, у цьому підрозділі досліджуються два ключових аспекти журналу «Моє місто»: текстове наповнення та дизайнерське оформлення рубрик «Цікаве про регіон» та «Незламні».

Визначено, що рубрика «Незламні» побудована з чіткою логічною структурою, що включає кілька блоків. Вступ містить коротку характеристику театру та його значення для громади. Далі йдуть опис окупації, захоплення театру, наслідки цих подій, виїзд акторів та їх опір окупантам. Наступний розділ присвячений звільненню театру, його стану після звільнення, відновленню роботи та проведенню вистави «Лишатися (не) можна». Заключний етап висвітлює часткове відновлення роботи театру в обмеженому форматі та благодійний проєкт «Квиток Херсонцю». Дизайнерські рішення включають використання фото колективу театру, квитків та QR-коду на сайт театру.

Рубрика «Злочини загарбників» має логічну структуру, яка починається з детального опису теракту на Каховській ГЕС, включаючи послідовність подій та їх наслідки. Дизайнерські рішення для цієї рубрики включають ілюстрації українських художників, що сприяють емоційній насиченості матеріалу, викликають співпереживання та підтримують вітчизняне мистецтво.

Загалом, текстове наповнення та дизайн журналу «Моє місто» спрямовані на інформування про Херсон, емоційне залучення аудиторії, стимулювання активності та підтримки міста, а також популяризацію культурної спадщини. Використання українських шрифтів підкреслює національну ідентичність, унікальність та оригінальність видання. Матеріали журналу досліджують історичні події, висвітлюють сучасні проблеми та акцентують увагу на стійкості та незламності українського народу.

2.3. Ключові засади поширення та фінансування журналу «Моє місто»

У цьому підрозділі ми детально розглянемо ключові аспекти поширення та фінансування журналу «Моє місто». Відповідно до стратегії розвитку

видання, ефективна система поширення та стабільне фінансування відіграють критичну роль у забезпеченні його успішності та впливу. В даному контексті ми проаналізуємо різні стратегії розповсюдження журналу, включаючи друковане видання, підписку та розповсюдження через різні канали збуту. Крім того, ми дослідимо можливості фінансування, зокрема рекламу, спонсорську підтримку, партнерські програми та інші джерела доходів, які дозволять забезпечити стабільність фінансування журналу та його подальший розвиток.

Визначення цільової аудиторії є важливим етапом у розробці стратегії поширення та контенту журналу. «Моє місто» має потенціал зацікавити різні групи читачів, кожна з яких має свої унікальні потреби та інтереси.

У визначенні першорядної цільової аудиторії журналу «Моє місто» ми зосередились на мешканцях міст-героїв, а також внутрішньо переміщених особах з цих міст. Ця аудиторія є ключовою для нас, оскільки вони не лише є основними учасниками життя міста, але й мають великий інтерес до збереження і популяризації його культурної спадщини, історії та традицій. Розуміння їхніх потреб і інтересів дозволить нам розробити зручні та цікаві стратегії поширення та фінансування, спрямовані на задоволення їхніх очікувань та вимог.

Покладаючи акцент на первинну цільову аудиторію, ми не повинні забувати і про вторинні групи, які також можуть мати інтерес до нашого видання. Серед них варто відзначити біженців, що тепер проживають за кордоном, але все ще мають зв'язок з Україною та відчують потребу у збереженні культурної спадщини міст-героїв. Також до цієї групи можуть відноситися патріотично налаштовані громадяни, що цікавляться долею міст-героїв та прагнуть висловити свою підтримку та визнання.

Значною мірою, нашими потенційними читачами можуть бути дослідники та колекціонери, які зацікавлені у вивченні та збереженні культурної спадщини таких міст. Вони можуть бути зацікавлені у рідкісних фотографіях, артефактах, історичних матеріалах, що розкажуть їм більше про історію та унікальність міст-героїв.

Залучення таких аудиторій до читацької аудиторії журналу «Мое місто» може розширити нашу географію впливу та забезпечити більшу репрезентацію та увагу до культурної спадщини міст-героїв України. Тому важливо розглядати їхні потреби та очікування при розробці стратегій поширення та фінансування.

З огляду на концепцію журналу як друкованого видання, ми будемо зосереджені на ряді ключових каналів збуту та методах, які дозволять максимально ефективно досягти нашої цільової аудиторії.

Першим важливим кроком буде організація роздрібної торгівлі. Ми плануємо розміщувати журнал у книгарнях різних форматів по всій Україні, зокрема в мережевих, незалежних та спеціалізованих книжкових магазинах. Також ми спрямуємо зусилля на продаж у сувенірних магазинах, особливо тих, що розташовані у туристичних центрах та біля визначних пам'яток.

Другим ефективним каналом поширення буде передплата. Ми плануємо створити власну систему передплати через веб-сайт журналу, щоб читачі могли оформити підписку на певний період. Також ми будемо співпрацювати з «Укрпоштою» для забезпечення зручної доставки журналу передплатникам по всій країні, оскільки саме ця доставка відома широкою співпрацею з громадськими та благодійними організаціями, проведення благодійних акцій.

Крім того, ми розглянемо можливості інституційного розповсюдження.

Окрім традиційних методів поширення, ми також розглянемо маркетингові кампанії. Планується активне просування в соціальних мережах, реклама в медіа та співпраця з партнерами для організації тематичних заходів та презентацій.

Необхідно також врахувати, що журнал має друкований формат, що відкриває перед нами додаткові можливості. Друкований журнал має особливу автентичність та колекційну цінність, що забезпечує йому довговічність та престижність. Це дозволяє нам залучити до читацької аудиторії не лише насичені текстом сторінки, а й досвід читання, який може стати частиною колекції та спадщини.

Комплексна стратегія поширення, яка об'єднує різні канали збуту та маркетингові інструменти, дозволить журналу «Мое місто» досягти широкої аудиторії та стати важливим елементом культурного життя України.

Способи фінансування включатимуть комбінацію джерел доходів:

Продаж журналу. Основним джерелом доходу буде продаж окремих номерів журналу через книгарні, сувенірні магазини, музеї та інші точки продажу. Додатковий дохід буде отримано від передплати журналу через веб-сайт та служби доставки.

Спонсорська підтримка. Ми будемо активно залучати спонсорів серед бізнесу, громадських організацій та меценатів, щоб отримати фінансову підтримку та ресурси для розвитку та поширення журналу.

Гранти. Участь у грантових програмах міжнародних та українських організацій дозволить отримати додаткові кошти для реалізації проекту та підтримки постраждалих від конфлікту.

Інші джерела доходів включатимуть краудфандингові кампанії та платні заходи, такі як лекції та майстер-класи, присвячені містам-героям.

Значна частина прибутку від продажу журналу буде спрямована на благодійність, зокрема на допомогу постраждалим від агресії. Це може включати фінансову підтримку медичних закладів, допомогу вимушеним переселенцям, відновлення зруйнованої інфраструктури та інші види підтримки. Поряд з цим, журнал «Мое місто» свідомо відмовляється від реклами, щоб зберегти свою незалежність та об'єктивність. Це дозволить нам зосередитися на основній місії – розповідати правдиві історії та надавати допомогу тим, хто постраждав від війни.

Фінансовий план журналу буде розроблений з урахуванням соціальної спрямованості проекту та включатиме детальний розрахунок витрат та прогноз доходів. Важливо забезпечити прозорість та відкритість у фінансовій діяльності, щоб наші читачі та спонсори мали повну інформацію про використання коштів.

Журнал «Мое місто» пропонує читачам високоякісний контент, створений командою професіоналів. До складу команди входять головний редактор, коректор, верстальник, фотографи, журналісти, дизайнери та маркетологи, які забезпечують різноманітність та якість матеріалів. Високі стандарти редакційної роботи та ретельна перевірка фактів гарантують надійність та інформативність кожного випуску.

Таблиця 2.1.

Розрахунок мінімальних затрат на виробництво друкованого журналу «Мое місто»

Стаття витрат	Сума	Загальна сума
Заробітна платня штату працівників на місяць		
Головний редактор	30 000 грн	173 000 грн
Коректор	15 000 грн	
Верстальник	20 000 грн	
Фотограф	20 000 грн	
Журналісти (3 працівники)	15,000 грн * 3 = 45,000 грн	
Дизайнер	25 000	
Маркетолог	18 000 грн	
Поліграфічне виконання / Друк		
Загальна сума:		313 000 грн

Проведений аналіз показав, що для забезпечення стабільного фінансування редакційних витрат, витрат на поліграфічне виконання, ціна за один примірник становить 240 грн. Журнал виходитиме у продаж з додатковою

надбавкою у 20%. Це робиться для створення фінансової подушки, яка зможе покривати непередбачені витрати, підвищувати стійкість проєкту та гарантувати довгострокове фінансове «здоров'я» журналу. Крім того, цей додатковий прибуток буде спрямовуватися на благодійність, що підсилює соціальну місію видання.

Таким чином, ціна журналу «Мое місто» у 300 грн є обґрунтованою та справедливою, враховуючи високу якість контенту, унікальний дизайн та значущість соціальної місії видання. Ця цінова стратегія дозволяє забезпечити фінансову стабільність проєкту та підтримувати важливі благодійні ініціативи, спрямовані на допомогу постраждалим від війни та збереження культурної спадщини українських міст-героїв.

Отже, ми проаналізували різні стратегії розповсюдження журналу, зосередившись на друкованому виданні, яке має стати цінним артефактом для читачів. Основними каналами збуту будуть книгарні, сувенірні магазини, музеї та інші спеціалізовані точки. Передплата через веб-сайт та «Укрпошту» забезпечить стабільний дохід та розширить аудиторію журналу. Крім того, ми плануємо безкоштовно надавати журнал бібліотекам та навчальним закладам, щоб зробити його доступним для широкого кола читачів.

Основну цільову аудиторію складають мешканці міст-героїв та внутрішньо переміщені особи з цих міст. Вони є ключовими носіями історії та культури своїх міст і мають найбільший інтерес до збереження та популяризації цієї спадщини. Вторинна аудиторія включає біженців за кордоном, патріотично налаштованих громадян, дослідників та колекціонерів.

Фінансування журналу буде здійснюватися за рахунок продажу, спонсорської підтримки, грантів та краудфандингу. Значна частина прибутку буде спрямована на благодійність, зокрема на допомогу постраждалим від війни. Журнал свідомо відмовляється від реклами, щоб зберегти свою незалежність та об'єктивність. Розроблена стратегія поширення та фінансування дозволить журналу «Мое місто» досягти широкої аудиторії,

забезпечити стабільність та незалежність, а також зробити значний внесок у відновлення та розвиток міст-героїв України.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі було проведено аналіз та розробку концепції друкованого журналу «Моє місто», який спрямований на висвітлення унікальності та героїзму українських міст-героїв.

Мета та концепція журналу полягає в тому, щоб він не лише став інформаційним джерелом, але й поглибив розуміння читачів про життя міст-героїв, відкривши їхню історію, культуру та соціальні аспекти. Він має стати культурною пам'яткою, що відображає героїзм та внесок цих міст у розвиток України.

Основною цільовою аудиторією журналу є мешканці міст-героїв та внутрішньо переміщені особи, які мають особливий інтерес до збереження та популяризації культурної спадщини своїх міст. Також важливою аудиторією є біженці, патріотично налаштовані громадяни, дослідники та колекціонери.

Тематичне наповнення журналу охоплюватиме широкий спектр тем, від історії та культури до економіки та мистецтва. Використання унікальних дизайнерських рішень, таких як мальовані ілюстрації Євгена Морозова, Олександра Даниленка та Жанни Мудрак та використання виключно українських шрифтів, підкреслює національний характер та унікальність видання.

Перший номер журналу присвячений місту-герою Херсон. У журналі будуть представлені 6 основних рубрик: «Цікаве про регіон», «Обличчя з обкладинки», «Незламні», «Злочини загарбників», «Місьцеве інтерв'ю» та «Разом сильні».

Журнал буде розповсюджуватися через роздрібну торгівлю, передплату та інституційне розповсюдження, а маркетингова кампанія буде включати просування в соціальних мережах, рекламу в ЗМІ та партнерські програми.

Фінансування журналу буде здійснюватися за рахунок продажу, спонсорської підтримки, грантів та краудфандингу, з частиною прибутку, спрямованою на благодійність для допомоги постраждалим від війни.

Ціна за номер журналу складатиме 300 грн, що відображає його високу якість та соціальну місію. Цінова політика також слугуватиме інструментом фандрейзингу для благодійних цілей.

Можна дійти висновку, що розроблена концепція журналу «Моє місто» враховує потреби та інтереси цільової аудиторії, пропонуючи їм унікальний та цінний продукт. Журнал має потенціал стати не лише джерелом інформації, але й платформою для діалогу, підтримки патріотичного духу та розвитку громадянського суспільства, а також для збереження та популяризації культурної спадщини міст-героїв України і надання допомоги постраждалим від війни.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило всебічно розглянути феномен преси, простеживши її еволюцію від зародження до сучасного стану. Було досліджено становлення та розвиток преси, починаючи від її прототипів у Стародавньому Римі, таких як «Acta diurna urbis», та середньовічних реляцій, до появи перших друкованих газет у XVII столітті. Було встановлено, що винайдення друкарського верстата та розвиток поштових служб стали ключовими факторами, що сприяли поширенню періодичних видань та їхньому перетворенню на потужний інструмент масової комунікації. Особлива увага була приділена розвитку преси в Україні. Було визначено, що перші друковані видання на українських землях з'явилися у XVIII столітті, а перша газета «Gazette de Leopold» була заснована у Львові у 1776 році. Було проаналізовано подальший розвиток української преси у XIX та XX століттях, відзначивши її роль у відображенні соціально-політичних змін, формуванні національної свідомості та культурної ідентичності.

У результаті дослідження було визначено поняття «журнал» як періодичне видання, що відрізняється від газет глибиною аналізу, тематичною різноманітністю та наявністю постійних рубрик. Було проаналізовано різні класифікації журналів, включаючи поділ за функціональним призначенням (наукові, популярно-наукові, спеціалізовані), цільовою аудиторією (жіночі, чоловічі, молодіжні), періодичністю (щоденні, щотижневі, щомісячні) та тематичною спрямованістю (політичні, літературні, розважальні). Було встановлено, що перші європейські журнали, такі як «Le Journal des Savants», виникли у XVII столітті та мали переважно наукову спрямованість.

Було охарактеризовано трансформацію журналів у сучасній журналістиці під впливом нових технологій та зміни медіаспоживання. Виявлено, що сучасні журнали активно використовують мультимедійні елементи, інтерактивні

формати та соціальні мережі для залучення та утримання аудиторії. Також було досліджено роль сторітелінгу у створенні журнального контенту, що дозволяє зробити інформацію більш доступною та емоційно привабливою. На прикладі сучасних українських журналів «Місто» та «Люк» було продемонстровано, як періодичні видання успішно адаптуються до вимог сучасної журналістики. Ці журнали не лише інформують про актуальні події, а й пропонують читачам різноманітний контент, включаючи інтерв'ю, репортажі, аналітику, фотографії та ілюстрації. Вони активно взаємодіють з аудиторією через соціальні мережі та інші онлайн-платформи, створюючи спільноту навколо своїх брендів. Таким чином, періодичні журнали залишаються важливим елементом сучасного медіапростору, виконуючи інформаційну, освітню, розважальну та соціальну функції. Вони продовжують еволюціонувати, використовуючи нові технології та формати для задоволення потреб сучасної аудиторії та збереження своєї актуальності в умовах цифрової трансформації.

У рамках дослідження було створено журнал про міста-герої України «Моє місто», перший випуск якого, присвячений місту-герою Херсону. У журналі представлено 6 основних рубрик, а саме: «цікаве про регіон», «обличчя з обкладинки», «незламні», «злочини загарбників», «місцеве інтерв'ю» та «разом сильні». Визначено, що основною метою та концепцією журналу є не лише інформування, але й поглиблення розуміння читачів про життя міст-героїв, відкриваючи їхню історію, культуру та соціальні аспекти. Журнал має стати культурною пам'яткою, що відображає героїзм та внесок цих міст у розвиток України. Розглянуто, що цільовою аудиторією журналу є мешканці міст-героїв та внутрішньо переміщені особи, зацікавлені в збереженні та популяризації культурної спадщини своїх міст. Також важливою аудиторією є біженці, патріотично налаштовані громадяни, дослідники та колекціонери. Було розглянуто різні аспекти текстового наповнення та дизайнерського оформлення журналу. Проаналізовано логіку побудови текстів та використання художніх засобів у рубриках «Незламні митці» та «Злочини загарбників». Визначено, що використання мальованих ілюстрацій та українських шрифтів підкреслює

національний характер та унікальність видання. Досліджено різні стратегії поширення журналу, включаючи роздрібну торгівлю, передплату та інституційне розповсюдження. Розроблено маркетингову кампанію, що включає просування в соціальних мережах, рекламу в медіа та партнерські програми. Було проаналізовано різні джерела фінансування журналу, такі як продаж, спонсорська підтримка, гранти та краудфандинг. Визначено, що значна частина прибутку буде спрямована на благодійність для допомоги постраждалим від війни. Встановлено, що ціна за номер журналу складатиме 300 грн, що відображає його високу якість та соціальну місію.

Загалом, результати дослідження підтвердили актуальність та важливість створення журналу «Моє місто». Розроблена концепція, тематичне наповнення, дизайн та стратегії поширення та фінансування дозволяють стверджувати, що журнал має потенціал стати успішним та впливовим виданням, яке сприятиме збереженню культурної спадщини, підтримці патріотичного духу та розвитку громадянського суспільства в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєнко Н. Методичні вказівки щодо виконання практичних робіт з навчальної дисципліни «газетно-журнальні видання» для студентів денної форми навчання зі спеціальності 061– «журналістика» за спеціалізацією «журналістика» освітнього ступеня «бакалавр». Кременчук : МОН УКРАЇНИ КНУ ім. Михайла Остроградського, 2019. 45 с.
2. Баранник М., Голобуцький П. Історія преси в Україні : енциклопедія історії України / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. Том 3: Е-Й. Київ: Наукова думка, 2005. 672 с.
3. Василик Л. Тенденції функціонування друкованих медіа в Україні. *W kręgu prasy dawnej i współczesnej. Wybrane problemy (1)*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, 2021. S. 272-287.
4. Васьківська О. Сторітелінг як інструмент соціальної журналістики. *Modern international relations: topical problems of theory and practice: collective monograph. Faculty of International Relations of the National Aviation University; under general editorship of W. Welskop, Y. O. Voloshin.* Lodz: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Łodzi, 2021. P.280-284.
5. Васьківська О. Фотографія як складова доказової бази злочинів російських військ. *Права людини: відображення у медіа просторі: матеріали III науково-методологічного семінару (20 лютого 2024 року)*. Київ: ФМВ, 2024. С. 17-21.
6. Голік О. Історія науки про жанрову систему друкованих ЗМІ. Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи / ред. С. І. Кравченко ; упоряд. М. А. Рожило. Луцьк, 2012. № 2 (2). С. 14–19.
7. Габор В. Вільна Праця. Українська преса в Україні та світі XIX– XX ст.: іст.-бібліогр. дослідж. / уклад.: Сніцарчук Л., Комариця М., Кулеша Н. Львів : Укр. іст. журн. 2019. С. 212-214.

8. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. *Наукові записки Інституту журналістики. КНУ імені Тараса Шевченка*. Київ: Інститут журналістики. Випуск 3. 2002. С. 34-38.

9. Дроздовська О. Преса як джерело вивчення історії українських друкованих ЗМІ (1900–1939 рр.). *Збірник праць Науково-дослідного інституту пресознавства*. 2021. Т. 11. С. 142-169.

10. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. [На заміну ДСТУ 3017-95, чинний від 2016-07-01]. Вид. офіц. Київ: ДП «УкрНДЦН», 2016. 38 с.

11. Животко А. Історія української преси : навч. посіб. для студ. ф-тів журналістики вищ. закл. освіти / упоряд. Тимошик М. Київ: Наша культура і наука, 1999. 360 с.

12. Іванова О. Преса про літературу: номінація, дефініція, методологія. / *Наукові записки Інституту журналістики : зб. наук. пр.* Т. 33. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2008. С. 29-33.

13. Історичне джерелознавство: підручник / Калакура Я. та ін. Київ : Либідь, 2002. 488 с.

14. Коваль Т. Журнали України 1917-1928 рр. у фонді Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського як історикокнигознавче джерело: автореф. дис. канд. іст. наук. Київ : Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, 1998. 245 с.

15. Крупський І. Українська преса Наддніпрянщини 1905-1914 рр.: формування мережі, еволюція висвітлення суспільно-політичної тематики : Магістеріум. Вип. 22. Журналістика. 2006. С. 57-61.

16. Левченко Г. Історія преси в Україні (кінець XVIII – початок XXI ст.) : метод. рек. до спецкурсу для студентів спеціальності 032 «Історія та археологія» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечник., 2019. 42 с.

17. Матеріали з історії національної журналістики Східної України початку ХХ століття / уклад.: Сидоренко Н., Сидоренко О. Київ : Дослідницький центр історії української преси, 2001. 448 с.
18. Мелещенко О., Черняков Б. Журналістика Франції. *Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб.* Т. 10. Київ, 2003. С. 159-212.
19. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. Київ : Центр учб. літ., 2011. 496 с.
20. Наріжний С. Українська преса: конспект лекцій / за ред. Антоновича Д.; упоряд. Ульяновська С. Київ, 1993. 46 с.
21. Орлик О. Журнальні видання 20–30-х років ХХ століття як джерело дослідження видавничої справи в Україні. *Вісник книжкової палати*, 2009. №6. С. 37-40.
22. Орлик О. Журнальні видання України 1917—1920 років як джерело історії української преси. *Вісник книжкової палати*. 2008. №8. С. 1-4.
23. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / уклад. Бідзілля Ю. (відп. ред.) та ін. Ужгород : УНУ, 2007. 220 с.
24. Солонська Н. Типологія та види журналів наукового спрямування української діаспори (за фондами відділу зарубіжної україніки Національної бібліотеки України імені В.І.Вернадського). *Наука України у світовому інформаційному просторі*. Вип. 11. Київ : Академперіодика, 2015. С. 134-140.
25. Срібняк І. Історія журналістики: виникнення та розвиток новинних мас-медіа в країнах Європи, Азії та Північної Америки (XVII-XX ст.) : підруч. для студентів ВНЗ. 2-ге вид., перероб. Київ : МОН України; ДУ «Ін-т всесвіт. історії НАН України»; Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2018. 156 с.
26. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів / Гороховський О., Мельнікова-Курганова О., Мірошніченко П., Островська Н. Київ : ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2022. 77 с.
27. Шевченко В. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства. *Наукові записки Інституту журналістики. КНУ імені Тараса Шевченка*. Київ: Інститут журналістики, 2007. Т. 28. С. 43-48.

28. Шпак В. Розвиток друкованих засобів масової інформації в тематичному мовному і регіональному аспектах (1990-2010 роки). *Науковий збірник Історична пам'ять*. 2013. №29. С. 96-97.

29. Шпак В. Українські друковані засоби масової інформації: від державних до приватних. *Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету*. Запоріжжя: ЗНУ, 2013. Вип. XXXVI. С. 320-324.

30. Ярошенко Т. Еволюція журналу як засобу наукової комунікації: від друкованих видань до оригінальних електронних журналів. *Вісник книжкової палати*. 2005. № 10. С. 29–33.

31. Houghton B. *Scientific periodicals: their historical development, characteristics and Control*. Hamden, Conn: Linnet Books and Clive Binge, 1975. 147 p.

Електронні ресурси

1. Журнал Люк: Усвідомити місто. Харків. 2023. №1. URL: <https://lyuk.media/city/lyuk-magazine-1/> (дата звернення: 19.04.2024).

2. Журнал Місто. Івано-Франківськ. 2024. №41. URL: <https://mi100.info/chytaty-online/> (дата звернення: 19.04.2024).

3. Монич Л. Літературно-художні журнали в українському медіапросторі. *XVIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція : зб. наук. пр.* Переяслав-Хмельницький, 2013. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1010> (дата звернення: 17.04.2024).

4. Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення. Перелік суб'єктів у сфері медіа станом на 23.02.2024. Київ, 2024. URL: https://webportal.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2024/04/Dodatok_perelik-subyektiv-u-sferi-media-stanom-na-23.02.2024.xlsx (дата звернення: 10.04.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

«Приклад рубрики «Цікаве про регіон»

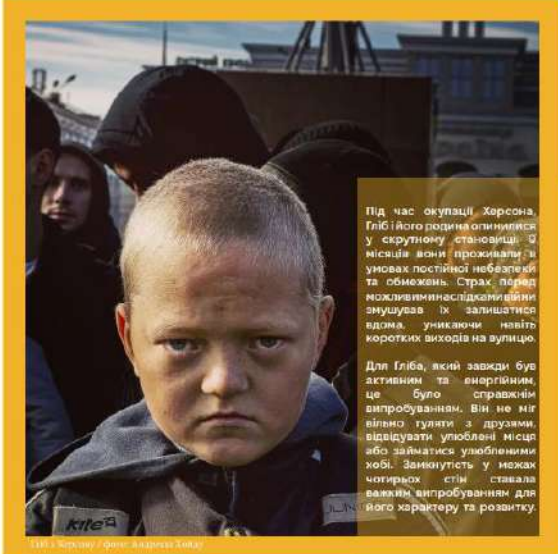
<p>ЦІКАВЕ ПРО РЕГІОН</p> <p>1 FORBES ПРО ХЕРСОН</p> <p>Американське видання Forbes включило 11-метровий Херсонський сонячний годинник, який вважається пам'ятником, присвяченим Джону Говарду до п'ятірки незвичайніших вуличних годинників в Україні.</p> <p>2 РОЖЕВІ ОЗЕРА</p> <p>Рожеве диво Херсонської області – озеро Сиваш. Вода в цьому озері має рожевий відтінок. Як зазначають вчені, це через велику кількість мінералів у воді, що робить її лікувальною. Така вода корисна для суглобів та загальнопідвищує імунітет.</p>  <p>6</p>	<p>3 ХЕРСОН - МІСТО КАТАКОМБ</p> <p>Херсон – місто, яке буквально знаходиться на катакомбах, особливо стара частина міста. У стародавні часи будинки виготовляли з глини, яку місцеві мешканці брали прямо під своїми ногами. Проте це стосується лише деякої частини такміб, оскільки решта з них практично не досліджувалась. За деякими легендами, підземні лабіринти не лише з'єднують різні райони міста між собою, а й ведуть з одного берега Дніпра на інший. Навіть сьогодні у підземеллях Херсону можна знайти старовинні предмети побуту, а іноді навіть</p>  <p>7</p>	<p>7 ЦІКАВИХ ФАКТІВ ПРО ХЕРСОНСЬКУ ОБЛАСТЬ</p> <p>Херсонська область багата старовинними пам'ятками та неповторною атмосферою. Величчю фортець, старовинними керамічними вирібками, але це тільки частина унікальних колоритів, надалі можливість зануритися в рідні епохи.</p> <p>Проте багатовіковичні кляні історії Херсонської області, таких як фортець, старовинні сирені, природні парки і т.д. Купують об'єкти, заради яких люди їдуть за кордон знайти або полюбляють російськими закордонцями. Це місто тільки представителю історичної спадщини, але й сучасною національною ідентичністю, нагадуючи про нас і людей, які формували нашу історію.</p>  <p>8</p>	<p>ЦІКАВЕ ПРО РЕГІОН</p> <p>4 ХЕРСОНСЬКЕ КОРИННЯ БРЕНДУ LOUIS VUITTON</p> <p>До нашого часу збереглися свідчення, включаючи документальні докази, що перші валізи цього бренду були виготовлені з сировини з Херсонської губернії. Шкіра та овчина з цього регіону дозволили створити вироби вишуканої якості, які швидко заробили світову славу. Навіть компанія Louis Vuitton використовувала цю сировину.</p> <p>5 БАТЬКІВЩИНА ФЕСТИВАЛІВ</p> <p>Херсонщина славиться своїми фестивалями. Найвідоміші «Мал্পолонна Таврик» який популяризує театральне мистецтво, «Таврійські ігри» – фестиваль музики, краси і спорту, «Чорноморські ігри» – всеукраїнський благодійний дитячий</p>  <p>6 УКРАЇНСЬКІ МАЛЬДІВИ</p> <p>Острів Джаринг, розташований у Чорному морі поблизу Одеси, відомий своїми мальдівськими пейзажами. Він є найбільшим за площею та другим за довжиною островом в Україні та Чорному морі. Відомий своїми чудовими пляжами, білими скелями, крихітними прозорами водойми та унікальним природним парком. Острів частково національно-історичного парку «Джарингський» і слугує дачною для багатьох</p> <p>7 НАЙВІЛЬША НАПІВПУСТЕЛЯ В ЄВРОПІ</p> <p>Одеські пляси представляють собою унікальне природне угорення в межах України та є найбільшими піщаними масивом в Європі. Часто їх помилково називають пустелями, проте за довжерайною та кількістю опадів це зона, якомога ближче до напівпустелі. Місцеві мешканці влітку засадили древою пісків, який стримував поширення</p> <p>7</p>
---	--	--	--

Розроблено автором.

Додаток Б

«Приклад рубрики «Обличчя з обкладинки»

ОБЛИЧЧЯ З ОБКЛАДИНКИ



Під час окупації Херсона, Гліб і його родина опинилися у скрутному становищі. 9 місяців вони проживали в умовах постійної небезпеки та обмежень. Страх перед російськими солдатками щодня змушував їх залишатися вдома, уникаючи навіть коротких виходів на вулицю.


Для Гліба, який завжди був активним та енергійним, це було справжнє випробування. Він не міг вільно гуляти з друзями, відвідувати улюблені місця або займатися улюбленими хобі. Замкнутість у межах чотирьох стін ставала важким випробуванням для його характеру та розуму.

14-річний Гліб Соколов став відомим на весь світ після деокупації Херсона. Його фото швидко завірусилося в перші дні звільнення міста та стало справжнім символом вкраденого Росією дитинства. На знімку хлопець із серйозним, недитячим поглядом. Це обличчя уособлює всі труднощі та випробування,

Гліб і його родина змарили велику силу духу та витримку, подолавши ці випробування важкого часу в історії нашого

12

ОБЛИЧЧЯ З ОБКЛАДИНКИ




АНДРЕАШ ХОЙДУ

Фотожурналіст із Угорщини, який прибув до України на початку широкомасштабного вторгнення росії. У березні 2022 року він активно долучався до волонтерської діяльності у Львові. Протяг декілька тисяч кілометрів Україною у якості фотожурналіста. Саме він автором світлини мужнього херсонського хлопчика Гліба. Ця фотографія стала однією з найбільш чітко ілюструє життя під російською окупацією.

Коли до Херсона приїхав президент Земельський, то я миттєво зробив кілька знімків політика. Як іноземному журналісту мені потрібно бути максимально залученим у все, що відбувається навколо. Також коли я закінчив фотографувати президента і повернувся до натопу херсонців, то побачив цього хлопця.

Я з Угорщини. На жаль, у моїй країні панує пропаганда щодо цієї війни. Частина угорців прислухаються до російських наративів. Це жалко. Мої знайомі скаржаться на брак коштів, інфляцію. Я їх не розумію. Війна в Україні назавжди змінила мене. Поверте, людське життя, щастя дітей — це неоціненно.




Хлопець у себе вдома / фото: УГРОБОРО

13

Розроблено автором.

Додаток В


«Приклад рубрики «Незламні»



Володимир Миколаєнко (ліворуч) та Ігор Колихаєв (праворуч) на часі війни. Херсонський міський голова Ігор Колихаєв (ліворуч).

Володимир Миколаєнко на початку повномасштабного вторгнення вступив до лав територіальної оборони. Туди 62-річний чоловік записався добровільно. Майже одразу його затримали російські військові. Вони намагалися погрожуєми змилити колишнього мера до співпраці. Місцевий колаборант Кирило Странюсов етнічно набрав команду управління та двомісячів Володимир Миколаєнко пропонував посаду в ОДА, проте чоловік відмовився. Через декілька днів після цієї розмови 18 квітня чоловік вийшов з дому та більше не повернувся. У той апокаліптичний день пізно ввечері йому дали позвонити дружині. Розмова була нетиповою — російською мовою і з акцентами на тих, хто його викрав. Володимир сказав: «Я тут є робітником. Не переживай, я ще, напевно, поживу». Дружина зауважує, що йому непритаманна російська мова. А також він наголосив, що він «є робітником». Родичі припускають, що тут є слід Странюсова». Перший час він перебував у Херсоні — про це свідчили відео, у яких пропагандисти використовували експрес. В одному з таких відео, чоловік відмовився говорити, що Роман Шухевич воював за нацистську німеччину, натомість сказав, що Шухевич воював за Україну і є терорист, якщо вже держава наділила його таким званням.

Після цього, скоріше за все Миколаєнко вивезли до Криму, або до Росії. До кінця листопада 2022 року про його долю нічого не було відомо. Лише тоді, майже через 7 місяців перебування у полоні, із документів МК-Х, стало зрозуміло, що Миколаєнко з'являється на території Росії.



НЕЗЛАМНІ



ПОЛОНЕНІ МІСЬКІ ГОЛОВИ МІСТА: ІГОР КОЛИХАЄВ ТА ВОЛОДИМИР МИКОЛАЄНКО

Колихаєв Ігор Вікторович
Український політик, підприємець, народний депутат України IX скликання (партія «За майбутнє»). Мер Херсона з листопада 2020 року. З червня 2022 року захоплений у полон російськими окупаційними військами.

Миколаєнко Володимир Васильович
Український політик, у травні 2014 року шляхом позачергових виборів був обраний на посаду Херсонського міського голови. З 18 квітня 2022 року перебуває у полоні на території російської федерації.

Після швидкої окупації міста, Ігор Колихаєв продовжував виконувати обов'язки мера та працювати в інтересах громади. Чоловік активно вів соціальні мережі, де залучив міжнародні організації, працюючи за збереження «зеленого коридору», підтримував зв'язок з місцевими та національними новинами. Колихаєву неодноразово поспонуляли співпрацю з окупаційною владою, проте він відмовився. Протягом перших декілька місяців окупації міста росіяни ще залишали міській владі певну автономію, проте 25 квітня 2022 року вони захопили будівлю Херсонської міської ради і фактично явили на себе владу над комунальною владою у місті.

28 червня 2022 року тодішній мер втратив практично всі засоби впливу на ситуацію у місті. 28 червня 2022 року радниця голови Херсона Галина Лавренська опублікувала на особистій сторінці у соціальній мережі Facebook, що Ігор Колихаєв приїхав до однієї з комунальних установ, де пошевелили спірні питання міського голови, які залишилися в місті. Такі тільки він вийшов із машини. Його одразу затримали солдати Росгвардії. Окупанти уварували до будівлі з обшуком. Вони вилучили жорсткі диски з комп'ютерів, розкрили всі сейфи, шукали документи. Весь цей час Ігор Колихаєв перебував в кабінеті під охороною в окремому кабінеті. Після цього обшуку мера міста посадили в автобус розфарбований символікою «Z» та вивезли в невідомому напрямку. Міжнародний комітет Червоного Хреста визнає міського голову Херсона полоненим. Чоловік досі перебуває у російському полоні.

Розроблено автором.

Додаток Д

«Приклад рубрики «Місцеве інтерв'ю»

МІСЦЕВЕ ІНТЕРВ'Ю

ОЛЕКСАНДР КНИГА: "ДЛЯ МЕНЕ ТЕАТР ЦЕ НЕ ПРОСТО БУДІВЛЯ, А ПЕРШ ЗА ВСЕ ЛЮДИ"

Як ви зустріли війну?

Генеральний директор Херсонського науково-драматичного театру імені Куліша Олександр Книга народився і виріс на Миколаївщині. Більшу частину свого життя та діяльності він присвятив Херсонщині, де його застала повномасштабна війна. Митець провів 40 днів в російській окупації в Олешках.

Чи проводили у вас вдома обшуки росіяни?

Двоє до нас в будинок прийшли росіяни — 10 людей, забірочка до двору. В результаті мене заарештували, вивезли в Херсон, доплатили за СБОО, а від кімнати для відпустки. Зокрем, росіяни це не просто, а вивезли з нашою на голони й викликали посеред міста, за 20 хвилин до комедійної подани. Наступного дня мене заарештували в Тівердах казачу, який вони створили. Скорду я не відповів, проте знав, що вони все стено знають, де я живу і прибуду до мого сина. Тоді наступний деньок і прийшли. Вони хотіли поговорити, і я прийшов. Того дня була дуже довга розмова. Після всь і зрозумів, що все-таки треба тікати. Мене завурали виходити на роботу Спарату, як депутат обласної ради. Я від цього відмовився, бо дивля прислу українському народу, що і повели росіянам. Тоді вони почали висунути, щоб я зібрав людей та відновив театр. Коли вони плакали, я сказав проката казах, як саме працює. Було це просто моменті кожен день починався з того, як ти шукаєш продукти для родини.





30

МІСЦЕВЕ ІНТЕРВ'Ю

Як ви оцінюєте ситуацію з працівниками вашого театру під час окупації?

Ми знали, що є люди, в яких виставлять за Радиславом Соловєм, за так званими братицями стосунками. У мене 280 осіб штату, з них на сьогодні ємак 16 осіб пішли співпрацювати, ажрема 4 актори, 2 актриси з балету й 1 з оркестру. Є відеа, де чоловік представляється директором театру і проводить раштани екскурсію театром. Це Басюра. Він працював багато років у театрі. Коли він проарграфіювався, ми його просяли піти. А вже перед війною амант його оторопом, тому що зважалася співати, а він добус знав театр. І зараз він у нас виваждється «директором театру». Наразі вони не можуть вибрати шпит. Вони цими неспокійними силами колаборантів намагаються створити вакуум картману і не розуміють, що працюють на нас пролашану. У нас створена група театру, де ми спілкуємося. На провешній засід, дуже багато людей закінчили в Херсоні, бо не мали змоги виїхати, тому що не було офіційних коридорів. Сьогодні можна виїхати тільки за високої гроші — від 3 до 10 тисяч гривень з людини.

Як ви прийняли рішення евакуюватися з Олешок?

Ти знаєш, що Україна не здавалася, але коли тебе переправ до стінки, то розумієш, що треба тікати. Кілька наступних днів я удавав, що ходжу на роботу. Але наша родина вже вирішила евакуюватися та заховатися в різних місцях. На роботі я знімав документи, щоб вороги не змогли знайти телефони працівників. Я розумів, що їм треба прізвиська, раз вони хочуть відслідкувати театр. Дівчата захищали трудові книжки. Букавально через три дні після цього мене зателефонували друзі й дали телефони поліцейських. Вони збиралися вивозити свій сінт та знали дорогу. Ми вийшли ці 25 км до Смірнівського лесу 12 години. О в ранку почалися, а о 13 дісталися першого українського блокпоста. А тоді, усе заміле, що відбувалося за місцями, тебе відпускає.

Які емоції ви пережили під час звільнення Херсона, і що вас чекало в театрі після повернення додому?

Херсон звільнили 11 листопада. Коли про це повідомили, на мене навалився атакман. Він тільки на Олешках, а теорію був вилучений зруба мови, він зрозумів "Херсон - наш" обіймався, натурально. А ми відірвані в Херсоні Дідука, ми йшли казачу. Ємак ми йшли — вони тільки мовилими. Дідука ми сівши зати верту на наступній дні. Після повернення сорту обіймалися з директором Артуром Соловєм. Повомо й вивезли театр, бо ми брали дівчаток. Чотири люди вони кортувалися, мовилими тут створили свій український театр було туті йони приїхали. Далі мене театр це не просто будинок, і кертує все вони. Натурально актори поновилися. Завантажили лише тат, хто тільки не співпрацює з ворогом. Тоді вони ми халими, сорту мовилими, хто був колаборантом. Ми йшли, мовилими тат і ми створювалися за те дівчата мовилими обіймалися жовтих акванта. Ми повернулися, а вкорми валилися навіки на виступу, яку вони мали трети у кімнаті атакману, а 11 листопада усе звільнили Херсон.

Чи вдалося відновити театральну діяльність після звільнення Херсона?

Якщо 12 грудня до нас приїхав Антон Соловєв зі своєю програмою, казався гиркай концерт. 19 грудня ми вийшли в реконструйованому Миколаїв, бо театр окупанти придували з дітьми — ми вивозили свого майбутнього глядача. Зарем ми навіть зрозуміли антусякма. До Миколаївки Татри ми приготували концертну асою. Наталія Воробей — Почаїнський. В якій вона мовилими Поліцейський "Турбіне". Це було мовилими, рокивором стая Сергій Панков, який був обіймався сортуу Херсона. Під час окупації він провешив мовилими, він страви, коли ми було телебачення. Його було мовилими Закарпатський мовилими, ми мовилими й в Києві. Коли Херсон був в окупації, мена дуже хотілося поспр про нього зробити



31

Розроблено автором.

Додаток Е

«Приклад рубрики «Разом сильні»

РАЗОМ СИЛЬНІ



Ранок перед боєм

Станом на 1 березня 2022 року російські окупанти вже захопили село Чернобаївка. Приблизно о 10 ранку у Бузковому парку зібралася понад 40 військових 104-го білозерського батальйону 124-ї окремої бригади територіальної оборони, більшість з яких були мешканцями сіл колишнього Білозерського району. Очікувалося, що росіяни вийдуть лише піхотою, проте до прибуття українських сил в районі вже перебували російські війська.

Трагедія та героїзм

Бій відбувся близько 11 години і тривав ориєнтовно 20-30 хвилин. Російські окупанти використовували бронетехніку, включаючи танки та бойові машини піхоти, тоді як українські війці були озброєні гвинтівками, коктейльками, Молотова та гранатами. На жаль, внаслідок бою загинули щонайменше 24 бійці героїчної оборони, а росіяни добивали поранених.

РАЗОМ СИЛЬНІ

ІСТОРІЯ ПОДВИГУ У БУЗКОВОМУ ПАРКУ

1 березня 2022 року в Херсоні, в ході російського вторгнення в Україну, відбувся героїчний бій, який назавжди вписаний в історію міста. Ця подія стала відома як бій у Бузковому парку.



Меморіальний комплекс у Бузковому парку / фото: Most

Меморіал

Тіла загиблих місцеві мешканці забрали та поховали. У травні 2022 року, під час окупації Херсона, у Бузковому парку створили імпровізований меморіал загиблим. На річницю бою у 2023 році у парку було встановлено меморіал, щоб вшанувати пам'ять про тих, хто віддав своє життя в боротьбі за волю міста.




Шана та вічна пам'ять героям, які віддали свої життя, за їхню відданість, мужність та жертовність у захист незалежності та територіальної цілісності країни. Їхній героїчний вчинок залишиться в наших серцях назавжди.

29

Розроблено автором.

Додаток Ж

«Приклад дизайнерських рішень статті «Херсонський драмтеатр»



Розроблено автором.