

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**РОЗРОБКА ТА ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВИДАННЯ ПРО КІНО
(НА ПРИКЛАДІ ЖУРНАЛУ «РЕТРОСПЕКТИВА»)**

студентки IV курсу
групи ВСРфмб-1-21-4.0д
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Видавнича справа та редагування»
освітньо-професійного ступеня
«фаховий молодший бакалавр»
Даниленко Софії Дмитрівни
Керівник: Тетяна ФОКІНА,
канд. пед. наук

Рекомендовано до захисту
ЦК з видавничої справи,
культури та української філології
Протокол від «__» _____
2025 р. № _____
Голова ЦК _____ Олена ГРУЗДЬОВА

Захищено «__» _____ 2025 р.

Оцінка _____

Оцінка за стобальною шкалою, рейтингова оцінка

Протокол ЕК від «__» _____ 2025 р.
№ _____

Голова ЕК _____ Микола АНДРІЙЧУК,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри видавничої справи та
редагування Національного технічного
університету України «Київський
політехнічний інститут імені Ігоря
Сікорського»

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕДАГУВАННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ	6
1.1 Характеристика поняття «науково-популярне видання»	6
1.2 Типологія науково-популярних видань	8
1.3 Аналіз сучасного українського ринку науково-популярних видань	10
Висновки до розділу 1.	13
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ТЕКСТОВИМ КОНТЕНТОМ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ ПРО КІНО	14
2.1 Етапи редакторського опрацювання текстових матеріалів для науково-популярних видань про кіно	14
2.2 Специфіка роботи редактора з фактологічним матеріалом для науково-популярних видань про кіно	16
2.3 Робота редактора з заголовковим комплексом для науково-популярних видань про кіно	19
Висновки до розділу 2.	21
РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ВІЗУАЛЬНИМ КОНТЕНТОМ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ ПРО КІНО	23
3.1 Вибір концепції науково-популярного видання про кіно	23
3.2 Візуальні засоби увиразнення інформації в текстах науково-популярних видань	25
3.3 Тенденції в оформленні сучасних кінематографічних видань	28
Висновки до розділу 3.	30
РОЗДІЛ 4 ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВИДАННЯ ПРО КІНО	32
4.1 Загальна характеристика концепції проєкту	32
4.2 Особливості художньо-технічного оформлення проєкту	35
4.3 Організація промоційної діяльності та способи розповсюдження видавничого продукту	37
Висновки до розділу 4.	39
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43

ВСТУП

Актуальність дослідження. Українське кіно, попри складну історію свого розвитку та численні перешкоди, є невід'ємною складовою національної культурної спадщини, що демонструє еволюцію суспільної свідомості, мистецьких пошуків та національної ідентичності. Від перших кінострічок початку XX століття, крізь епоху «поетичного кіно» 60-70-х років, до сучасних досягнень українських режисерів на міжнародних кінофестивалях — кожен етап розвитку вітчизняного кіномистецтва потребує ґрунтовного висвітлення та популяризації.

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням інтересу до національного кінематографу в умовах формування сучасної української культурної ідентичності та недостатністю спеціалізованих науково-популярних видань, присвячених історії українського кіно. В період активного розвитку вітчизняного кіновиробництва та збільшення його представництва на міжнародній арені особливо нагально постає потреба у створенні якісного видання, яке б доступно та цікаво розповідало про славетну історію українського кіно — від його витоків до сучасності.

В умовах інформаційного суспільства та цифрової трансформації медіа зростає потреба у видавничих проєктах, які поєднують високу якість контенту з сучасним дизайном та ефективними каналами розповсюдження.

Створення видання про кіно потребує комплексного підходу до редакційної підготовки, художньо-технічного оформлення та маркетингової стратегії, що забезпечить його конкурентоспроможність на ринку та популярність серед цільової аудиторії.

Об'єкт дослідження: науково-популярні видання про кіно.

Предмет дослідження: втілення концепції видання про кіно.

Мета дослідження полягає у розробці та обґрунтуванні концепції науково-популярного журналу про кіно та її практичному втіленні з

урахуванням сучасних тенденцій видавничої справи та потреб цільової аудиторії.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких **завдань**:

- 1) проаналізувати теоретичні засади створення науково-популярних видань кінематографічної тематики;
- 2) дослідити особливості роботи редактора з текстовим наповненням науково-популярних видань про кіно;
- 3) дослідити особливості роботи редактора з візуальним наповненням науково-популярних видань про кіно;
- 4) створити проєкт – науково-популярне видання про кіно;
- 5) запропонувати стратегії просування та розповсюдження видання.

Методи дослідження:

- 1) дескриптивний метод застосовано для оформлення результатів дослідження;
- 2) метод індукції — для формулювання висновків на підставі оформлених результатів дослідження;
- 3) метод класифікації — для систематизації видань кінематографічної тематики на сучасному ринку та визначення їх типологічних особливостей;
- 4) метод синтезу — для формулювання концепції видання на основі поєднання теоретичних положень та практичних підходів до створення науково-популярних видань;
- 5) метод пояснення — для розмежування понять «науково-популярне видання», «спеціалізоване видання», «масове видання» та визначення понять «концепція видання», «цільова аудиторія», «візуальний контент», «художньо-технічне оформлення».

Теоретичне значення дослідження. Вивчення теоретичних аспектів створення науково-популярних видань про кіно та основних етапів роботи редакційної підготовки такої літератури.

Практичне значення дослідження. Аналіз, методи, висновки та результати дослідження можуть бути корисними для практичної діяльності

спеціалістів різних галузей: видавців, редакторів, журналістів, кінокритиків, а також для створення інших видань культурологічної тематики.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел 33. Загальний обсяг роботи становить 46 сторінок, з яких 43 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕДАГУВАННЯ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ

1.1 Характеристика поняття «науково-популярне видання»

Проектування науково-популярного видання — процес, який вимагає глибокого розуміння як теоретичних, так і практичних аспектів, спрямованих на створення контенту, який буде доступним і захопливим для широкої аудиторії. Перед проектуванням такого видання слід враховувати його специфіку.

Науково-популярні видання – видання, що містять інформацію про теоретичні та експериментальні дослідження в галузях науки, техніки та культури, викладені у доступній формі для широкого кола читачів [10]. Зважаючи на те, що ці видання орієнтовані на широку аудиторію, основна умова – подавати інформацію у зрозумілій та цікавій формі. У цих виданнях, крім текстової частини, важливу комунікативну роль відіграють візуальні елементи, такі як вибір шрифтів, ілюстрації, верстка, загальні композиційні рішення та якісне поліграфічне виконання. Сукупно ці компоненти утворюють єдину «архітектуру» видання, сприяючи ефективному засвоєнню інформації читачем.

Тематичний спектр науково-популярної літератури широкий, охоплює всі сфери науки та різновиди людської діяльності. Такі видання адресовані читачам, зацікавленим у наукових методах, результатах досліджень, досягненнях і відкриттях, актуальних проблемах, гіпотезах і основних напрямках розвитку наукового пізнання. Прикладами науково-популярних видань можуть бути журнали, книги, статті, а також мультимедійні проєкти, присвячені різноманітним науковим темам.

Основні властивості науково-популярного видання:

- наукова глибина – поглиблений розгляд здобутків науки, ключових концепцій та законів, систематизація даних, представлення відомостей про способи дослідження (для пізнавальної та практичної діяльності індивіда);

- осмислення матеріалу – усвідомлення наукових відомостей: поєднання фактичної (дані) та інтерпретованої інформації (особливість авторського викладу);
- доступність — автор науково-популярного матеріалу повинен донести суть науки, не зводячи її до примітиву;
- цікава подача інформації [5, с.187].

Метою науково-популярних видань є роз'яснення або спростування наукових і природних явищ, здатних зацікавити широке коло читачів, зокрема й тих, хто не має спеціальних знань у певній галузі. Їхня специфіка полягає в легкому для сприйняття стилі, що робить текст зрозумілим для широкого загалу. Водночас мають відповідати важливим вимогам, а саме, незважаючи на науково-популярний формат, інформація має бути науково обґрунтованою та достовірною. Необхідним аспектом цього процесу є пошук і верифікація джерел, оскільки зміст повинен базуватися на наукових фактах та дослідженнях. Під час створення таких матеріалів потрібно використовувати надійні джерела інформації, які пройшли рецензування.

Особливості видань науково-популярної літератури допускають і навіть вимагають значної варіативності та оригінальності у структурному оформленні видань. Типова структура науково-популярного видання складається з таких елементів [6]:

- усі види текстів: основний, додаткові, допоміжні, методичні, рубрикаційні, тексти наукового апарату видання;
- текстівки;
- елементи, на яких необхідно акцентувати;
- зображальні матеріали, що можуть як безпосередньо доповнювати основний текст, так і слугувати ілюстраціями до додаткових або допоміжних текстів;
- елементи навігації.

Для науково-популярного видання критично важливо, щоб його матеріали були зрозумілими та доступними. Ілюстрації, графіки та діаграми

часто застосовують для кращого засвоєння інформації. Цього можна досягти максимальним спрощенням та роз'ясненням складних понять. Прийнятне використання доступних і знайомих метафор, аналогій та порівнянь для викладення складних наукових концепцій у зрозумілій формі. Матеріали такого типу не мають бути переобтяжені вузькоспеціальною термінологією. Стиль викладу має бути зрозумілим для широкого кола читачів, які не мають фахової освіти в певній галузі. Це означає, що складні наукові терміни повинні зводитися до мінімуму або ж обов'язково роз'яснюватися простими, доступними для розуміння словами.

Для посилення наочності та забезпечення ефективного сприйняття інформації науково-популярні видання активно використовують різноманітні засоби візуалізації даних. Зокрема, інфографіка, діаграми, ілюстрації та фотографії не тільки слугують для візуального пояснення складних концепцій, а й відіграють ключову роль в утриманні уваги читача, роблячи матеріал більш зрозумілим і доступним.

1.2 Типологія науково-популярних видань

Типологія науково-популярних видань може здійснюватися за кількома критеріями в залежності від спрямованості, мети та особливостей публікацій. Нижче наведено деякі приклади класифікації науково-популярних видань.

За змістом і тематикою можна виокремити [1]:

- науково-популярні видання з природничих наук — видання, які розкривають питання з фізики, хімії, біології, астрономії та інших природничих дисциплін, пояснюючи наукові досягнення, принципи та явища;
- науково-популярні видання з гуманітарних наук — видання, що розглядають питання з історії, філософії, мовознавства, літератури, соціології та суміжних галузей, надаючи пояснення та тлумачення наукових даних у цих сферах;

- загальнонаукові видання, які охоплюють широкий спектр наукових галузей;
- спеціалізовані видання, що зосереджуються на конкретних наукових областях, таких як астрономія та космос, біологія та медицина, фізика та хімія, технології та інженерія, екологія та навколишнє середовище [1].

За цільовою аудиторією:

- для дорослих читачів – публікації, адресовані освіченій дорослій аудиторії, що виявляє інтерес до наукових аспектів різних сфер знань;
- для дітей та підлітків – видання, які пропонують доступне та зрозуміле висвітлення наукових фактів та явищ.

За рівнем науковості та популярності можна класифікувати видання на:

- наукові публікації – видання, в яких міститься ґрунтовний науковий аналіз, але викладений у зрозумілій формі для широкого кола читачів;
- масові науково-популярні видання – призначені для широкого загалу, пропонують спрощені, проте вірні та захопливі пояснення наукових фактів та явищ.

За форматом подачі [1]:

- друковані видання, як-от звичні журнали та книги;
- цифрові публікації, приміром, онлайн-журнали, веб-сайти, блоги, електронні книжки;
- аудіовізуальні матеріали, серед яких можна відзначити документальні стрічки, подкасти, відеоканали на YouTube.

За періодичністю:

- щоденні видання – містять статті, новини й стислі огляди;
- щотижневі видання – публікують оглядові статті та короткі дослідження;
- щомісячні видання – включають глибокі аналітичні матеріали та інтерв'ю;
- щоквартальні видання – подібні на спеціалізовані журнали з глибоким дослідженням.

За стилем подачі:

- текстові видання: здебільшого містять статті, есе та репортажі;
- ілюстровані видання - значна частина контенту подана у вигляді ілюстрацій, фотографій, інфографіки;
- інтерактивні видання – включають елементи взаємодії з читачем, такі як інтерактивні графіки, опитування, вікторини.

Кожна з цих категорій дає змогу окреслити специфіку і призначення науково-популярного видання, що, у свою чергу, сприяє кращому усвідомленню його читацької аудиторії та ключових цілей [1].

1.3 Аналіз сучасного українського ринку науково-популярних видань

Сучасний український ринок видавничої продукції, орієнтованої на науково-популярну літературу, вирізняється наявністю розгалуженої мережі друкованих та електронних медіа, що в цілому відповідає потребам суспільства щодо отримання наукових знань у доступній формі. В Україні видається близько півсотні різноманітних науково-популярних журналів. З них сорок сім офіційно внесено до Державного реєстру друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств, як суб'єкти інформаційної діяльності. Однак, незважаючи на ці дані, спостерігається недостатня кількість якісних науково-популярних періодичних видань, які спеціалізуються на висвітленні актуальних питань науки, техніки та освіти [10].

Аналіз науково-популярних журналів, представлених як у друкованих, так і електронних форматах, показує, що в сучасному світі відбуваються дуже швидкі науково-технічні зміни, які спершу з'являються в мережі, а пізніше відображаються й у друкованих виданнях.

Друковані видання мають право на існування, проте з плином часу електронні формати таких видань матимуть дедалі більше переваг. Наприклад, база новітніх публікацій регулярно оновлюється, а анотації та повні вихідні відомості тез і статей подаються в форматі HTML. Повний текст, включаючи діаграми та зображення, доступний у PDF. Читачі отримують лише

високоякісний матеріал. З іншого боку, користуючись інформацією з інтернету, читач ризикує заблукати у розмаїтті матеріалів, через що виокремити ключову, об'єктивну інформацію стане складно.

В Україні є значна кількість науково-популярних журналів, проте їхні рейтинги низькі. Головна причина – публікації не завжди віддзеркалюють сьогодення та потреби суспільства. У складних соціально-економічних умовах зацікавленість читачів у таких виданнях невисока і не відповідає сучасним інформаційним потребам. Одним з ключових факторів є недостатня оперативність подання матеріалів, через що втрачається їхня актуальність та конкурентоспроможність у швидкозмінюваному інформаційному середовищі.

Науково-популярні журнали, орієнтовані на сучасну аудиторію, зокрема молодь, повинні оперативно подавати новітні досягнення науки і техніки. Для залучення цієї аудиторії необхідно не лише подавати результати досліджень, а й висвітлювати сам процес їх проведення, що стимулює інтерес до наукового пошуку та сприяє формуванню дослідницьких навичок.

Журнали, що спрямовані на читачів старшого віку, мають зосереджуватися на публікаціях фундаментального характеру, зокрема біографічних нарисах видатних учених, ретельних аналізах теоретичних концепцій та оглядах довготривалих досліджень [13]. Такий підхід гарантує глибше розуміння наукових явищ і сприяє поширенню складних наукових знань серед широкого загалу.

Ефективність науково-популярного видання визначається двома ключовими складовими: дизайном та способом подачі інформації. Для реалізації цієї мети необхідна тісна синергія між журналістами та науковцями. Через свою зосередженість на власних наукових розробках вченим складно виділити ті ключові аспекти, які були б зрозумілими та захопливими для широкої аудиторії. Створення якісного та доступного видання стає можливим тільки завдяки співпраці з журналістами, які володіють знаннями про поширення, структурування матеріалу та залучення читачької аудиторії.

Враховуючи стрімкий темп обробки даних, актуальність матеріалів у періодичних видання відчутно поступається книжковим виданням. Коли журнал не потрапляє до читача вчасно, або залишається лише в межах бібліотечних колекцій, його комунікативна та інформаційна функції значно втрачають свою ефективність. З цієї причини критично важливо забезпечувати оперативне розповсюдження періодики, щоб отримувати їхню актуальність та вплив на читачів.

Загалом, наукові журнали:

- 1) забезпечують наукову спільноту та зацікавлених непрофесіоналів новинами про вітчизняні й зарубіжні (останні – задовго до перекладу) наукові розробки;
- 2) збирають матеріали, що інакше були б розпорошені через публікацію в індивідуальних працях;
- 3) дозволяють науковцям і всім охочим розібратися у перебігу певного наукового дослідження ще до ознайомлення з результатами завершеної роботи;
- 4) сприяють розвитку науки, надаючи відносно недорогі канали для комунікації;
- 5) стимулюють вчених до публікації своїх праць;
- 6) слугують форумом для безперервної критичної оцінки наукових гіпотез і теорій [14].

Попри кризи, наукові журнали продовжують бути оперативним джерелом поширення нової інформації про здобутки в галузі науки й техніки, а отже, найважливішим засобом поширення науково-технічних досягнень.

Висновки до розділу 1.

У першому розділі висвітлено теоретичні засади редагування науково-популярних видань, що включають характеристику цього типу видань, їх типологічну класифікацію та аналіз сучасного стану українського ринку.

З'ясовано, що науково-популярне видання є важливою формою медіакомунікації, яка виконує просвітницьку функцію, поєднуючи наукову точність та простоту викладу інформації для широкого загалу. Характерними рисами цих видань є наявність пізнавального контенту, прагнення до популяризації складних понять та практична спрямованість на потреби читача.

Типологія науково-популярних видань охоплює поділ за тематикою, віком, форматом, стилістикою викладу та способами візуального оформлення. Кожен тип потребує відповідного редакторського підходу, який враховує жанрові, комунікативні та візуальні особливості. Залежно від специфіки, редагування може зосереджуватися на спрощенні термінології, адаптації стилю, забезпеченні структурної логіки й послідовності викладу, а також на удосконаленні візуальних засобів подання інформації.

Проаналізовано основні тенденції українського ринку науково-популярних видань. Зокрема, відзначено збільшення популярності цифрових форматів, недостатність високоякісного контенту для широкого кола читачів та необхідність в переосмисленні видавничих стратегій. Визначено, що сучасні реалії вимагають від редакторів гнучкості, професійної орієнтації на медіаграмотність аудиторії та вміння поєднувати науковість з творчим підходом.

Отже, редагування науково-популярних видань – багаторівневий процес. Він охоплює мовностилістичну, змістову, структурну та візуальну обробку тексту, забезпечуючи його відповідність як інформаційній меті, так і потребам сучасного читача.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ТЕКСТОВИМ КОНТЕНТОМ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ ПРО КІНО

2.1 Етапи редакторського опрацювання текстових матеріалів для науково-популярних видань про кіно

Аналізуючи фактичний матеріал, редактор визначає його актуальність, відповідність суспільним вимогам сьогодення. Неабияку роль відіграє те, наскільки оригінальним є текст. Це стосується як способу подачі теми, так і глибини її змістового й формального розкриття. Необхідно визначити, чи є в тексті елементи компіляції – наприклад, перекази або адаптації з інших джерел. Важливо співвіднести їхній обсяг із тим, що автор додав власного: нові думки, інтерпретації, висновки. Слід пам'ятати, що є тексти, основна мета яких – аналіз, узагальнення й систематизація вже наведених наукових даних та напрацювань.

Під час визначення функціонального призначення тексту редактор з'ясовує низку ключових аспектів: яку саме інформацію містить матеріал (які факти подано, які аргументи наведено, що пояснено чи доведено); хто становить цільову аудиторію (діти, учні, студенти, нефахівці, спеціалісти відповідної галузі тощо); з якою метою текст може бути використаний – для розширення знань читача, стимулювання подальших досліджень, практичного застосування, естетичного сприйняття тощо. Крім того, редактор визначає, до якої сфери впливу належить текст, – когнітивної (інтелектуальної) чи емоційної.

Під час аналізу функціонального призначення тексту редактор бере до уваги:

- яку інформацію передає текст (які факти наведені, які аргументи висунуті, що роз'яснено чи обґрунтовано);
- на кого розрахований матеріал (діти, школярі, студенти, люди без спеціальної підготовки, фахівці певного профілю та ін.);

- з якою метою текст може бути використаний (для поглиблення знань читача, заохочення до подальших досліджень, практичного використання, естетичного задоволення тощо);
- на яку сферу діяльності спрямований текст.

Рівень опрацювання кожної конкретної теми безпосередньо впливає на обсяг тексту. За умови недостатнього обсягу автору складно повноцінно розкрити тему, що спричиняє логічні «прогалини», фрагментарність подачі матеріалу та загальне нерозуміння з боку читача. З іншого боку, надмірне розширення тексту може призвести до відхилення від основного змісту, появи зайвої деталізації й багатослів'я. Єдність композиції досягається тільки за умови збалансованого співвідношення обсягу тексту та його функціональної мети.

Дослідники виокремлюють декілька факторів, які зумовлюють повноту висвітлення теми:

- авторський задум і мета тексту;
- тип і жанр публікації;
- наявність і якість фактичного матеріалу, його актуальність і новизна;
- ступінь обґрунтованості та рівень вивченості проблеми;
- необхідність аргументації та ілюстративного супроводу (залежно від функцій тексту);
- логічна послідовність і цілісність викладу.

Змістова єдність тексту проявляється через тематичну узгодженість між дрібними тематичними елементами (темами окремих речень, надфразових єдностей) та основною темою всього твору. Така взаємопов'язаність формує тематичну структуру тексту.

Для аналізу тематичної побудови тексту фахівці у сфері редагування радять звертатися до кількох прийомів тематичного аналізу, серед яких: метод поділу на фрази, метод пофразового визначення тематичної системи твору, метод тематичного передбачення (антиципації), метод рубрикації, метод тематичних зіставлень, метод моделювання тематичної структури [15].

Одним із ключових прийомів у роботі з тематичною структурою тексту є метод тематичного прогнозування. Його суть полягає в тому, що після прочитання окремої фрази у редактора, як і в пересічного читача, формується очікування щодо подальшого розвитку думки або змістової лінії (так званий «прогноз» або «гіпотеза»), яке згодом співвідноситься зі змістом наступного речення. Такий підхід дає змогу виявити потенційні тематичні відхилення та оцінити послідовність викладу в тексті.

2.2 Специфіка роботи редактора з фактологічним матеріалом для науково-популярних видань про кіно

У процесі роботи зі змістовим наповненням тексту редактор має забезпечити верифікацію фактологічної інформації. Така вимога є особливо актуальною для журналістських матеріалів, наукових і науково-популярних текстів [27].

Фактологічні дані (числові показники, персоналії, хронологічні відомості, інформація про події, географічні відомості, первинні джерела тощо) функціонують в тексті як інформативний компонент, доказова база в логічній аргументації, підґрунтя для подальших висновків чи засіб ілюстрування певних теоретичних положень.

Якість фактологічного матеріалу оцінюється за такими критеріями: тематична релевантність, достовірність, прецизійність, актуальність, науковість (для академічних текстів), доцільність, виразність, наочність, доступність. Представлена послідовність оціночних параметрів має системний характер і визначає алгоритм роботи з фактичними даними, враховуючи їх взаємообумовленість.

Інтеграція фактичних даних у текстовий матеріал зобов'язує редактора ретельно перевіряти інформацію. Дослідники теорії редагування визначають основні способи такої перевірки:

- Порівняння з авторитетними джерелами. Попри те, що цей процес не надто складний, редактор мусить вільно орієнтуватися у відповідних інформаційних джерелах: універсальні й галузеві енциклопедії академічних видавництв, офіційні публікації Державної служби статистики України, офіційні періодичні видання, тощо.
- Контекстний аналіз, який передбачає уважне вивчення навколишнього тексту для визначення істинності чи хибності відомостей. Інколи такий аналіз вимагає нескладних обчислень, оскільки неточності часто трапляються в числових підрахунках, відсотках та інших величинах.
- Експертне підтвердження. Якщо попередні способи не дають достатнього переконання у правдивості факту, виникає потреба звернутися за консультацією до компетентних спеціалістів або спеціальних установ. Офіційне засвідчення наукового інституту, підприємства, організації чи державної установи є основою для оприлюднення унікального фактичного матеріалу [17].

Редактор науково-популярних видань має розуміти основні причини виникнення помилок у фактичній інформації, враховуючи специфіку роботи з науковим матеріалом, який потребує пристосування до широкого загалу. При роботі з матеріалами автори використовують різноманітні методи збору інформації: аналіз наукових джерел, консультації з експертами та дослідження практичних застосувань наукових знань.

Фактологічні спотворення у науково-популярних текстах можуть бути як навмисними, так і ненавмисними. Навмисні викривлення зазвичай виникають через комерційні інтереси, тиск спонсорів та прагнення до сенсаційності. Проте у редакторській практиці частіше зустрічаються ненавмисні помилки, які умовно можна звести до таких груп:

- Неуважність при адаптації наукового матеріалу виявляється у неточному відтворенні наукових термінів, неправильному трактуванні результатів досліджень або спрощенні складних концепцій до рівня, що спотворює їх суть. Автори науково-популярних текстів, намагаючись

зробити матеріал доступним, ризикують втратити точність у передачі наукових фактів.

- Технічні неточності виникають при роботі з міжнародними науковими джерелами, коли назви досліджень, імена вчених, термінологія можуть бути неправильно транслітеровані або перекладені.
- Некомпетентність у предметній області проявляється у нездатності автора або редактора розібратися в складних наукових концепціях, методології досліджень, статистичних даних.
- Помилки «логічного мислення» трапляються навіть з досвідченими редакторами, коли вони, добре знаючи певну наукову галузь, автоматично поширюють результати дослідження без додаткової перевірки [19].

Кожен редактор застосовує індивідуальні засоби уникнення фактологічних помилок, та все ж загальні підходи сформулювати можна.

Насамперед це максимальна увага й акуратність як у сприйманні наукового матеріалу від авторів, так і у фіксації редакторських зауважень щодо точності фактів. Крім цього, необхідно вникнути в складні наукові концепції, розібратись у термінології, зрозуміти суть досліджень та їх результатів. Тут вагомою є як відповідна довідкова література (наукові енциклопедії, довідники, академічні джерела), так і консультації з науковими співробітниками, дослідниками-фахівцями. Редактор, особливо початківець, не повинен соромитись незнання специфічної наукової термінології чи методології досліджень. Значно гірше, коли така сором'язливість призведе до пропуску фактичних помилок у науковому матеріалі.

Варто звернути увагу й на ретельну перевірку наукових фактів, статистичних даних, результатів досліджень – особисто, чи за допомогою експертів-науковців, а не покладатись на те, що автор правильно інтерпретував наукову інформацію. Наявність перевірених наукових джерел, як-от рецензовані журнали, офіційні звіти дослідницьких інститутів, бази даних наукових публікацій допоможе уникати помилок у виданні.

2.3 Робота редактора з заголовковим комплексом для науково-популярних видань про кіно

За визначенням Шевченко В. Е., заголовковий комплекс – це підсистема всередині текстової системи журналу, що складається з елементів, які знаходяться поза текстом [29].

Успішність журнальної публікації значною мірою залежить від майстерно сформульованого заголовка, адже саме він формує перше враження у читача ще до ознайомлення з основним матеріалом. Нерідко читач визначає, чи буде він знайомитися з текстом, лише на основі перегляду заголовків. Саме тому, цей компонент відіграє визначальну роль у залученні уваги [29].

Вагоме значення заголовка набуває тоді, коли його розміщено в анонсі на обкладинці журналу. Візуально привабливе оформлення й інтригуюча подача можуть стати вирішальним чинником при виборі видання, оскільки саме заголовок здатен миттєво привернути увагу до вмісту.

Не менш важливою для якісного функціонування видання є логічна внутрішня організація, зокрема, чітко сформована система рубрикації. Ієрархічна побудова рубрик дає змогу впорядкувати процес читання, забезпечує зручну навігацію текстом, сповіщає про зміни тематики, початок нової тези, допомагає зорієнтуватися у випуску та швидко знайти потрібну інформацію. Послідовне використання рубрикаційних елементів не лише полегшує сприйняття матеріалу, але й формує індивідуальний стиль видання [29].

Проте, інформативність заголовка не єдиний чинник, що забезпечує первинне ознайомлення читача з текстом. У цьому процесі бере участь цілий набір елементів, який у сукупності утворює так званий заголовковий комплекс (у фаховій літературі також використовується термін «система рубрикації») [32].

До складу заголовкового комплексу входять компоненти, які виконують функції розкриття змісту публікацій: основний заголовок, підзаголовок,

рубрика, шапка, лід (вступний абзац), анонс, вріз (виділений фрагмент тексту) та текстівка (пояснювальний підпис до ілюстрацій). До того ж, вагому роль у створенні візуального акценту відіграють зображальні елементи, інтегровані у заголовок [32].

Композиційне розташування та оформлення заголовних елементів залежать від загальної стилістики видання, формату сторінок, обсягу матеріалів, які розміщуються в межах одного розвороту, а також специфіки графічного оформлення. Розташування матеріалів в номері, його смислове наповнення та внутрішню логіку структури тексту визначають конкретні дизайнерські рішення, застосовані у межах заголовкового комплексу.

Текстові складові видання відносяться до заголовкового компоненту згідно своїх функцій, серед яких:

- інформативно-навігаційна (змістова);
- розподільна (групування інформації за ступенем важливості);
- експресивно-рекламна (привернення уваги за допомогою виразних формулювань);
- когнітивна (співвіднесення прочитаного з уже наявними у свідомості знаннями);
- декоративна [29; 32].

Дослідження у сфері когнітивної психології доводять, що реципієнт здатен, спираючись на короткий текстовий фрагмент (наприклад, заголовок, підзаголовок або вріз), відтворити загальну модель і структуру повного тексту. Це пояснює значення заголовкового комплексу як важливого елемента попереднього ознайомлення з публікацією.

Кожен елемент заголовкового комплексу діє як коротка, але комплексна репрезентація матеріалу, що цілком відповідає тонкощам психології сприйняття. Дослідження у сфері когнітивної психології доводять, що реципієнт здатен, спираючись на короткий текстовий фрагмент (наприклад, заголовок, підзаголовок або вріз), відтворити загальну модель і структуру повного тексту. Це розкриває важливість заголовкового комплексу як

ключового інструменту попереднього ознайомлення публікацією [29; 32]. 3

На етапі дотекстового сприйняття саме заголовки формують у реципієнта первинне уявлення про зміст публікації та впливають на прийняття рішення: читати текст повністю, ознайомитися лише з окремими елементами чи взагалі оминати матеріал. Тому важливо, щоб заголовковий комплекс створював у читача відповідне враження ще до безпосереднього ознайомлення зі статтею.

Інформативність заголовка можна забезпечити, використовуючи такі засоби: образні, предметно-логічні, формально-описові [29; 32].

Структура заголовкового комплексу організована за принципом поступового поділу інформації: від окреслення загальної тематики в рубриці – до розкриття проблеми в основному заголовку та деталізації через фактичні акценти у вірзах. Ліди, заголовки та підзаголовки формують тематичний каркас публікації, акцентуючи увагу на ключових аспектах та спрямовуючи читача до найважливіших пунктів тексту. Ці елементи виконують навігаційну функцію, полегшуючи сприйняття змісту та надаючи загальне уявлення про публікацію навіть за умови поверхневого перегляду.

Ієрархія заголовків відповідно до розміру шрифту та просторового розміщення на сторінці відображає редакційну оцінку значущості матеріалу, демонструючи, якою мірою конкретна публікація є пріоритетною для видання. При цьому виразна форма подачі заголовків виконує рекламно-експресивну функцію: вдало сформульований і візуально привабливий заголовок привертає увагу читача, стимулює інтерес і мотивує до повного ознайомлення з текстом [29; 32].

Висновки до розділу 2.

У другому розділі проаналізовано специфіку редакторської роботи з текстовим контентом науково-популярних видань про кіно. Розглянуто основні етапи редакторського опрацювання текстів, особливості роботи з фактологічними даними та принципи формування заголовкового комплексу.

З'ясовано, що редакторське опрацювання науково-популярного тексту охоплює низку етапів: первинне ознайомлення з матеріалом, редагування структури, змісту та стилістики, а також фінальне вичитування. У процесі роботи особлива увага приділяється забезпеченню наукової точності, логічної послідовності викладу та адаптації термінології до рівня обізнаності цільової аудиторії. Редактор повинен не лише виправляти помилки, а й активно взаємодіяти з автором, узгоджуючи зміни відповідно до концепції видання.

Окремо охарактеризовано специфіку роботи з фактологічним матеріалом у текстах про кінематограф. Редактор має обов'язково перевіряти історичні відомості, імена, дати, факти про фільми, персоналії, кіноподії тощо, використовуючи авторитетні джерела. Виявлено, що неправдива або спотворена інформація у науково-популярному тексті може негативно вплинути на репутацію як автора, так і видання в цілому, тому фактологічна точність є надзвичайно важливою частиною роботи редактора.

Значну увагу приділено аналізу заголовкового комплексу, який виконує не лише номінативну, а й спонукальну функцію. Визначено, що заголовки у виданнях про кіно мають бути інформативними, емоційно виразними та відповідати темі матеріалу. Підзаголовки, рубрики, виділення цитат і підписів до ілюстрацій формують цілісну систему навігації й сприяють кращому засвоєнню інформації. Редактор при цьому виконує функцію координації між текстовим і візуальним рядом, забезпечуючи гармонійне поєднання змісту та оформлення.

Отже, редакторська робота з текстами науково-популярних видань про кіно потребує поєднання аналітичних, лінгвістичних і креативних навичок. Вона базується на розумінні специфіки кінотематичного контенту, глибокому володінні мовними засобами та вмінні адаптувати складну інформацію для широкої читацької аудиторії. Комплексний підхід до редагування забезпечує не лише якість тексту, а й ефективність його взаємодії з читачем.

РОЗДІЛ 3 ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ВІЗУАЛЬНИМ КОНТЕНТОМ НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ВИДАНЬ ПРО КІНО

3.1 Вибір концепції науково-популярного видання про кіно

Першим кроком у створенні будь-якого видавничого продукту є розробка його концепції. Продумана й чітко структурована концепція гарантує цілеспрямовану та продуктивну роботу над виданням, дає змогу сконцентруватися на ключових аспектах, окреслити цілі та орієнтуватися на інтереси цільової аудиторії. У структурі концепції необхідно визначити мету та завдання проєкту, способи їх досягнення, загальну характеристику видання, його орієнтований обсяг, періодичність, а також детальний опис цільової аудиторії, функціональне призначення та місію видання. Крім того, концепція має містити назву видання, визначення жанрових та стилістичних характеристик, основні принципи оформлення та, за потреби, рівень інтерактивності у взаємодії з читацькою аудиторією.

Сучасний стан ринку періодики в Україні демонструє надзвичайну тематичну різноманітність та безперервні зміни. Щороку з'являється безліч нових журналів, що охоплюють широкий спектр тематик. У той же час, жорстка конкуренція та непрості умови роботи стають причиною того, що чимало таких видань не витримують умов ринку та припиняють свою діяльність. За таких обставин ключовими стають правильний вибір концепції видання та ретельно розроблена стратегія залучення широкої аудиторії, щоб забезпечити стабільний попит на видавничий продукт.

Згідно з положеннями ДСТУ 3017:2015 «Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять», журнал трактується як періодичне друковане видання, яке містить сталі рубрики та різнопланові публікації, зокрема суспільно-політичного, наукового, виробничого характеру, а також літературно-художні тексти, реферати, ілюстративні матеріали та рекламну продукцію [1, с. 23]. Визначальною ознакою журналу є постійна рубрикація, що офіційно підтверджена та незмінна у даному виданні.

Стиль журналу становить не менш вагому частину його концепції, відображаючи інтерпретацію естетичного ідеалу, що на конкретному етапі суспільного розвитку набуває статусу культурного взірця.

Журнальні видання охоплюють різноманітні тематичні напрями, проте мистецький дискурс продовжує залишатися найпопулярнішим за кількістю залученої аудиторії. Як зауважує М. Глушко: «Станом на сьогодні журнальна періодика не має чіткої типологічної моделі, тому важко визначити, до якого типу належать журнали про мистецтво» [4, с.48]. Одним із найважливіших аспектів мистецького дискурсу є кінематограф, адже в епоху розвитку цифрових технологій цей напрям має велику і постійно оновлювану базу джерел. Кіноіндустрія – унікальний вид мистецтва, що поєднує риси літератури, музики та образотворчого мистецтва. Виникнувши як технічна новація на початку XX століття, кіно здобуло провідне місце в культурному просторі, подібно до театру, образотворчого мистецтва та музики. Феномен кінематографа слід розглядати як невід’ємну частину розвитку духовної сфери суспільства.

Аналіз періодики за останні роки надали підстави стверджувати, що сучасні видання виконують функцію аналізу сучасного кінорепертуару, висвітленні теоретичних та історичних аспектів кінематографа, а також творчості видатних кіномитців світу. Вони презентують огляд ключових трендів у світовому кіно, стимулюють розвиток кінокритики та формування загального кіноконтексту. До того ж, такі видання надають відомості про акторів, етапи кіновиробництва та висвітлюють найважливіші світової кінопремії. Коло читачів журналу доволі широке. Видання розраховане не лише на фахівців, велику частину аудиторії складають масові читачі. Цей фактор необхідно враховувати під час створення контенту, адже складні тексти з термінологією залучать лише знавців світу кіно, тоді як тексти зі спрощеною мовою у супроводі візуальних елементів привернуть увагу пересічної аудиторії. Вивчення діяльності журналів з тематичним наповненням про кіно дозволяє визначити перший крок для створення або

планування видання, а саме розробку концепції, яка базується на реальних типологічних характеристиках цільової аудиторії.

Основна мета журналів про кіно – допомогти читачеві зорієнтуватися у світі кіно: від практичних порад, який фільм варто обрати для перегляду, до впливу на формування світоглядних позицій глядачів. Журнали та інші видання, що спеціалізуються на кіно, через представлення власної точки зору впливають на смаки та переваги аудиторії, формуючи її очікування щодо того, що варто дивитись. У цьому контексті вони виконують не лише інформативну, а й культуротворчу функцію.

У цілому журнальна продукція, що охоплює тему кіноіндустрії, виконує такі функції:

- 1) розважальну;
- 2) інформативну;
- 3) пізнавальну;
- 4) естетичну.

3.2 Візуальні засоби увиразнення інформації в текстах науково-популярних видань

У сучасній журналістиці активно використовуються візуальні елементи, які виконують функцію не лише естетичного оздоблення чи ілюстративного супроводу до тексту, а й слугують документальним свідченням викладеного.

В епоху цифрових технологій споживання інформації кардинально змінилося: люди більше не мають бажання заглиблюватись у великі тексти, їх приваблює наочне зображення суті написаного. Загальновідомо, що 70 % інформації засвоюється саме візуально. Унаслідок цифровізації, конвергенційних змін та стрімкого розвитку інтернет-медіа візуальна інформація дедалі активніше заміщує вербальну. Візуальний контент – це інформаційне наповнення засобів масової комунікації, представлене через

візуальні засоби вираження. До них належать: зображення, символи, інфографіка, відеоматеріали тощо [28].

Існує безліч класифікацій різних видів інформації, однак для визначення поняття «візуальний контент» актуальними залишаються дві:

1. За способом сприйняття. Залежно від того, яким чином надходить інформація, виокремлюють п'ять її різновидів: візуальну (зорову), аудіальну (слухову), нюхову, смакову, тактильну.
2. Відповідно до способів опрацювання інформацію поділяють на числову, текстову, графічну та звукову.

Є низка принципів роботи з різними видами мультимедійного контенту, проте всі вони зводяться до основних: не спотворювати сутність інформації; забезпечувати наявність підписів до графіків, фотографій та інших візуальних елементів, якщо це необхідно; створювати візуалізації, зрозумілі й доступні для сприйняття цільовою аудиторією; використовувати винятково достовірні й точні дані. Загальними вимогами до візуального контенту є простота, стислість, відповідність, впорядкованість та чітка структура поданої інформації.

Отже, до основних засобів візуалізації інформації належать фотографії, інфографіка, відео, графіки, таблиці, скріншоти, демотиватори, меми тощо. Очевидно, що людина природно краще сприймає та обробляє візуальну інформацію. У зв'язку з цим експерти в цій галузі наголошують на низці переваг її використання:

- акцентування уваги на конкретних елементах даних;
- швидке опрацювання великих обсягів складної інформації;
- зниження рівня інформаційного перевантаження та підтримка зацікавленості аудиторії;
- забезпечення точності та однозначності виведених даних;
- виявлення взаємозв'язків, що містяться в інформації;
- естетичність подання матеріалу.

Журнали, присвячені кіно, займають важливу нішу в медійному просторі, що зумовлює потребу в специфічних підходах як до їх оформлення,

так і до підготовки кожного випуску. Сучасні наукові праці, які вивчають журнали про кінематограф, зосереджуються на таких типологічних ознаках: цільова аудиторія, функціональне призначення, тематична спрямованість, формат та територія розповсюдження. Крім того, аналізуються такі аспекти, як мовностилістичне оформлення, рекламна політика, жанрова організація контенту та особливості поліграфічного виконання [4; 20]. Особливе значення має візуалізація контенту, яка слугує своєрідним засобом навігації, сприяючи сприйняттю, структуруванню та систематизації інформації для читачів.

Варто зазначити, що візуальний стиль являє собою ретельно розроблену концепцію, що визначає загальний вигляд журналу, передає його сутність та, зазвичай, залишається незмінною протягом усього періоду його виходу в світ.

Дослідниця В. Шевченко наголошує, що дієвість візуальної інформації в медіа визначається видом візуального матеріалу та способом його подачі, оскільки необхідно зважати на принципи зорового сприйняття людини. У візуальній комунікації виокремлюють три види зображального контенту: тоновий, штриховий та інфографіка. Кожен з цих видів виконує свою функцію і не є взаємозамінним [18].

У процесі створення друкованого видання вся інформація підлягає систематизації та викладенню з максимальною чіткістю та логікою. Мета графічних дизайнерів і редакторів – донести сенс та основні думки інформаційного повідомлення засобами візуальної комунікації, використовуючи дизайн, який найкраще відповідає типу видання та його потребам.

Візуальний дизайн має різноманітні форми, зокрема: ілюстрації, графічні символи, фотографії, інфографіку та типографіку [16].

Варто зазначити, що значну роль у візуальному оформленні конкретного журналу відіграє обкладинка, адже саме на ній зосереджено ключові складові – композиція, шрифти та кольори.

3.3 Тенденції в оформленні сучасних кінематографічних видань

Оформлення періодичних видань виконує не лише естетичну функцію, але й виступає важливим чинником у процесі сприйняття інформації, формування читацької зацікавленості та залучення як потенційної, так і постійної аудиторії. Візуальний складник видання стає своєрідним медіатором між автором та читачем, забезпечуючи структуровану, зручну й привабливу подачу змісту.

Згідно з вимогами галузевого стандарту України, визначено загальні технічні параметри для журнальної продукції, відповідно до яких формат видання має визначатися видавцем із урахуванням змістового наповнення, функціонального призначення та оформлення продукції [1]. Формат журналу має бути незмінним протягом року, що зумовлює використання видавцями типових шаблонів макетів. Застосування таких макетів дозволяє зберігати індивідуальний стиль видання та пришвидшити процес верстки.

Водночас частина видавців і редакцій прагне до інновацій у візуалізації, розробляючи нестандартні дизайнерські рішення з метою розширення читацької аудиторії. У процесі верстання необхідно враховувати особливості сприйняття візуальних компонентів. Зокрема, серед ефективних засобів візуалізації вирізняються такі:

- розташування текстових блоків;
- типи та розміри шрифтів;
- ілюстративне наповнення та принципи його розміщення;
- єдиний стиль;
- поєднання кольорів;
- співвідношення елементів за розміром і положенням.

Без врахування зазначених компонентів неможливо створити цілісну та функціонально ефективну модель журнального видання. Саме ці елементи забезпечують логічну впорядкованість матеріалів на сторінках, сприяють

інтуїтивному орієнтуванню читача в структурі випуску та формують позитивне враження від взаємодії з друкованою продукцією. Дизайн сучасного періодичного видання повинен відповідати актуальним візуальним тенденціям і адаптуватися до новітніх технологічних рішень.

За класифікацією дослідниці В. Шевченко [25], журнали можна умовно поділити на три типи – експресивні, інформативні та збалансовані. Експресивний тип характеризується активним використанням декоративних елементів (щонайменше шість на одній сторінці) та значною візуалізацією (площа зображень – не менше 40 %). В інформативному типі переважає текстовий контент (60–75 % площі), заголовки займають 13-20 %, а ілюстрації – лише 5-10 % (одна-дві на сторінку). Збалансований тип вирізняється гармонійним поєднанням усіх складників: єдиний шрифт для основного тексту, збалансовані частки заголовків та зображень (7-13 % від загального обсягу) та не більше п'яти текстових блоків на сторінку.

На думку дослідниці В. Бутенко [4], структура обкладинки журналу має бути організованою як у візуальному, так і в текстовому аспектах. Її функція полягає не лише в ідентифікації бренду видання, але й у презентації провідної теми поточного номера. При цьому не рекомендується змінювати базові елементи фірмового стилю. Сучасні фахівці наголошують, що обкладинка виконує важливу комунікативну функцію – вона повинна приваблювати увагу потенційного читача, підкреслювати унікальність змісту й вирізняти видання з-поміж інших [15]. Типова обкладинка містить великий логотип, індивідуально розроблений візуальний ряд та анонс основного матеріалу випуску.

Важливим елементом у візуальному оформленні є типографічні характеристики. Основний шрифт має бути чітким, простим і постійним у всьому виданні. Його унікальність не є обов'язковою, але дотримання єдності стилю має першочергове значення. Верстка тексту повинна орієнтуватися на зручність читання. Практики зазначають, що горизонтальне розміщення

тексту є найзручнішим для читача, який, як правило, надає перевагу коротким реченням [25; 27].

Американський фахівець М. Картер у своїх рекомендаціях виокремлює такі принципи ефективної верстки:

- оптимальна ширина для колонок основного тексту має бути близько п'яти сантиметрів. Все, що набрано вужче цього, важко читати;
- найширшу колонку слід робити приблизно в 12 см. Ширші колонки важко читати і процес сприйняття буде значно уповільнений;
- не вставляти лінійки, які розділяють колонки, за винятком тих моментів, коли вони дійсно потрібні для поділу матеріалів на сторінці [1].

Колористика відіграє не менш значущу роль у формуванні візуальної єдності видання. Шрифт, його розмір і колір мають гармоніювати з іншими елементами візуального наповнення сторінки. Колір, як засіб візуальної комунікації, може не лише привертати увагу, а й передавати настрій, концептуальні ідеї або змістовні акценти. Вплив кольору – подразнювальний або розслаблювальний, такий, що стимулює участь або відчуження – повністю залежить від дизайнера [12, с.150].

Висновки до розділу 3.

У третьому розділі досліджено особливості роботи редактора з візуальним контентом науково-популярних видань про кіно. Розглянуто принципи вибору концепції видання, систематизовано візуальні засоби увиразнення інформації та проаналізовано сучасні тенденції в оформленні кінематографічних видань.

З'ясовано, що розробка концепції науково-популярного видання про кіно є ключовим етапом видавничого процесу. Концепція має містити мету та завдання, характеристику цільової аудиторії та основні принципи оформлення. Журнали про кіно виконують розважальну, інформативну, пізнавальну та естетичну функції, що зумовлює необхідність балансування між науковою точністю та доступністю викладу.

Визначено, що в епоху цифрових технологій візуальна інформація стає ключовим компонентом комунікації, оскільки 70% інформації засвоюється візуально. До основних засобів візуалізації належать фотографії, інфографіка, графіки та таблиці, які мають відповідати принципам простоти, достовірності та структурованості. Редактор координує різні елементи, забезпечуючи їх гармонійне поєднання з текстом.

Основними складовими ефективного дизайну є розташування текстових блоків, вибір шрифтів, ілюстративне наповнення та колористичне рішення. Типографічні характеристики відіграють не менш важливу роль: оптимальна ширина колонок становить п'ять сантиметрів, максимальна – 12 см.

Отже, створення дизайн-проєкту видання про кіно – це багатогранний процес, що вимагає комплексного підходу до концепцій, візуального оформлення та структурних елементів, зважаючи на особливості тематики та запити читачів.

РОЗДІЛ 4 ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ ВИДАННЯ ПРО КІНО

4.1 Загальна характеристика концепції проєкту

Науково-популярні видання, зокрема періодичні, є результатом наукової діяльності. Вони сприяють глибокому й всебічному вивченню актуальних наукових проблем. Хоча ці публікації не завжди швидко інтегруються в соціальний контекст, їхня головна мета – поширювати знання та популяризувати наукові досягнення у доступній для широкої аудиторії формі.

Розвиток наукової сфери можливий лише за умови взаємодії трьох ключових компонентів: освітнього процесу, активної дослідницької діяльності та науково-популярної літератури. Відсутність останньої призводить до втрати суспільного інтересу до науки, оскільки саме науково-популярні видання слугують сполучною ланкою між складними науковими ідеями та широкою аудиторією, тим самим стимулюючи прагнення до знань і забезпечуючи поширення наукових досягнень.

Сучасний стан вітчизняної кінопреси характеризується системним дефіцитом та нестачею спеціалізованих періодичних видань. Кількість доступних тематичних журналів не відповідає потребам широкої аудиторії. За результатами проведеного мною дослідження, 64,4 % респондентів вважають рівень обізнаності молоді про українське кіно середнім, а ще 31 % – низьким (рис.4.1.1).

Оцініть рівень обізнаності молоді щодо українського кінематографа:
45 відповідей

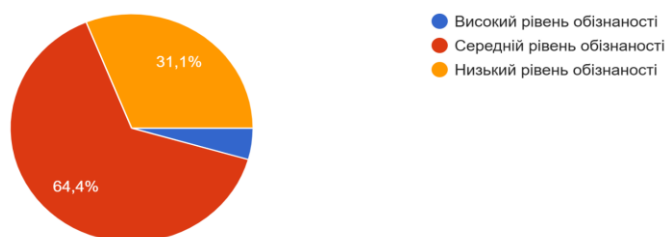


Рис.4.1.1. Рівень обізнаності молоді щодо українського кінематографа у відсотках

Крім того, більшість опитаних не змогли назвати жодного спеціалізованого видання, присвяченого вітчизняному кінематографу. Водночас понад 80 % респондентів вважають українське кіно важливим чинником у формуванні національної ідентичності та розвитку культурної дипломатії (рис.4.1.2).

Яка роль українського кінематографа у формуванні національної ідентичності?
45 відповідей

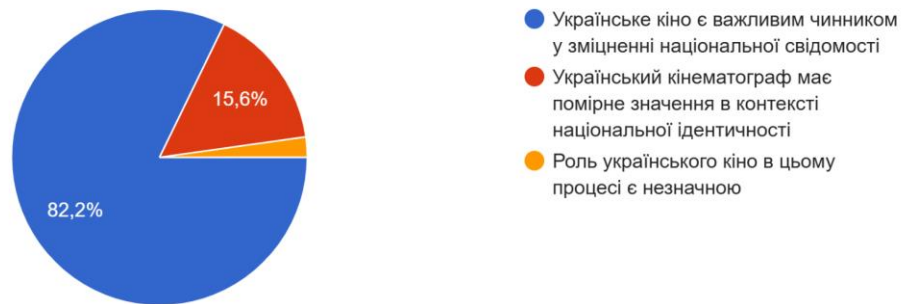


Рис.4.1.2. Роль українського кінематографа у формуванні національної ідентичності у відсотках

У цьому ключі концепція журналу «Ретроспектива» має на меті заповнити цю нішу. Видання не просто інформуватиме, а й буде інтерпретувати, аналізувати та сприятиме формуванню нової системи культурних орієнтирів. Його головне завдання – створення інтелектуального простору, у якому український кінематограф постає як багатогранне соціокультурне явище – з історією, постатями, викликами та потенціалом. При цьому результати опитування свідчать, що серед респондентів найбільший інтерес викликають такі аспекти:

- аналіз важливих кінематографічних творів та їх вплив на суспільство;
 - соціально-політичні контексти та їх відображення в українському кіно;
 - бібліографічні дані відомих діячів українського кінематографа
- (рис. 4.1.3).

Які аспекти, на вашу думку, повинні бути висвітлені в науково-популярному виданні, присвяченому українському кінематографу?

45 відповідей

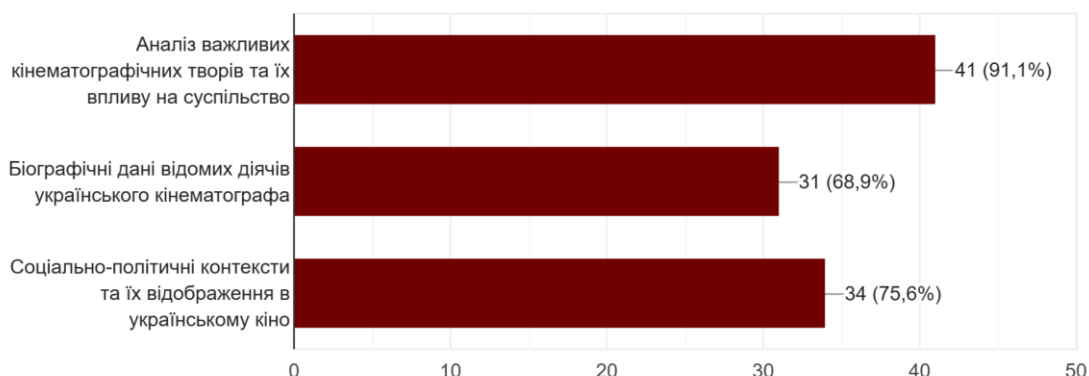


Рис.4.1.3. Аналіз аспектів, висвітлених у науково-популярних виданнях, присвячених українському кінематографу, у відсотках

Обґрунтуємо вибір назви видання «Ретроспектива». Термін «ретроспектива» походить від латинського слова *retrospectare* — «погляд назад», що символічно означає огляд минулого, аналіз важливих етапів історичного розвитку та відображення культурної спадщини. Назва точно передає основний концептуальний зміст видання, яке спрямоване на вивчення та популяризацію еволюції українського кінематографу, його основних етапів, видатних діячів, важливих тенденцій та сучасних досягнень.

Розробка будь-якого друкованого видання неможлива без чіткого визначення цільової аудиторії. Журнал «Ретроспектива» орієнтований на широке коло читачів віком від 17 років, незалежно від статі, віку чи соціального статусу. Його концепція покликана об'єднати всіх, хто цікавиться українським кінематографом, що становить одну з його принципових та відмінних рис.

Щодо періодичності, журнал «Ретроспектива» виходитиме один раз на місяць. Така періодичність випуску обумовлена необхідністю забезпечити достатню кількість часу для збору, обробки та презентації високоякісного матеріалу (рис 4.1.4).

Яка періодичність публікацій матеріалів, присвячених українському кінематографу, є для вас найбільш оптимальною?

45 відповідей

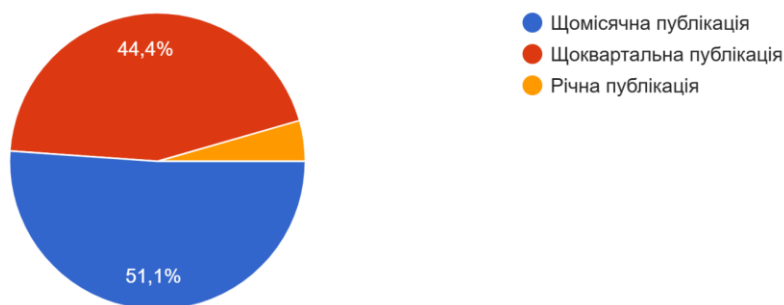


Рис.4.1.4. Аналіз оптимальної періодичності публікацій

Відомо, що журнал відрізняється від інтернет-видань і газет своєю здатністю глибоко висвітлювати тему, акцентуючи увагу на деталях і нюансах, які сприяють формуванню повної картини досліджуваних питань. Найчастіше підготовка матеріалів для публікації в журналах займає досить багато часу, а результатом цього процесу стають оригінальні сенсаційні статті. Водночас варто відзначити, що журнал продовжує залишатися одним з ключових джерел важливої інсайдерської інформації в сучасному медіапросторі.

4.2 Особливості художньо-технічного оформлення проєкту

Художньо-технічне оформлення є складовою частиною концепції видання «Ретроспектива» й відіграє ключову роль у формуванні візуального іміджу та ефективному донесенні інформації до читача. У газетно-журнальній сфері саме оформлення перетворює текстовий контент у повноцінний видавничий продукт, сприяючи кращому сприйняттю й осмисленню матеріалу.

Обсяг журналу становить 50 сторінок, значну частину яких займають тематичні ілюстрації та колажі. Плановий тираж – 1400 примірників, що задовольнить інтерес широкого кола шанувальників українського

кінематографа. Формат видання відповідає загальноприйнятим стандартам для глянцевого видання – А4. Обкладинка виконана з м'якого, але зносостійкого матеріалу, що забезпечить зручність у користуванні та тривалий термін експлуатації.

Особлива увага у виданні приділяється техніці колажу, яка є основним художнім принципом сторінкового оформлення. Методика колажування передбачає цілісне поєднання архівних фотографій, сучасних візуальних елементів, графіки та фрагментів кінокадрів. Композиційна організація таких матеріалів базується на дотриманні принципів естетичної виразності та інформативності. Кожен елемент у структурі колажу виконує не лише декоративну, а й семантичну функцію, розкриваючи тематичний акцент номера.

Результати дослідження, проведеного серед представників цільової аудиторії, підтверджують доцільність саме такого підходу. Зокрема, більшість респондентів вказали, що найбільш привабливою формою подачі матеріалів є поєднання текстових матеріалів з ілюстраціями та фотографіями (рис. 4.2.1).

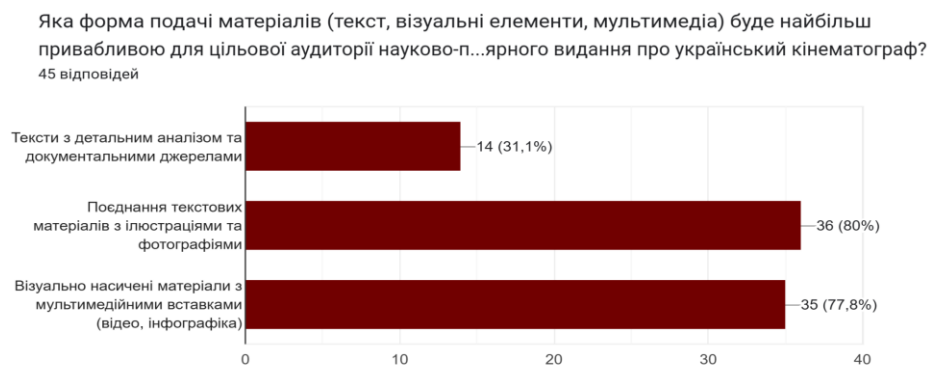


Рис.4.2.1. Аналіз форми подачі матеріалу

Технічні особливості обкладинки журналу «Ретроспектива» передбачають використання принципу динамічної зміни. Кожен наступний випуск відрізнятиметься оновленим основним зображенням у вигляді колажу, зміненою кольоровою гамою та новим розташуванням елементів відповідно до тематичного спрямування конкретного номера. Такий підхід спрямований

на створення інтриги серед читачів, адже вигляд наступної обкладинки – загадка.

Текстова складова журналу матиме сталу структуру: основний текст оформлюється шрифтом Palatino Linotype (кегель 12), заголовки – Minion Pro (кегель 24). Для акцентування окремих смислових фрагментів використовується акцентна типографіка (наприклад, зміна шрифту або розміру). У журналі передбачено застосування різноманітних способів структуризації тексту – і колонками, і загальна. Такий підхід використаний з метою уникнення одноманітності під час перегляду кожної нової сторінки.

Оформлення відповідає сучасним поліграфічним стандартам: виключка по формату, міжрядковий інтервал – 1,5, абзацний відступ – 10 мм. Поля сторінок мають такі параметри: верхнє й нижнє – по 20 мм, ліве – 25 мм, праве – 15 мм.

Заголовковий комплекс передбачає використання верстки відкритої (заголовок стоїть над усім текстом) та напіввідкритої (заголовок розміщують не над усіма колонками тексту, а тільки над їх частиною – ліворуч або праворуч угорі матеріалу) [6, с.10].

Весь процес верстки виконується за допомогою професійного програмного забезпечення: Adobe InDesign (основний інструмент), Adobe Photoshop та Adobe Illustrator (допоміжні). Для забезпечення точності кольорового відтворення в друку використовується СМҮК-профілювання, що дозволяє досягнути оптимального результату при перенесенні палітри з екрана на папір.

4.3 Організація промоційної діяльності та способи розповсюдження видавничого продукту

Реклама є вагомим чинником у процесі промоції друкованих видань, зокрема журналів, оскільки саме завдяки ефективним рекламним стратегіям забезпечується впізнаваність та популярність продукту серед цільової аудиторії. Успішна рекламна кампанія створює підґрунтя для формування стійкого читачького інтересу та фінансової спроможності видання. Водночас реалізація високоякісного рекламного контенту потребує значних фінансових вкладень, які на початкових етапах розвитку проєкту, як правило, обмежені. Через це співпраця з провідними рекламними агенціями є малоімовірною або тимчасово неможливою.

Реклама має стратегічне значення, адже в перспективі друковане видання може стати самодостатньою платформою для промоції зовнішніх брендів. Це, у свою чергу, сприятиме досягненню фінансової стабільності редакції. Успішні та авторитетні журнали, як правило, містять значний обсяг рекламних матеріалів, що не лише підтримує поточне функціонування редакції, а й фінансує підготовку наступних випусків.

Тематичні видання, зокрема присвячені культурі та мистецтву, мають тривалий термін «життя». Їхні читачі зберігають окремі випуски протягом тривалого часу, що значно збільшує період дії рекламних оголошень, опублікованих на сторінках таких видань. Отже, інвестиції у рекламу в друкованих медіа можуть мати довготривалий вплив, підвищуючи їхню ефективність та вартісну цінність.

Для досягнення рівня розвитку, який зробить видання привабливим для потенційних рекламодавців, необхідно вжити заходів щодо комплексного, послідовного та якісного просування. Стосовно журналу «Ретроспектива», на початковому етапі основна увага приділяється роботі з цільовою аудиторією – студентами. Тому розповсюдження друкованої версії передбачається через студентські кіоски, бібліотеки та гуртожитки. Такий підхід допоможе зацікавити молодь, сформувати первинний інтерес до тематики.

З метою розширення доступу до видання та зручності споживання інформації планується впровадження цифрових форматів – зокрема,

електронної версії журналу у форматі PDF, а також інтерактивної онлайн-версії, яка буде поширюватися через офіційний вебсайт. Серед інструментів цифрового просування особливе місце посідає тематичний Telegram-канал, який стане платформою для анонсування нових випусків, статей, коротких матеріалів, рецензій та інтерв'ю. Такий підхід сприятиме постійному залученню аудиторії та формуванню спільноти навколо видання. Не слід нехтувати і неформальними способами розповсюдження, зокрема, добре відоме «сарафанне радіо». Поширення інформації про журнал серед друзів, знайомих та у відповідних колах зацікавлених осіб здатне підвищити рівень його впізнаваності.

У майбутньому, коли читацька аудиторія та зацікавленість журналу зростуть, можна буде застосовувати розширені рекламні стратегії. Серед них варто розглянути співпрацю з іншими друкованими виданнями суміжної тематики, розміщення рекламних матеріалів у вигляді листівок, плакатів у громадському транспорті, метрополітені тощо. Паралельно з традиційними формами просування необхідно активно використовувати потенціал цифрових технологій. Перспективною є взаємодія з популярними блогерами у соціальних мережах. Незважаючи на те, що така реклама може потребувати значних фінансових витрат, її ефективність, за умови правильного вибору блогера здатна суттєво підвищити рівень охоплення. Важливим аспектом успіху цього методу є детальний аналіз цільової аудиторії блогера, щоб переконатися, що підписники відповідають потенційній аудиторії журналу.

Висновки до розділу 4.

У четвертому розділі обґрунтовано концепцію проєкту видання про кіно «Ретроспектива», визначено його цільову аудиторію та стратегію розповсюдження. Розроблено комплексний підхід до створення спеціалізованого журналу, спрямованого на популяризацію українського кінематографу серед широкої читацької аудиторії.

З'ясовано, що вітчизняна кінопреса характеризується значним дефіцитом спеціалізованих періодичних видань, що не відповідає потребам

сучасної аудиторії. Результати проведеного дослідження підтвердили низький рівень обізнаності молоді про українське кіно та відсутність впізнаваних тематичних видань. Водночас більшість опитаних визнають українське кіно важливим елементом формування національної ідентичності, що обґрунтовує актуальність створення журналу «Ретроспектива».

Детально розроблено концепцію художньо-технічного оформлення видання. Основним елементом дизайну розворотів визначено техніку колажу, яка передбачає гармонійне поєднання архівних фотографій, сучасної графіки та кінематографічних фрагментів. Технічні параметри видання (формат А4, обсяг 50 сторінок, тираж 1400 примірників) відповідають сучасним стандартам глянцевого журналу та потребам цільової аудиторії.

Окремо охарактеризовано стратегію промоційної діяльності та розповсюдження видавничого продукту. Визначено, що на початковому етапі основний акцент робиться на роботі зі студентською аудиторією через розповсюдження у навчальних закладах. Запропоновано комплексний підхід, який поєднує традиційні друковані формати з цифровими платформами (PDF-версія, онлайн-видання, Telegram-канал). В майбутньому передбачено розширення рекламних стратегій через співпрацю з блогерами, іншими виданнями та використання зовнішньої реклами.

Отже, концепція журналу «Ретроспектива» представляє собою цілісний проєкт, який враховує специфіку сучасного медіапростору, потреби цільової аудиторії та тенденції розвитку видавничої індустрії. Комплексний підхід до оформлення, змістового наповнення та промоції забезпечує передумови для успішного функціонування видання як платформи популяризації українського кінематографу.

ВИСНОВКИ

У процесі написання дипломної роботи ретельно досліджено теоретичні та практичні аспекти створення й реалізації концепції науково-популярного видання про кіно. Проведений аналіз дав змогу сформулювати певні висновки та узагальнення стосовно ефективності запропонованої концепції журналу «Ретроспектива».

З'ясовано, що науково-популярне видання про кіно виконує важливу просвітницьку й культуротворчу функцію, поєднуючи наукову точність з доступною формою викладу. Такий формат дозволяє популяризувати знання про кіномистецтво серед широкої аудиторії, сприяє формуванню естетичних смаків, розвитку медіаграмотності та поглибленню інтересу до українського кінематографа.

У процесі дослідження окреслено специфіку редакторської роботи з текстовим і візуальним контентом: визначено етапи підготовки текстів, критерії фактологічної точності, принципи формування заголовкового комплексу та особливості графічного оформлення видання. Визначено, що якісна редакторська обробка вимагає не лише грамотності, а й аналітичного мислення, знання цільової аудиторії та розуміння жанрово-стилістичних особливостей кіножанру.

На основі теоретичних положень та аналізу сучасного ринку видань розроблено концепцію журналу «Ретроспектива» – медіапродукту, спрямованого на популяризацію українського кінематографа. Концепція включає визначення тематики, структури, цільової аудиторії, художньо-технічного оформлення та способів просування. Значна увага зосереджена на візуальному ряду як невід'ємному складнику ефективної комунікації з читачем.

Запропоновано маркетингову стратегію розповсюдження журналу, яка охоплює онлайн і офлайн канали, співпрацю з культурними інституціями та активне використання соціальних мереж.

Отже, мета дослідження досягнута: на основі теоретичного обґрунтування та аналізу практичних аспектів видавничої діяльності було створено повноцінну концепцію сучасного науково-популярного журналу про кіно. Робота має не лише дослідницьке, а й прикладне значення та може бути використана як основа для втілення реального видавничого проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3017:2015. Інформація та документація. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ, 2015. 42 с.
2. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2021». XXII Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2021. 853 с.
3. Бороздих Н. В. Науково–популярні журнали: реалії та проблеми. Гілея: науковий вісник. 2018. Вип. 135. С. 223-227. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2018_135_61(дата звертання: 08.03.2025)
4. Бутенко В. П. Візуальний стиль журналу як важлива складова ідентифікації видання. Культура і сучасність. 2018. № 1. С. 227-231.
5. Видавнича діяльність в умовах розвитку новітніх технологій: вивчення запиту фахівців : монографія / за заг. ред. В. Г. Горбенко. Київ : Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, 2019. 272 с.
6. Газетно-журнальне видання : конспект лекцій / укл. : Я. В. Яненко. Суми : Сумський державний університет, 2013. 88 с.
7. Глушко М. Мистецькі журнали в сучасній Україні: особливості контенту. Вісник ЛНАМ. Серія: Культурологія. 2016. Вип. 29. С. 47–57.
8. Горевалов С. І., Десятник Г. О. Вступ до спеціальності кіно-, телемистецтво : навчальний посібник. К. : КНУ, 2014. 132 с.
9. Гузенко С. Літературне редагування. URL : http://library.mdu.edu.ua/Documents/Praci%20vukladachiv/fakultet%20filologii%20ta%20jurnalistuku/Guzenko_L_red.pdf (дата звертання: 08.03.2025).
10. Гузенко С. В. Теорія і практика редагування : навч. посіб. Миколаїв : МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2019. 220 с.

11. Задорожна О. С. Загальна характеристика науково-популярних журналів України: класифікація видань. URL: <https://cutt.ly/RyMYAtr> (дата звертання: 08.03.2025).
12. Задорожна О. С. Популяризація наукових знань у контексті розвитку науково-популярної періодики. Актуальні питання масової комунікації: К., 2013. С. 51-55.
13. Зелінська Н. В. «Традиційна» періодика у системі сучасної наукової комунікації: тенденції та перспективи. Наука України у світовому інформаційному просторі. Вип. 5. К.: Академперіодика, 2011. С. 20-27.
14. Ішук Н. М. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка Ін-т журналістики, 2019. 90 с.
15. Йордан Г. М. Композиційно-графічні особливості Українських науково-популярних видань. URL: https://Збірник-тез-конференції_2021_1.pdf (дата звертання: 09.05.2025).
16. Картер М. Сучасний дизайн газет. Київ : Національний інститут преси, 1998. 18 с.
17. Крупка Я. С. Верстання журналів і газет. URL: <https://jilyplalura3emu.ucoz.net/index/zagolovki/0-5> (дата звертання: 13.04.2025).
18. Людвик І. В. Теоретико-методологічні підходи до класифікації засобів масової інформації України. Бюлетень Міністерства юстиції України. 2008. № 11/12. С. 150-154.
19. Миронюк Д. Концепція друкованого видання, або Коли «помре» остання газета на Землі? / Д. Миронюк // Наукові записки Інституту журналістики. К., 2013. Т. 50. Січень-березень. С. 41-44.
20. Небилиця, С. І.; Надточій, О. Л. Засоби візуалізації інформації в онлайн-виданнях. Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка–2019». ХХІ Всеукраїнська наукова конференція молодих учених, 2019. С. 340-342.

21. Основи редагування, коректури та верстки технічних текстів : навчальний посібник. А. І. Власюк. Р. С. Белзецький. Вінниця: ВНТУ, 2015. 96 с.
22. Попова Н. В. Маркетингові комунікації : підручник. Під заг. редакцією Н. В. Попової. Харків : Факт, 2020. 315 с.
23. Різун В. В., Мамалига А. І., Феллер М. Д. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту. К. : РВЦ «Київський університет», 1998. – 335 с.
24. Рябінова І. М. Феномен глянцевого журналу в контексті масової культури. URL: <http://www.sci-notes.mgu.od.ua/archive/v32/58.pdf> (дата звертання: 18.04.2025).
25. Теорія і практика редагування : навч. посіб. С. В. Гузенко. Миколаїв : МНУ імені В. О. Сухомлинського, 2019. 220 с.
26. Тимошик М. Видавнича справа та редагування : навч. посіб. К. : Наша культура і наука, Видавничий дім «Ін Юре», 2004. 224 с.
27. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: 2-ге вид., стереотипне. К. : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
28. Шевченко В. Візуалізація інформації в ЗМІ. Світ соціальних комунікацій. Науковий журнал. К. : 2012. Т. 7. С. 78–82.
29. Шевченко В. Е. Вимоги до оформлення наукових і науково-популярних видань. Журналістика. Медіалінгвістика. Кінотелемистецтво : збірник наукових статей Київського міжнародного університету. Вип. 2. К.: КиМУ, 2003. С. 81-114.
30. Шевченко В. Е. Режисура та архітектоніка видання: Навчально-методичний комплекс для студентів Інституту журналістики. Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ: Інститут журналістики, 2004. 72 с.
31. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ : Видавець Паливода А. В., 2013. 340 с.
32. Шевченко В. Художньо-технічне редагування : підручник. К. : Паливода А. В., 2010. 516 с

33. Яцків Т. М. Наукова періодика в Україні: перспективи і проблеми розповсюдження. Наука України у світовому інформаційному просторі. Вип. 5. К.: Академперіодика, 2011. С. 62-68.