

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ «УНІВЕРСУМ»

Циклова комісія з видавничої справи, культури та української філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

**РОБОТА РЕДАКТОРА НАД ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ
ЖУРНАЛУ (НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ ПРО ТЕНІС)**

студентки IV курсу
групи ВСРфмб-1-22-4.0д
спеціальності 061 Журналістика
освітньо-професійної програми
«Видавнича справа та редагування»
освітньо-професійного ступеня
«фаховий молодший бакалавр»
Ліхтаренко Анастасії Олексіївни
Керівник: Тетяна ФОКІНА,
канд. пед. наук

Рекомендовано до захисту
ЦК з видавничої справи,
культури та української філології
Протокол від «__» _____
2026 р. № _____
Голова ЦК _____ Олена ГРУЗДЬОВА

Захищено «__» _____ 2026 р.
Оцінка _____
Оцінка за стобальною шкалою, рейтингова оцінка
Протокол ЕК від «__» _____ 2026
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»

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ЖУРНАЛЬНИМИ ВИДАННЯМИ	5
1.1 Поняття та особливості журнальних видань	5
1.2 Основні етапи редакційно-видавничого процесу	9
1.3 Класифікація жанрів журнальних текстів та особливості їх структури.....	14
Висновки до розділу І	18
РОЗДІЛ ІІ ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТОВОГО НАПОВНЕННЯ ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАНЬ.....	20
2.1. Робота редактора з текстами для журнальних видань	20
2.2. Робота редактора з науково-популярними текстами.....	25
Висновки до розділу ІІ	31
РОЗДІЛ ІІІ ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА НАД ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАНЬ	33
3.1. Робота редактора з ілюстраціями для журнальних видань.....	33
3.2. Особливості кольорових рішень для журнальних видань	39
Висновки до розділу ІІІ.....	45
РОЗДІЛ ІV ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ – ЖУРНАЛУ ПРО ТЕНІС «ТРІУМФ».....	47
4.1. Загальна характеристика концепції видання	47
4.2. Особливості художньо-технічного оформлення видання.....	49
4.3. Просування та способи розповсюдження видання на ринку.....	52
Висновки до розділу ІV	55
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному інформаційному полі, де конкуренція за увагу читача зростає з кожним днем, редактор відіграє важливу роль не лише у перевірці інформації, покращенні стилю та структури тексту і виправленні помилок, а й у відборі матеріалу, його візуальному поданню й інтегруванні текстової та ілюстративної частин для формування громадського ставлення, брендової ідентичності та емоційного залучення аудиторії.

Зараз в Україні, на тлі активного розвитку українського спорту, зокрема жіночого, зростає актуальність медійної репрезентації для формування громадської думки та просування феміністичного наративу для видимості впливу жінок у професійному спорті. Роль редактора в поєднанні текстової та ілюстративної складових полягає у подоланні гендерних стереотипів, висвітленні, популяризації та посиленні ролі жінок у спорті, підвищуючи визнання їхніх досягнень.

Це дослідження сприятиме формулюванню критеріїв відбору текстів та ілюстрацій, усуненню механізмів, що відтворюють стереотипи, приверненню уваги до професійного українського спорту не лише читацької аудиторії, але й потенційних інвесторів.

Об'єкт дослідження: журнальні видання.

Предмет дослідження: робота редактора з текстовою та ілюстративною складовими журнального видання.

Мета: аналіз особливостей роботи редактора з текстовою та ілюстративною складовими журнального видання у контексті активного розвитку українського жіночого спорту та вдосконалення якості його репрезентації.

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

1. Схарактеризувати поняття, типологічні особливості та жанрову специфіку текстів журнальних видань.
2. Визначити й проаналізувати особливості побудови журнальної статті.
3. Дослідити вимоги до мови й стилю журнальних видань.

4. Схарактеризувати види та функції ілюстрацій у журнальних виданнях та визначити їхню роль у сприйнятті матеріалу читачем.

5. Проаналізувати особливості роботи редактора з ілюстраціями для журнальних видань.

6. Створити проєкт журналу про теніс.

Теоретичне значення роботи полягає у виявленні особливостей роботи редактора з текстовою та ілюстративною складовими журнального видання та систематизуванні вимог, що сприятимуть етичному висвітленню жіночого спорту та публічного образу жінки в медіа.

Практичне значення полягає у розробці журнального видання про внесок жінок у розвиток українського тенісу від здобуття незалежності до сьогодення, який сприятиме популяризації жіночого спорту, його правильному висвітленню та формуванню сприйняття сучасного образу жінки.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (58). Загальний обсяг сторінок – 62 , з них основного тексту – 55.

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОБОТИ РЕДАКТОРА З ЖУРНАЛЬНИМИ ВИДАННЯМИ

1.1 Поняття та особливості журнальних видань

Термін «журнал» у перекладі з французької означає щоденник. Перші журнали з оглядом літературних новинок, книг з філософії, досягнень природничих наук почали видаватися в Європі наприкінці XVII – на початку XVIII ст. Так, у 1665 р. у Франції був виданий «Journal des savants», у першій чверті XVIII ст. в Англії – журнали «Tatler» й «Spectator». На початку XIX ст. цей тип ЗМІ з'являється в США, одним з перших журналів був «Godey's Lady's Book» [40].

Відповідно до Державного стандарту, журналом називають «періодичне видання, переважно в обкладинці, що відповідає специфіці цього видання, має постійні рубрики та містить публікації офіційного характеру з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації й рекламу. Може мати додаток у вигляді окремого неперіодичного, періодичного чи продовжуваного видання» [1].

Журнал – періодичне видання, що містить статті або реферати з різноманітних суспільно-політичних, наукових, виробничих та ін. питань, а також літературно-художні твори, що мають постійну рубрикацію, яка офіційно затверджена в даному виданні. Традиційно журнальне видання виходить у вигляді блоку скріплених палітуркою аркушів друкованого матеріалу визначеного формату в обкладинці та з палітуркою [22, с. 95].

І. Чеботарьова наводить таку дефініцію: «Журнал – періодичний документ, що містить статті або реферативні відомості, огляди з різноманітних суспільно-політичних, виробничих, наукових питань, літературно-художні твори. Статті в журналі, порівняно з газетою, більшого обсягу, мають постійну рубрикацію. Журнали – видання ілюстровані, мають ширшу тематику, ніж газета» [40].

С. Гузенко зазначає, що «Журнал – це видання у вигляді блока скріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу встановленого формату в обкладинці або оправі, яке видавниче пристосоване до специфіки даного періодичного видання». Поряд з газетою, журнал є одним з основних ЗМІ і пропаганди, впливає на громадську думку, формуючи її відповідно до інтересів певних ідеологічних груп, суспільних класів, політичних партій, і організацій [5, с. 103-104].

Отже, журнал – це періодичне видання, переважно в обкладинці, оформлене як блок скріплених аркушів визначеного формату. Він має усталену рубрикацію і систематично публікує статті, реферати або реферативні відомості та огляди із суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, а також літературно-художні твори, ілюстрації. Може містити рекламу й офіційні повідомлення.

Визначальними чинниками в класифікації журналів є видавець, цілі та завдання журналу, читацька аудиторія. Саме ці три ознаки в різній послідовності свого впливу і створюють тип видання. А мета і завдання журналу безпосередньо впливають із цільового призначення та визначають його тип [7].

Загалом можна класифікувати журнали як засіб масової інформації за такими критеріями: цільове або функціональне призначення; тематика або зміст (характер інформації); читацьке призначення; періодичність; місце і сфера розповсюдження.

Крім того, за стандартами виділяють видання, що класифікуються за характером оформлення, ступенем аналітико-синтетичної переробки інформації, її знакової природи, змісту основного тексту, структурою. Важливими також є характер інформації, спосіб її викладу, авторський склад, наявність і спосіб відтворення зображень. Ці ознаки можуть бути важливими для одного видання, але зовсім не суттєвими для іншої групи видань.

Найважливішою системною ознакою є цільове призначення, яке може бути набувати різних форм:

- інформування;
- аналітика;
- навчання (просвіта);

- виховання;
- організація дозвілля;
- пропагування (реклама).

Цільовим призначенням визначається тематика (зміст, характер інформації), способи подання матеріалів, тобто способи реалізації цільової функції, і обирається група читачів, яким журнал адресований, тобто визначається їх «адресність». Інформація розважального характеру (модні новинки, реклама товарів та послуг) нерідко чергується з матеріалами з історії, мистецтва, культури, які за формою та змістом доступні масовому читачеві. З іншого боку, читацьке призначення також може бути визначальним. Дитячі і молодіжні періодичні видання формуються насамперед з урахуванням читацьких інтересів. Однак і в цьому випадку головним залишається спосіб досягнення мети [39, с. 38].

Т. Крайнікова визначає таку типологію журналів за тематикою:

- суспільно-політичні (містить публікації переважно актуальної суспільно-політичної тематики, а також науково-популярні, літературно-художні, гумористичні й сатиричні твори);
- наукові (містить наукові публікації про теоретичні й прикладні дослідження);
- науково-популярні (містить публікації про основи наукових знань, а також досягнення в галузі науки, техніки, культури, мистецтва та практичної діяльності, викладені в зрозумілій читачам-нефахівцям формі);
- популярні (містить публікації просвітницького призначення з різних питань культури, мистецтва, спорту, побуту, інших галузей знань суспільної та практичної діяльності для задоволення непрофесійних інтересів читачів);
- виробничо-практичні (містить публікації щодо технології, техніки, економіки, організації виробництва, передового досвіду та практичної діяльності);
- літературно-художні (містить твори художньої літератури, а також публіцистичні та літературно-критичні статті);
- реферативні (містить упорядковану сукупність бібліографічних записів разом із рефератами);

- релігійні (містить публікації релігійної тематики);
- рекламні (містить публікації про вироби, послуги, заходи для створення попиту на них) [15, с. 134-138].

За читацьким призначенням виділяють такі групи журналів:

- для фахівців (сприяють професійній діяльності його читачів);
- для широкого кола читачів (мають на меті у популярній формі інформувати про всі сфери суспільного життя);
- для окремих груп читачів [39, с. 39].

За місцем випуску і сферою розповсюдження розрізняють такі періодичні видання:

- місцеві (у межах однієї області, міста, району, установи);
- регіональні;
- Автономної Республіки Крим;
- загальнодержавні;
- такі, що розповсюджуються за кордоном;
- міжнародні.

Місце розповсюдження може впливати на зміст видання, оскільки читачі насамперед цікавляться подіями, що відбуваються у безпосередній близькості до них, чи трапляються з людьми, що ведуть подібний спосіб життя [39, с. 40].

Час виходу журналу суттєво не впливає на змістове, функціональне і читацьке призначення. У цілому за періодичністю журнали поділяють на:

- тижневики;
- журнали, що виходять кілька разів на місяць;
- щомісячники;
- видання, що виходять раз на два місяці;
- журнали, що виходять кілька разів на рік (3-5);
- піврічні видання [42].

1.2 Основні етапи редакційно-видавничого процесу

Редакційно-видавничий процес – це сукупність обумовлених практикою книговидання послідовних дій видавничих працівників, спрямованих на підготовку і випуск у світ того чи іншого виду видавничої продукції.

Редакційно-видавничий процес складається з чотирьох етапів:

1. Підготовчий (пошук потрібного автора та оригіналу).
2. Редакційний (рецензування, перше читання, літературне редагування, технічне редагування, верстка, читання верстки, виведення верстки на папір, звірка, виведення оригінал-пакета на плівки, художнє оформлення).
3. Виробничий (поліграфія).
4. Маркетинговий (реалізація) [5, с. 49].

Підготовчий етап починається задовго до тієї миті, коли редактор розпочне працювати з авторським оригіналом. Створений конкретним автором, такий оригінал ще потрібно віднайти.

Видавцеві також необхідно впевнитися в тому, що саме цей оригінал відповідає профілю видавництва, його програмі, що, будучи перевтіленим у конкретний вид видання, він знайде споживача, окупить понесені затрати. Таким чином, пошук потрібного автора та оригіналу є найважливішою справою на цьому етапі дій видавця чи редактора [36, с. 221-222].

Авторський оригінал – це оригінал, підготовлений автором (колективом авторів) твору, що включає всі необхідні компоненти (основний, додатковий і допоміжний тексти, оригінали ілюстрацій, підписи до них і т. д.) для передачі у видавництво та наступного редакційно-видавничого його опрацювання і випуску у світ.

Видавничий оригінал – це авторський оригінал після його редакційно-видавничого опрацювання, доповнений оригіналами зовнішнього оформлення і розмічений для поліграфічного виконання що має видавничу специфікацію, в якій зазначено техніко-технологічні параметри майбутнього видання. Узагальнюючи,

можна сказати: видавничий оригінал – це повний проект видання, який слугує поради́ником для поліграфічного виконання [32, с. 29].

Найпоширеніші шляхи потрапляння авторського оригіналу до видавництва:

- «самопливом»;
- через літературних агентів;
- через виставки, ярмарки й інші видавничі заходи;
- за індивідуальними замовленнями авторам [5, с. 50].

Прийнятий у видавництво авторський оригінал розглядає уповноважений редактор. Він робить редакційний висновок – чи він відповідає тематиці й творчим планам видавництва і чи потрібно його рецензувати.

Після його розгляду видавництво повинно дати авторові відповідь – прийнято його твір до видання чи не прийнято. У разі відхилення оригінал повертається авторові з мотивованою відповіддю видавництва. Якщо ж оригінал залишається у «портфелі видавництва», то потрапляє до плану подальшої редакційної підготовки, а з автором укладають договір [45, с. 71].

При прийнятті авторського оригіналу редактор висуває до автора такі обов’язкові вимоги:

- оригінал має бути підписаний автором із зазначенням дати подання його у видавництво (підпис і дата, вказані рукою автора, можуть бути важливими під час визначення строків підготовки оригіналу й інших умов договору);
- оригінал має бути комплектним і повністю завершеним (комплектність оригіналу передбачає наявність у ньому всіх його складових: змісту, анотації, бібліографічних посилань, передмови (післямови), покажчиків, додатків та інших елементів, залежно від виду й складності видання, а також ілюстративного матеріалу) [5, с. 53-54].

Є ще одна відповідальна дія редактора, що безпосередньо є його функціональним обов’язком і виконується або після одержання від автора придатного до редагування всього оригіналу, або його окремих фрагментів. Йдеться про редакторський аналіз як прогностичне мінідослідження, мета якого оцінити авторський оригінал не лише з точки зору структури, змісту, міри втілення

авторського задуму, функціонального призначення, а й можливостей просування майбутнього видання на ринку, його економічної доцільності [36, с. 225].

Облікова картка видання – це внутрішній обліковий документ видавництва, що містить основні відомості про видання та його автора. Вона є частиною редакційно-видавничого процесу і використовується для організації обліку видань, а також для подальшої реєстрації в державних органах.

Редактор готує первинні документи для оформлення облікової картки видання на підготовчому етапі редакційно-видавничого процесу. Тобто після того, як оригінал підписаний автором із зазначенням дати подання його у видавництво, комплектний і повністю завершений [38, с. 164-165].

Такими документами є:

- творча заявка від автора, написана на ім'я керівника видавництва;
- розгорнута анотація або план-проспект видання;
- інформація про самого автора, що містить точні паспортні дані [20, с. 7].

Після узгодження всіх питань підготовчого етапу (пошук потрібного автора, прийом авторського оригіналу й збір первинних документів для оформлення облікової картки видання) починається новий етап редакційно-видавничого процесу, що зветься редакційним. Перед тим, як передати отриманий оригінал на етап редакційної обробки, редакторів в деяких випадках доведеться вирішувати ще одне питання, пов'язане з рецензуванням [5, с. 55].

У системі наукової комунікації важливе місце посідають наукові журнали, в яких публікуються результати досліджень науковців, аспірантів і здобувачів. Відповідно, існує значний масив наукових робіт, для оприлюднення яких обов'язковою є процедура рецензування як механізм експертної оцінки їх якості, новизни та відповідності академічним стандартам.

Рецензування майбутнього видання є обов'язковим у випадках, коли готуються до друку:

- підручник або навчальний посібник з грифом Міністерства освіти і науки України;

- будь-який вид навчального видання з рекомендацією навчального закладу чи наукової установи, якщо це видання здійснюється не на замовних засадах;
- довідкове, енциклопедичне видання;
- наукове, науково-популярне видання [36, с. 227-228].

Рецензія – критичний відгук (містить аналіз і оцінку) наукового керівника (консультанта), офіційних опонентів, провідної установи під час захисту кваліфікаційної роботи, кандидатської чи докторської дисертацій. Рецензія передбачає коментування основних положень праці (тлумачення думки автора, висловлення особистого ставлення до поставленої проблеми); узагальнену аргументовану оцінку; висновки про значення аналізованої праці [44, с. 566].

Рецензія складається з трьох частин: загальної, посторінкового розгляду й висновку. Редактор, повинен звернути увагу, наскільки правильно й повно вона оформлена.

Отже, після рецензування починається безпосередньо редагування. У зв'язку із суцільною комп'ютеризацією видавництва і перенесенням сюди з поліграфічних підприємств практично всіх процесів, пов'язаних з набором, верстанням, макетуванням і виведенням оригінал-макета видання, придатного для поліграфічного відтворення, редакційний процес у різних видавництвах організований по-різному. У переважній більшості малих видавництв, які випускають за рік декілька видань, майже всі функції їх підготовки до друку (набір, верстання, редагування, включаючи технічне й художнє, коректуру) здійснює одна людина [5, с. 56-57].

М. Тимошик виділяє такий варіант порядку проходження оригіналу в редакції:

1. Перше читання (чи детальний перегляд) оригіналу редактором та його ретельний аналіз.
2. Редагування тексту редактором.
3. Робота з відредагованим текстом технічного і художнього редакторів перед верстанням.
4. Верстання відредагованого тексту в обумовленому форматі і у відповідності із вказівками технічного та художнього редакторів.

5. Читання першої верстки, звіряння редакторських виправлень, внесених у форматі А4.
6. Виведення підписаної редактором і головним редактором верстки на папір.
7. Виведення оригінал-макета на плівки.
8. Виготовлення, редагування, звіряння і виведення на плівки художнього оформлення зовнішньої та внутрішньої частин видання [36, с. 230-231].

Виробничий етап редакційно-видавничого процесу починається з вибору видавництвом поліграфічного підприємства й укладання з ним договору на друк видання й передачу оригінал-макета з усіма необхідними документами [5, с. 59].

Поліграфічні процеси – це регламентована послідовність технологічних операцій виготовлення друкарської продукції. Здійснюються з використанням спеціальних технологій та технічних засобів [45, с. 82].

Процес виробництва друкарської продукції можна розділити на три етапи:

- додрукарська підготовка;
- друкарські процеси (власне друк);
- післядрукарська обробка (розрізання, пакування) [45, с. 82-92].

Маркетинг у видавничій справі – етап редакційно-видавничого процесу, який у переважній більшості середніх і великих видавництв настає після одержання редактором первинних документів від автора. Адже чим раніше буде продуманий і організований комплекс заходів, спрямованих на промоцію конкретного видавничого продукту, тим успішніше можна його реалізувати [5, с. 61].

Розповсюдження накладу виготовленої видавничої продукції – складний і тривалий процес. Її можна реалізовувати в роздрібній та гуртовій торгівлі, безоплатно розповсюджувати чи обмінювати на договірних засадах [45, с. 95].

Йдеться передусім про рекламну продукцію видавництва (буклети, каталоги випущених видань, прайс-листи), оплату рекламної площі на сторінках фахових видань, оплату за замовлені фахівцям рецензії на новинки, що публікуються в масових періодичних виданнях. Це також витрати на презентації цікавих видавничих проєктів чи окремих суспільно важливих видань [5, с. 61-62].

1.3 Класифікація жанрів журнальних текстів та особливості їх структури

Класифікацію жанрів журнальних текстів упродовж тривалого часу досліджували І. Аньєс, К. Вольни-Зможинський, Ф. Вольфф, С. Едельштейн, А. Калішевський, І. Лубкович, А. Сміт, М. Тимошик, М. Хігінс, Г. Штромаєр та ін. Однак у поглядах на класифікацію жанрів простежуються суттєві відмінності між українськими та закордонними дослідниками.

Так, І. Лубкович вважає, що жанрів є три: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Г. Штромайєр розрізняє два види журналістських жанрів: інформаційні та аналітичні. І. Аньєс зазначає, що діапазон журналістських жанрів ширший. Він виділив двадцять жанрів і поділив їх на п'ять груп: суто інформативні групи, розповіді, дослідження, зовнішня думка, коментарі [14, с. 332-332]. С. Едельштейн виокремлює 20 видів журналістських текстів, не поєднуючи їх в окремі групи, а подаючи їх як цілковито автономні [37].

Журналістські твори так само, як і твори літературні, мистецькі, існують у певних більш-менш усталених формах, які сформувались історично, були вироблені багаторічною практикою діяльності засобів масової інформації. Ці форми називають словом «жанр», а розділ теорії журналістики, який вивчає поділ текстів на жанри, називають «жанрологією».

Термін «жанр» у перекладі з французької означає рід, вид. Це тип, рід твору, який відзначається особливими, тільки йому властивими рисами й ознаками щодо композиції, структури, образних засобів і творчих прийомів, мови і стилю викладу.

Класична система журналістських жанрів має такий вигляд:

1. Інформаційні жанри: замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю.
2. Аналітичні жанри: кореспонденція, стаття, коментар, огляд, рецензія, відкритий лист.
3. Художньо-публіцистичні жанри: зарисовка, нарис, есе, фейлетон, памфлет [23, с. 3-4].

Поділ жанрової системи на три блоки зумовлений тим, що журналістика як специфічна пізнавальна діяльність і творчість унаслідок тривалого історичного розвитку виробила й утвердила три основні способи відображення дійсності:

- повідомлення новин (ті, у яких домінує повідомлення новин);
- коментування фактів (ті, у яких домінує вивчення, аналіз у коментування фактів);
- публіцистичне розкриття (ті, у яких аналіз поєднується з образно-художнім осягненням реальності) [23, с. 5].

Замітка – найдавніший, найперший і найелементарніший жанр журналістики. Найкоротший жанр інформаційної групи, у якому точно, стило й оперативно подається повідомлення про окремі події або факти, що мають суспільне значення. Цінність замітки полягає в її новизні, сенсаційності та оперативності [23, с. 29-32].

У новинах завжди йдеться про коректне і повне інформування читача. Для журналіста це насамперед означає розповідати про факти. Питання про те, які факти потраплять в новину, визначають сім питань на «W» (в німецькій мові всі сім питань починаються на W: Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum? Woher?) Будь-яка новина – замітка, чи кореспонденція, чи інтерв'ю – повинна давати відповіді на сім запитань: Хто? Що? Коли? Де? Як? Чому? Звідки? [3, с. 59].

Д. Харт зазначає, що у цих питань немає правильного порядку, порядок залежить від мети. Відповіді на ці запитання дають достатньо інформації, щоб аудиторія зрозуміла, що сталося і яким чином це вплине на неї. На жаль, цей підхід уже не так активно застосовується журналістами [48].

Замітка має складну класифікацію:

1. За обсягом (блискавка, хроніка, класична, розширена).
2. За передбачуваністю подій (про очікувану подію, про неочікувану подію, дослідницька).
3. За ідейним осмисленням (схвальна, критична, полемічна, проблемна).
4. За внутрішньожанровими типами (тверда, м'яка).

Тверда замітка передбачає суворе виконання вимог подачі новини, які полягають у висвітленні відповідей на сім новинарних запитань, дотриманні

максимальної стислості тексту, що не повинен перевищувати 35-40 рядків [19, с. 34-35]. М'яка замітка передбачає, крім відповіді на запитання, вміщення в тексті супровідних подробиць події, введення до тексту коментаря спеціаліста. У вигляді деталі може бути використана й цитата провідного учасника події [21, с. 379].

Традиційна структура замітки є однотипною і відповідає відомій схемі розподілу інформації – «принципу перевернутої піраміди» [23, с. 33-34]. Щоб ефективно структурувати новину та зацікавити читачів, журналісти часто поєднують п'ять запитань із структурою перевернутої піраміди. Такий підхід дозволяє організувати матеріал від найважливішої інформації до найменш важливої, що дає змогу читачам швидко охопити основні деталі, залишаючи додаткову інформацію для тих, хто хоче дізнатися більше [51].

Структура перевернутої піраміди:

1. Лід – це перше речення або абзац, що містить найважливішу інформацію. Іноді його також називають підзаголовком. Метою є негайно привернути увагу читача та передати суть історії.
2. Основна частина містить додаткові важливі деталі, що підкріплюють і розкривають лід.
3. Висновки – це фінальна частина, що містить найменш критичні деталі, наприклад непереконливі доповнення, цитати або цікаві факти [51].

Термін «репортаж» у перекладі з французької означає «пишу про те, що бачу». Репортаж не просто повідомляє про факти, а показує їх через безпосереднє сприйняття автора, який, будучи учасником події, начебто відтворює картину, що відбувається [23, с. 75-76]. Для репортажного різновиду тексту характерним є принцип поєднання конкретної образності з фактологічною достовірністю, активності авторського суб'єктивного чинника з об'єктивністю, документальністю, зображувальністю з виявленням відвертої авторської аналітичної думки [12, с. 92-93].

Обсяг репортажу – від 200 до 5 тисяч знаків у пресі та хронометражем від кількох секунд до кількох годин; репортаж відповідає на запитання, хто? (що?)

побачив і які при цьому присутні відчуття? [19, с. 41]. Пресовий репортаж дуже виграє, коли він добре проілюстрований фотознімками. Радіорепортаж обов'язково супроводжується шумовим фоном, візуальною картиною події [23, с. 78].

Для репортажу не існує стандартної структури, як для кореспонденції. У ньому структуру визначає теза. Вона проходить крізь статтю як провідна ідея. Численні сцени мають розкривати цю тезу. Крім того, для репортажу з лідом характерна наявність обов'язкових структурних компонентів тексту – вступ, основна частина, вихід.

Заголовок і лід представляють тезу. Здебільшого лід короткий, два речення інформують про тему та конкретизують тезу, яка часто згадується вже в заголовку. Перша сцена вводить читачів у те, що відбувається, тому цілком доцільно цією сценою представити місце та час або, якщо такі є, дійових осіб. Для основної частини також немає стандартної схеми. Для виходу часто рекомендують орієнтацію на вступ. Для читача коло замикається, коли дієва особа зі вступу знову символічно робить щось у кінці репортажу, або якщо картина зі вступу знову з'явиться в кінці [3, с. 205-211].

Слово «інтерв'ю» у перекладі з англійської означає зустріч, бесіда [16, с. 41]. Це жанр журналістики, у якому подається вільний виклад розмови журналіста з особою, думки або коментарі чи враження якої з певних актуальних життєвих питань являють громадський інтерес і призначені для публікації у пресі, показу на телебаченні, трансляції по радіо, використання в інтернеті тощо [23, с. 109]. Прийнято розрізняти інтерв'ю як метод одержання різноманітної інформації для написання журналістських творів та інтерв'ю як жанру [16, с. 41].

Особливість інтерв'ю полягає у тому, що, на відміну від інших жанрів, воно є результатом праці журналіста і співбесідника, має діалогічний характер. Якщо оцінні судження про факти, події, явища висловлює авторитетна особа, чия компетентність і принципова позиція не викликає сумніву, то створюються передумови впливу інтерв'ю на формування громадської думки [16, с. 45].

Журнальне інтерв'ю повинне бути інформативне, корисне і захопливе. Воно має показати читачеві нове бачення, а також добре розважити його. Тому перше завдання полягає в тому, щоб прибрати зайву, нудну чи застарілу інформацію.

Журнальні інтерв'ю вибудовуються ретельно. Головні елементи – основна думка, тема, вступ, прикінцева «родзинка», а також зміна темпу. Центральний елемент статті – тема, яка визначає логіку й послідовність викладу матеріалу. Одночасно вона є обіцянкою читачеві, про яку повідомляється у «шапці» або підзаголовку і яку належить реалізувати в тексті [3, с. 124].

Висновки до розділу I

У першому розділі схарактеризовано актуальність дослідження, його мету, визначено низку завдань щодо створення майбутнього проєкту науково-популярного журналу «Тріумф».

Схарактеризовано поняття журнального видання та визначено його основні типологічні й функціональні особливості як виду періодичного видання. Визначено ключові ознаки журналу, зокрема періодичність, наявність сталої рубрикації, тематичну різноманітність, поєднання текстових і візуальних матеріалів та орієнтацію на певну читацьку аудиторію. Проаналізовано основні критерії класифікації журнальних видань: за цільовим призначенням, тематикою, читацькою адресністю, періодичністю та сферою розповсюдження. Окреслено функції журналів (інформаційна, аналітична, просвітницька, розважальна, рекламна), а також визначено їхню залежність від мети видання та потреб аудиторії. Систематизовано типологію журналів за тематичним і читацьким принципами.

Розглянуто сутність редакційно-видавничого процесу як цілісної системи послідовних дій, спрямованих на підготовку та випуск видавничої продукції. Визначено його основні етапи: підготовчий, редакційний, виробничий і маркетинговий. Розглянуто поняття авторського та видавничого оригіналів, значення редакторського аналізу як інструменту прогнозування якості та доцільності майбутнього видання. Окреслено роль рецензії та вимоги до її структури, а також послідовність проходження тексту в редакції.

Досліджено класифікацію жанрів журнальних текстів та визначено особливості їхньої структури. Проаналізовано підходи різних науковців до поділу журналістських жанрів і виявлено відмінності між українськими та зарубіжними традиціями. Узагальнено класичну систему, відповідно до якої жанри поділяються на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні. Схарактеризовано специфіку ключових інформаційних жанрів, зокрема замітки, репортажу та інтерв'ю, а також їхні функціональні особливості та розглянуто принципи побудови новинних матеріалів.

РОЗДІЛ II ОСОБЛИВОСТІ РЕДАГУВАННЯ ТЕКСТОВОГО НАПОВНЕННЯ ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАНЬ

2.1 Робота редактора з текстами для журнальних видань

Періодичні видання мають велику аудиторію і часто слугують мовним еталоном. З огляду на це підвищується відповідальність працівників засобів масової інформації за оформлення журнальних та газетних матеріалів, бо кожна помилка фіксується у свідомості читача, заважаючи закріпленню навичок грамотності. Тому засоби масової комунікації повинні відігравати більшу роль у розвитку літературної мови, у збагаченні її словника [29].

«Мова преси» – поняття багатогранне, оскільки на шпальтах присутні всі стилі літературної мови: інформаційна хроніка витримана у діловому стилі, урядові постанови, дипломатичні документи – в офіційно-документальному, численні статті про науково-технічні досягнення, статистично-економічні огляди тощо відповідають вимогам наукового стилю. Отже, реалізуючи такі різноаспектні функції, як повідомлення і вплив, мова періодичних видань не може обмежитися рамками одного якогось стилю. А це свідчить про те, що особливості функціонування мови у сфері журналістики визначають багато чинників. Наприклад, поліфункціональність преси вимагає від мови гнучкості, масовість – універсалізації, постійна динаміка розвитку суспільства – оновлення [7]. Отже, текст має бути організованим так, щоб «дане» в ньому готувало читача до сприймання інформації [17].

До характерних ознак публіцистичного (інформаційного) стилю періодичних видань зараховують такі: економія мовних засобів, лаконічність викладу в поєднанні з інформаційною насиченістю; відбір мовних засобів за принципом їх зрозумілості; наявність суспільно-політичної лексики, переосмислення лексики інших стилів; використання типових для стилю мовних стереотипів, кліше; жанрова різноманітність і пов'язана з цим різноманітність стильового використання мовних засобів: багатозначності слів, мовних зворотів, зокрема

метафори, метонімії, синекдохи. Однак, мова преси не являє собою окремої цілісної стильової категорії, вона також не є в усій сукупності своїх жанрів різновидом публіцистичного стилю літературної мови, як часто стверджується в працях зі стилістики. Мова газет та журналів є поєднанням кількох стильових типів мови, найголовніші з яких – публіцистичний, художній з елементами публіцистичного, інформаційний [9].

Щодо особливостей функціонування мови у друкованих виданнях України можна стверджувати, що оперативність роботи журналіста не дає змоги опрацьовувати матеріал на належному рівні. Деякі засоби масової інформації, прагнучи зекономити час, не звертають належної уваги на неякісне виконання роботи [31]. Таким чином, сучасний стан мовного середовища українських ЗМІ потребує структурних змін і розробки дієвого алгоритму подолання диспропорцій у процесі функціонування мови в цій сфері [35].

На відміну від читання тексту реципієнтом і автором, читання редактора є фаховим, спеціальним читанням, хоча і в його основі лежить звичайне сприйняття тексту. Але редакторів доводиться долати автоматизм звичайного читання, уповільнювати темп. Редактора має цікавити не стільки матеріал розповіді, скільки його подача, оформлення [8, с. 47].

Виокремлюють три основні типи редакторського читання: перше (ознайомлювальне), рецензентське (оцінювальне) та шліфувальне.

Основна функція першого читання – ознайомлення зі змістом і формою літературного твору. Цей етап дозволяє зрозуміти текст у цілому, визначити місце і роль структурних одиниць тексту, оцінити їхній взаємозв'язок. Темп читання – швидкий (400-600 слів на хвилину), читають, як правило, не літерами, а рядками чи абзацами. Під час першого читання важливо окреслити читацьке призначення твору, зорієнтуватися, хто буде потенційним читачем, визначити жанр, тему, ідею, проблематику твору, оцінити загальний обсяг та обсяг позатекстових елементів.

Завдання рецензентського (оцінного) читання – осмислення, аналіз, оцінка і критика окремих структурних одиниць і тексту в цілому. Редактор працює окремо з кожною структурною одиницею, визначає основну думку, формулює вимоги

(фактичні, функціональні, логічні, мовностилістичні, графічні) до кожної структурної одиниці залежно від читацької адреси, прогнозує розуміння текстового фрагменту потенційним читачем, оцінює структурну одиницю, визначає можливу причину негараздів у ній.

Функції шліфувального читання – аналіз і оцінка готового до видання тексту, усунення неточностей у ньому. Основна увага зосереджується на найменших мовних одиницях. Це читання контрольне, яке редактор виконує після правки тексту. Як правило, це перегляд усього тексту, або вибіркове читання, під час якого перевіряють окремі одиниці (імена, дати, географічні назви, тощо) [31, с. 22].

Під час редакторського читання формується активне, аналітичне ставлення до тексту. Як підкреслює Л. Завгородня, «редакторське читання тексту характеризується скерованістю... і знанням природи тексту». Саме така уважність і свідоме сприймання стають підґрунтям для прийняття рішень щодо різних типів виправлень [8, с. 48].

Методи редагування – це послідовності процедур, які дають змогу відшукувати в окремих компонентах повідомлення відхилення від норм та виправляти їх. Редактор не обмежується констатацією недоліків, а вносить до тексту виправлення різного характеру – від незначних стилістичних змін до глибокого опрацювання матеріалу. Саме тому в теорії редагування вироблено систему класифікації видів правок [26, с. 104].

3. Партико виокремлює два типи виправлень, які базуються на різних принципах класифікації. Перший тип визначається за варіантністю, відповідно до якої виокремлюють компенсаційні та некомпенсаційні виправлення. Компенсаційні виправлення означають, що кількість видаленого тексту повинна дорівнювати кількості вставленого тексту. Некомпенсаційні виправлення – це вставлення чи видалення порожніх рядків, об'єднання або поділ абзаців, зміна міжлітерних віддалей тощо [26, с. 117].

Другий тип класифікації базується на способі внесення змін у текст і передбачає їх поділ на формалізовані (нетворчі), до яких належать переставлення,

видалення, заміна, вставлення а також спеціальні виправлення, і неформалізовані (творчі), що охоплюють скорочення, опрацювання та перероблення [26, с. 118].

Переставленням називають метод виправлення, коли для усунення помилки компонент повідомлення переміщують в іншу позицію – наприклад, літери в словах, слова в реченні чи речення в абзаці. Його застосовують для усунення композиційних помилок. Цей спосіб зберігає всі елементи авторського тексту й не змінює його обсягу [26, с. 121].

Видаленням називають метод виправлення, коли з повідомлення усувають компонент із помилкою – наприклад, зайву літеру чи повтор слова. Спосіб зменшує обсяг тексту й стискає інформацію. Він простий на мікрорівні, але може потребувати складного аналізу на макрорівні [26, с. 121-122].

Заміною називають метод виправлення, коли замість вилученого компонента з помилкою вставляють інший, без помилки. Його застосовують, коли відхилення неможливо усунути переставленням чи видаленням. Обсяг повідомлення при цьому майже не змінюється. Недоліком є ризик ненавмисного вилучення цінної або внесення недостовірної інформації [26, с. 122].

Вставленням називають метод виправлення, коли в позицію помилки додають потрібний компонент. Його часто застосовують на мікрорівнях, оскільки пропуски літер – поширений тип помилок. На макрорівнях вставлення трапляється рідше, бо збільшує обсяг тексту й виконується лише за участі автора. Метод трудомісткий, адже вимагає пристосування до авторського стилю [26, с. 122].

Скороченням називають метод виправлення, коли з повідомлення видаляють окремі компоненти, щоб зменшити його обсяг – іноді до заданого розміру. Вилучені частини не обов'язково містять помилки. Метод дає змогу скомпресувати інформацію, але призводить до втрати частини змісту [26, с. 123].

Опрацюванням називають метод виправлення, коли комбінують переставлення, видалення, заміни, вставлення та скорочення, при цьому обсяг редагування не перевищує 25–30 %. Його застосовують до текстів із великою кількістю помилок. Метод суттєво вдосконалює повідомлення, але вимагає пристосування до авторського стилю й є трудомістким [26, с. 123-124].

Переробленням називають творчий метод виправлення, що поєднує ті самі операції, але з рівнем редагування 30–50 %. Його використовують для текстів із цінною інформацією, але слабким авторським опрацюванням. Метод дає змогу підвищити рівень повідомлення, однак супроводжується великими змінами й складністю стилістичного узгодження, тому його застосовують лише у виняткових випадках і за згодою автора [26, с. 124].

З огляду на відсутність у природі абсолютно надійних систем, слід визнати, що не існує авторів, які б не припускалися жодної фактичної помилки. Тому завдання редактора полягає не в тому, щоб усунути з повідомлення абсолютно всі хибні твердження, а в тому, щоб мінімізувати їх кількість. У випадках, коли повідомлення має значний обсяг чи щодо істинності є особливо складним, редактор повинен ретельно проконтролювати ті фактичні твердження, на яких базуються основні ідеї повідомлення, а решту тверджень проконтролювати вибірково [26, с. 193].

Фактичний матеріал – явища об'єктивної дійсності (цифри, імена, дати, відомості про події, географічні назви, цитати із першоджерел тощо), що можуть бути використані в тексті як інформація, аргументи в процесі логічного доказу, основа для подальших висновків, ілюстрування того чи іншого положення. Перевірка фактичного матеріалу особливо актуальна для журналістських публікацій, наукових і науково-популярних текстів [31, с. 142-143].

Для визначення якості фактичного матеріалу використовують такі оцінки: відповідність темі, достовірність, точність, новизна, науковість (для відповідних текстів), доречність, виразність, наочність, доступність [31, с. 143].

Редакторів потрібно чітко розрізняти характер і призначення фактичного матеріалу, тобто факти, які слугують опорою для висновків і обґрунтовують, факти, які становлять основу змісту тексту, зрештою, факти, які конкретизують, пояснюють чи ілюструють положення твору [8, с. 83]. Редактор при роботі над фактичним матеріалом повинен оцінити: добротність матеріалу з точки зору його істинності, новизни, достовірності; чи достатньо повно він представлений матеріал у творі; ступінь точності й достовірності фактичного матеріалу [8, с. 38-39].

Перевіряючи фактичний матеріал, редактори мають дотримуватися таких вимог: перевіряти фактичний матеріал за тими джерелами, з яких він узятий; звертатися до довідкових видань (енциклопедій, словників, довідників); вивіряти статистичні відомості за офіційними виданнями; звіряти свіжі факти, пов'язані з діяльністю державних органів, за офіційними виданнями [8, с. 83].

2.2 Робота редактора з науково-популярними текстами

Друковані видання необхідно оформляти відповідно до їх типу, читацького призначення і суспільного значення. Розвиток суспільства завжди визначався розвитком науки, отже, і наукової літератури, а розповсюджуються наукові знання серед широкого загалу читачів, як правило, через науково-популярну літературу. Від того, наскільки якісно будуть оформлені ці типи видань, буде залежати, чи дійдуть вони до своїх читачів [2, с. 18].

Відповідно до Державного стандарту, науково-популярним виданням називають «видання відомостей теоретичних та (чи) експериментальних досліджень в галузі науки, культури і техніки, викладених у формі, зрозумілій читачам-нефахівцям» [1].

Науково-популярні видання є невід'ємною частиною наукових, тому що вони мають в основі змісту достовірні наукові відомості. Розходження між ними визначається способом викладу: ступенем складності і характером подання матеріалу. Наукові видання призначені фахівцям певної галузі науки, науково-популярні – всім, хто цікавиться проблемою. Це і визначає стиль викладу: в наукових виданнях вважається, що читачам знайомі елементарні поняття, у науково-популярних – їх необхідно спочатку визначити і докладно описати.

Виокремлюють чотири основних принципи, які характеризують науково-популярні періодичні видання:

- наукова глибина – глибина розгляду досягнень науки, основних понять та законів, систематизації даних, подання інформації про методи дослідження (для пізнавальної та практичної діяльності індивіда);

- розуміння (осмислення) матеріалу – розуміння наукових даних: поєднання фактичної (факти) та інтерпретованої інформації (особливість авторського викладу);
- доступність – автор науково-популярного матеріалу має розповісти про науку, не спрощуючи її й одночасно не перевантажуючи свою статтю складними термінами (матеріалом), що може погано сприйняти читач;
- цікавий виклад інформації [11, с. 102-103].

Призначення науково-популярних видань – нести наукову інформацію широкому колу читачів – визначає видавничу концепцію оформлення видань цього типу. Вона визначається вимогами науковості й образності, раціональності й емоційності, таким способом представлення матеріалу, що доступно передає складні поняття [41].

Робота редактора з науково-популярними текстами має комплексний характер і охоплює різні аспекти опрацювання матеріалу. Редагування – це перевірка і виправлення повідомлень під час їх готування до публікування. Це складний творчо-технічний процес, спрямований на вдосконалення змісту і форми тексту, приведення його у відповідність до чинних норм, стандартів та вимог. Водночас редактор виступає посередником між автором і читачем, забезпечуючи зрозумілість, точність і доступність викладу інформації [26, с. 31].

Ключова особливість науково-популярного тексту – його фактична основа. Факт означає дійсну подію, те, що реально відбулося. Під словом «факт» розуміють судження або в інший спосіб зафіксовану реальність. У першому випадку доцільно вести мову про реальний факт, в іншому – про факт відображений [31 с. 38]. У редакційній практиці поняття фактичний матеріал включає в себе:

- Власне факт (щось твердо встановлене, таке, що відбулося насправді);
- Власні назви (всі індивідуальні найменування предметів; прізвища, імена, по батькові, прізвиська, псевдоніми, географічні назви, назви планет, сузір'їв, клички тварин тощо);

- Числа (поняття за допомогою яких передається кількість і проводиться лічба: кількісні показники, фізичні, математичні, хімічні формули, розрахунки тощо)
- Дати (календарний час якихось подій, позначки на документі про час: рік, місяць, число) [8, с.66-67].

Редакторська увага до фактажу повинна базуватися на розумінні того, що факт – це не тільки певний елемент дійсності, а й те, що супроводжує цей факт, що створює тло, на якому конкретний факт описано автором [28].

Основним критерієм у процесі роботи редактора з фактами у науково-популярному тексті є оцінювання їх значущості та кількісного складу. Він має два основних завдання:

1. Оцінити наскільки факт відповідає ролі, яку він повинен грати. (Ролі ці такі: опора, основа для висновків; чистої інформації; конкретизація загальних положень; ілюстрування загальних положень; уточнення) [31, с. 39].
2. Оцінити новизну, значущість, системність фактів, що і визначатиме повноту змісту тексту. Редактор має перевірити, чи факти не відібрані довільно, чи автор не оперує фактами окремо від інших, з ними пов'язаних (навіть якщо самі факти достовірні, загальна картина дійсності може бути частково деформована) [28, с. 67].

Редактор науково-популярних текстів не повинен залишати без уваги будь-які факти, що викликають щонайменший сумнів. Існує кілька способів для перевірки точності та достовірності тексту:

Перевірка фактів за авторитетними джерелами. Для того щоб переконатися в достовірності фактичного матеріалу, редактору необхідно звернутися до джерел факту. Але це не означає, що кожен факт твору має бути перевіреним. Насамперед, перевіряють ті факти, які викликають сумнів, затим проводять вибірккову перевірку. При цьому обов'язковій перевірці піддають дати, на основі яких будуються основні твердження і висновки. Обсяг фактів для вибіркового звірення диктується самим текстом, ступенем достовірності його фактичної бази [8, с.83].

Внутрішньотекстова перевірка, яка передбачає вдумливий цілеспрямований аналіз контексту, який дозволяє дійти висновку щодо істинності або хибності відомостей. Іноді така перевірка потребує нескладних обчислень, оскільки неточності часто виникають у підрахунках, у процентних показниках тощо.

Офіційне підтвердження. Якщо перші два способи перевірки фактичного матеріалу не дозволяють установити істинність факту, доводиться звертатися за консультацією до компетентних осіб, до спеціальних установ. Офіційне підтвердження наукового інституту, підприємства, організації, державної установи є авторитетною підставою для оприлюднення фактичного матеріалу [31, с. 46].

Редактор науково-популярних матеріалів має бути уважний і під час роботи з цифровими даними, які також складають фактичну основу тексту. Серед основних вимог опрацювання редактором цифрових даних науково-популярних матеріалів є такі:

- уникати перевантаження тексту цифрами, щоб не ускладнювати процес читання;
- допускати цифри лише тоді, коли вони справді здатні донести до читача інформацію про певне явище, яке вони мають ілюструвати;
- подавати цифри за можливості аналогічно (в одних і тих самих одиницях вимірювання);
- ставити цифри в однаковій граматичній формі (щоб вони могли легко сприйматися) [28, с. 67];
- цифри не рекомендується коментувати [31, с. 46].

Важливою для фактажу в науково-популярному тексті є й наявність цитат. Працюючи з цитатами, редактор оцінює, по-перше, ту роль у тексті, яку вони відіграють, по-друге, точність, по-третє, чи відповідає авторське тлумачення істинному значенню цитат [28, с. 67].

Редактор з'ясовує, якій меті служить та чи та цитата. Як правило, цитати вживаються: для підкріплення своїх висловлювань посиланням на авторитетне видання; для протиставлення власних міркувань поглядам іншого автора з тим,

щоб обґрунтовано довести неправильність його позиції; при аналізі літературних творів, вистав, фільмів, теле-, радіопередач тощо [8, с. 68-69].

У всіх випадках число використовуваних цитат повинно бути оптимальним. Від редактора потрібно встановити, чи немає в них спотворень сенсу цитованого джерела [31, с. 40]. Серед таких спотворень виділяють чотири найважливіших: 1) коли цитату обривають довільно, залишаючи поза нею те, що суперечить авторській позиції; 2) цитовані слова позбавляють контексту, лише задля того, щоб прилаштувати їх до свого тексту; 3) цитату прив'язують до зовсім іншого предмета чи думки; 4) цитують водночас із переказуванням чужої думки, що призводить до неточності смислу оригіналу [8, с. 69].

Редактору науково-популярного тексту необхідно розрізняти буквальну і смислову точність цитування. Вимоги буквальної точності: цитата повинна повністю збігатися з джерелом, буква до букви, слово до слова. Вимогою смислової точності є те, що значення цитати не повинне спотворюватися по суті: мають бути використані не лише ті слова, які узгоджуються з точкою зору того, хто їх цитує, а й ті, що розходяться з нею (ніякі слова цитати не повинні бути вирвані з контексту, насамперед це стосується перекладного тексту). Трапляється й такий різновид смислової неточності, коли той, хто цитує, далі спотворено коментує цитату. Якщо порушення буквальної точності виникає внаслідок неухважності або безвідповідальності автора чи редактора, то порушення смислової точності часто є умисною дією і має тлумачитись як порушення норм етики [28, с. 68].

Вимоги до оформлення цитат:

1. Цитата мусить бути точним, дослівним витягом із тексту. Навіть при так званому непрямому цитуванні (переказі, викладі думок інших авторів своїми словами) треба намагатися бути максимально точним.
2. Цитати беруть із текстологічно авторитетного видання. Цитувати треба тільки першоджерело. Цитування за цитатою не допускається. Як виняток воно можливе за умови, що першоджерело недоступне або його відшукати дуже важко.
3. Для цитування треба вибирати логічно завершений фрагмент тексту.

4. Цитований текст уміщують у лапки. Якщо цитату графічно відмежовують від основного тексту, приміром, коли беруть уривок із віршового тексту з чітким збереженням поділу на рядки, то лапки не використовують. Без лапок пишуть також епіграфи. Якщо на початку або в кінці тексту цитати збігаються зовнішні і внутрішні лапки, то для їх виокремлення використовують лапки різного малюнка.
5. Цитата має не лише точно (слово в слово, буква в букву, розділовий знак у розділовий знак) передавати текст джерела, а й зберігати індивідуальні особливості орфографії та пунктуації автора. Дозволено виправляти явні помилки, описки, технічні огріхи [8, с.70-71].

Відібрані редактором факти у науково-популярних текстах, підготовлених для публікації, можуть викликати неабиякий інтерес, проте без врахування стилістичних особливостей подібних матеріалів інформація сприймається читачами поверхово, не набуваючи статусу «важливо для детального ознайомлення». Тому й автор, і редактор мають враховувати необхідність правильного та зрозумілого висловлювання своєї думки [28, с. 68].

Роль редактора в процесі редагування визначається метою цього процесу й полягає в тому, що редактор є транслятором повідомлень. Як транслятор він: здійснює контроль за дотриманням встановлених норм у повідомленні; допомагає здійснити «переклад» повідомлення з внутрішньої мови автора на зовнішню мову реципієнта; «прив'язує» повідомлення до конкретних умов акту його передачі; за низкою параметрів оптимізує повідомлення. Редагувати слід обережно, адже тільки автор знає смислове навантаження, тому про доцільність композиційних елементів чи лексем у певній позиції в тексті може об'єктивно судити тільки він [18, с. 34].

Одна з головних порад редактору – намагатися бачити текстовий матеріал і з погляду автора, і з погляду читача, причому це стосується будь-яких текстів, а не тільки науково-популярних. Для читача важливе передусім загальне враження про текст, на основі чого виникає прагнення звернути увагу на окремі елементи, наприклад, факти, щоб зрештою зрозуміти його найкращим чином. А от для автора пріоритетною є його власна інтерпретація тексту. Редакторіві науково-

популярного тексту вдається скоригувати неточно сформульовану думку автора в тому разі, якщо чітко і в образній формі уявити те, що прагнув передати автор, розуміючи те, чим уже сказане відрізняється від того, що потрібно було сказати. Коли вдається виявити цю різницю, тоді можливо знайти і причину неточності, і спосіб для її усунення [28, с. 68-69].

Редактор не може внести в текст жодного виправлення без згоди автора, проте може відмовити авторові в опублікуванні повідомлення. Іншими словами, межі втручання редактора в авторський текст – це результат компромісу між тим, чи виправляти, і тим, чи публікувати [26, с. 143].

Тільки після прочитання авторського твору до кінця редактор отримує: остаточне мовно-знакове впорядкування твору, послідовність частин і способів їх поєднання, а також остаточне вираження внутрішніх зв'язків і стосунків, які виникають між елементами твору [18, с. 36]. Тому в процесі редагування науково-популярного тексту потрібно дбайливо й уважно оцінити стиль автора, осмислити весь матеріал [28, с. 68].

Межі втручання редактора в текст повинні бути диференційовані також залежно від того, яким є виправлення: однозначним, неоднозначним чи багатозначним. Однозначні виправлення в екстремальних ситуаціях (наприклад, якщо неможливо узгодити їх із автором під час верстання) редактор може виконувати навіть самотійно, беручи на себе всю юридичну відповідальність за внесені зміни, а щодо творчих – цього робити не можна ніколи [26, с. 144].

Висновки до розділу II

У другому розділі досліджено особливості роботи редактора з текстами для журнальних видань, зокрема в умовах їхнього значного впливу на мовну культуру суспільства. Висвітлено значення редакторської діяльності як чинника формування якісного інформаційного простору та підтримання мовних норм. Наголошено на ролі періодичних видань як мовного еталона. Визначено багатостильовий характер мови преси, її поліфункціональність, динамічність та орієнтацію на масового читача. Проаналізовано специфіку редакторського читання як фахового процесу та схарактеризовано його основні типи: ознайомлювальне, рецензентське й

шліфувальне. Окреслено методи редагування та класифікацію редакторських виправлень: за варіантністю (компенсаційні та некомпенсаційні) і за способом внесення змін (переставлення, видалення, заміна, вставлення, скорочення, опрацювання, перероблення). Показано їхню роль у вдосконаленні тексту та забезпеченні його структурної й змістової цілісності. Визначено сутність роботи з фактичним матеріалом, функції та критерії його оцінювання (достовірність, точність, новизна, доречність тощо).

Проаналізовано специфіку роботи редактора з науково-популярними текстами, визначено їхні жанрові особливості, читацьке призначення та принципи подання матеріалу. Розглянуто роль редактора як посередника між автором і читачем та охарактеризовано редагування як комплексний процес удосконалення змісту і форми тексту. Окрему увагу приділено роботі з фактичним матеріалом: його перевірці, класифікації та оцінюванню достовірності й значущості. Визначено основні способи перевірки фактів і вимоги до опрацювання числових даних та цитат. Також окреслено межі редакторського втручання в авторський текст, принципи етичної взаємодії з автором і необхідність збереження балансу між точністю, доступністю та стилістичною цілісністю науково-популярного викладу. Саме дотримання цього балансу є визначальним для створення якісного, зрозумілого й водночас науково коректного тексту.

РОЗДІЛ III ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ РЕДАКТОРА НАД ХУДОЖНЬО-ТЕХНІЧНИМ ОФОРМЛЕННЯМ ЖУРНАЛЬНИХ ВИДАНЬ

3.1 Робота редактора з ілюстраціям для журнальних видань

Ілюстрація як жанр почала свій розвиток саме завдяки масовому виробництву книжок, журналів і газет та стала важливою складовою дизайну будь-якого видання [27]. Слово «ілюстрація» у перекладі з латинської означає освітлення, наочне зображення. Ілюстрація – це графічне зображення будь-якої концепції або теми у вигляді малюнка, ескізу, картини, фотографії, кінофільму або іншого типу зображення; це може бути будь-який твір мистецтва, який пояснює, роз'яснює, висвітлює, візуально представляє або просто прикрашає письмовий текст, може слугувати літературним або комерційним продуктом [53].

Практика ілюстрування була популярна ще з давніх часів. Як і дотепер, основна її функція полягає в передачі інформації [13]. Ілюстрація не тільки тлумачить текст, а й збагачує його своїми зоровими образами, коментує, розвиває і доповнює думки автора. Найважливішими особливостями ілюстрації є її залежність від тексту і пряма мета – доповнити зміст написаного наочно-зоровими образами.

Найголовнішою функцією ілюстрацій є інформаційна. Зображення може не тільки пояснювати текст, а й доповнювати і розширювати його, допомагати визначити основні ідеї [10, с. 8]. Ілюстрації є ланкою між текстом і розумінням читача. Вони покликані долати розрив між інформацією, закодованою в тексті, та засвоєнням знань, які автор прагне передати читачеві [53]. Ілюстрації, що виконують функцію подібного роду, можуть містити графіки, номограми, інфографіку, а також додавання кольору, за допомогою якого стає легше відшукати потрібний матеріал [10, с. 8].

Ще одна роль ілюстрацій – можливість емоційно-психологічного впливу на читача. Іноді зайва стриманість оформлення або відсутність ілюстрацій ускладнюють сприйняття книги, і навіть гарне видання не матиме великого успіху.

Тому щоб спростити сприйняття інформації у виданні, громіздкий текст замінюють ємким малюнком.

Ілюстрація також виконує естетичну функцію і має подвійне навантаження. З одного боку, вона сама є предметом мистецтва, а з іншого – частиною видання [10, с. 8]. Вона не лише пояснює текст, а й збагачує його візуально, через колір, форму та композицію прикрашає текст, викликаючи естетичне задоволення та заохочуючи до читання [53].

З. Партико зазначає, що існують два основні види ілюстрацій за цільовими функціями: художньо-образні («перекладають» для реципієнтів вербальні образи повідомлення на візуальні) та науково-пізнавальні (передають реципієнтам ті візуальні образи, які принципово неможливо створити і передати вербальними засобами) [26, с. 294].

Розрізняють види ілюстрацій за графічним засобом зображення – штрихові (виконують лініями, штрихами, крапками, плямами одного тону) і напівтонові (з різними тоновими переходами від світла до тіні); за кольором графічних елементів – чорно-білі та кольорові.

За жанрами ілюстрації поділяють на фотографії або малюнки (художні), рисунки (технічні), креслення, схеми, карти, графіки та діаграми. За ступенем абстрагування вказані види ілюстрацій поділяють на реально-предметні (фотографії, рисунки з натури), умовно-предметні (креслення, схеми), абстрактні (графіки, діаграми тощо). Ці три типи можуть об'єднуватися й утворювати комбіновані ілюстрації [26, с. 294].

Малюнки та рисунки дають художникам змогу виділити кожну потрібну деталь, вони зрозумілі й доступні для реципієнтів будь-якої кваліфікації. Проте малюнки й рисунки в більшості випадків не є документальними, та й їх підготовка коштує достатньо дорого. Фотографії, на відміну від малюнків і рисунків, є документальними, їх виготовлення достатньо просте й дешеве, однак фотографи не завжди можуть з потрібною чіткістю виділити потрібну деталь. На противагу цим видам ілюстрацій технічні рисунки (креслення, схеми, карти, графіки, діаграми) чітко виділяють потрібні деталі і в певному розумінні є документальними, проте їх

виконання вимагає значних витрат, а сприймати їх можуть лише реципієнта з достатньо високою або найвищою кваліфікацією [26, с. 294].

Види ілюстрацій також можна розглядати за їх значенням і місцем у книзі, за їх зв'язком з художніми особливостями літературного тексту, за технікою виконання і поліграфічного відтворення. Ілюстрації за значенням і місцем у книзі і на сторінці можуть бути: на обкладинці або палітурці (підкреслюють найголовніше, відображають характер видання в цілому), заставки (означають початок однієї з частин тексту), кінцівки (показують кінцеву частину розповіді), полосні та напівполосні (розкривають текст у зорових образах), оборкові (відображають значущі події та образи), ілюстрації на полях, фронтиспис (передають загальний характер твору) [10, с. 10-15].

Існує чотири основних види верстки ілюстрацій: відкрита верстка (ілюстрації розміщують зверху чи знизу сторінки, вони стикаються з текстом ілюстрації одним (при заверстці в розріз) чи двома (при заверстці в оборку) боками); закрыта верстка (ілюстрації розташовують всередині тексту, вони стикаються з текстом двома (при заверстці в розріз) чи трьома (при заверстці в оборку) боками); глуха верстка (ілюстрації в багатоколонковій верстці заверстують всередину тексту, вони стикаються з текстом всіма чотирма боками); верстка на полях (малоформатні ілюстрації, що розміщуються на полях, з текстом не стикаються. Верстка з виходом на поля може бути відкритою та закритою. Тоді ілюстрації верстають так, щоб при обрізуванні блока обрізалась їх частина) [10, с. 16].

Ілюстрації спрямовують увагу, впорядковують інформацію і створюють місток між візуальним і словесним сприйняттям [55]. Найбільшу користь вони приносять тоді, коли допомагають структурувати, пояснювати або перетворювати зміст тексту. Водночас їхня ефективність залежить від рівня підготовки читача й характеру самого завдання [47].

Декоративні ілюстрації, крім естетичної ролі, збуджують зацікавлення та розважають читача, роблять процес читання привабливішим, допомагають уникнути нудьги чи напруження. Людина не лише читає, а й «бачить» і переживає атмосферу тексту [55].

Водночас візуальні елементи ускладнюють текст і вимагають від читача додаткової когнітивної роботи. Коли навички читання автоматизовані, словесне й візуальне сприйняття взаємодіють гармонійно, підсилюючи одне одного. Коли інформація подається одночасно у словесній і візуальній формах, людина легше її запам'ятовує і формує стійкі ментальні образи. Додавання наочних елементів – малюнків, діаграм – робить уявлення конкретнішими й зміцнює засвоєння змісту. Багато читачів відчують труднощі з інтеграцією текстових і візуальних елементів. Навіть якісні ілюстрації не забезпечать розуміння, якщо читач не володіє стратегіями виокремлення головного та співвіднесення зображеного зі змістом тексту [47].

Отже, стратегії візуалізації підвищують запам'ятовування та розуміння прочитаного матеріалу, що підтверджує важливість образного сприйняття у читанні [56]. Але вони є ефективними лише тоді, коли допомагають читачеві зрозуміти й поєднати інформацію без надмірного навантаження на пам'ять та увагу [47]. Тому важливо звертати увагу на їх якість та відповідність змісту [13].

У процесі оцінювання ілюстрації слід враховувати такі критерії: технічна майстерність (якість роботи з урахуванням слабких та сильних сторін, упевненість, яку автор демонструє у своїй роботі); композиційне розташування (використання простору у співвідношенні з об'єктами, що зображуються); особистість та самовираження автора ілюстрації (відчуття, яке викликає твір мистецтва, а також те, чи вдалося художнику передати суть об'єктів); баланс (пропорційність композиції); оригінальність (відповідність сутності ілюстрації задуму) [54].

Передача кольору при друці ілюстрацій є складним процесом, що залежить від багатьох факторів, зокрема характеристик друкарського обладнання, матеріалів і налаштувань кольору. Знання кольорових систем і моделей є важливим аспектом у сучасних технологіях відображення та обробки кольору, оскільки саме вони забезпечують коректне перетворення кольорів між цифровими зображеннями та друкованими відбитками, дозволяючи досягти максимально точної відповідності оригіналу [24, с. 16].

Представлення кольору у вигляді комбінації невеликої кількості трьох складових називається колірною моделлю. Різні види моделей мають різні колірні охоплення. У цьому й полягають їх основні переваги або недоліки. Незважаючи на досить велику кількість колірних моделей у програмних продуктах, що застосовуються в поліграфії частіше використовують лише дві [4, с. 72].

Модель RGB (від англ. Red, Green, Blue – червоний, зелений, синій) є адитивною (об'єднання різноколірних растрових точок, які розташовані поруч, оком спостерігача) моделлю кольору, що застосовується для відображення кольорів на екранах цифрових пристроїв, таких як монітори, телевізори, смартфони, а також у цифровій фотографії [24, с. 16].

Ця модель застосовується для опису кольорів у зображеннях, призначених для моніторів, мультимедійних і телевізійних екранів, цифрових відеомагнітофонів, web-вузлів, ряду моделей цифрових принтерів, тому що ці пристрої мають вбудовану підтримку RGB та ін. Багато відтінків, створених колірною системою RGB, не вдається передати під час друку. Тому нерідко фарби рисунка після друку виявляються блякими [4, с. 74].

У випадку RGB змішування основних кольорів (червоного, зеленого та синього) дає відчуття білого кольору, а у випадку CMYK – змішування додаткових до основних кольорів (блакитного, пурпурного та жовтого) дає відчуття чорного кольору. У комп'ютерних моніторах і кольорових телевізорах використовуються саме промені світла, які змішуються і доповнюють один одного. В поліграфії все відбувається по-іншому. Тут використовуються не світлові промені, а фарби. У них є принципова відмінність – вони не випромінюють, а поглинають кольори. У зв'язку цим модель відтворення кольору RGB в поліграфії неприйнятна [25, с. 97].

Модель CMYK (від англ. Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black – блакитний, пурпурний, жовтий, чорний) є субтрактивною (послідовне накладення растрових точок для різних фарб) моделлю кольору і основною в поліграфії. У цій моделі кольори утворюються шляхом віднімання певних частин спектра світла, що проходить через фарби або чорнило [24, с. 17].

Під час друку блакитна, пурпурна й жовта фарби наносяться на папір окремими шарами. Прозора властивість цих фарб забезпечує ефект змішування, а ілюзія різних кольорів і тонів створюється за рахунок варіювання щільності барвників. Варіювання щільності барвників створює той же ефект, що й варіювання інтенсивності випромінювання червоного, зеленого й синього люмінофорів на екрані монітора [25, с. 98].

Модель CMYK є стандартною в процесах кольорового друку. Вона застосовується в усіх видах друку, включаючи офсетний, цифровий друк, серіографію та інші методи. Використання моделі CMYK дозволяє точно відтворювати кольори на папері, що є критично важливим для багатьох галузей, таких як реклама, видавництво, дизайн та інші [24, с. 17].

Між моделями RGB і CMYK немає однозначної відповідності, тобто деякі відтінки кольору однієї моделі в принципі не можуть бути відтворені в іншій моделі й навпаки. Колірні моделі RGB та CMYK є апаратно залежними. Якщо йдеться про RGB, то залежно від застосованого у конкретному моніторі люмінофора будуть відрізнятися значення базових кольорів. Щодо CMYK, де йдеться про типографські фарби, особливості друкарського процесу тощо, то однакове зображення може по-різному виглядати на різній апаратурі. Тому основним завданням під час роботи з кольоровими зображеннями є одержання передбачуваного кольору [4, с. 74].

Редакторська діяльність охоплює роботу з текстовими та ілюстративними матеріалами, їх добір, підготовку, узгодження та редагування відповідно до задуму видання. Редактор має забезпечити цілісність ідейного та художнього оформлення, узгодження словесного і зображального рядів, добитися гармонії між текстом, ілюстраціями та композиційною побудовою сторінки.

Працюючи над ілюстраціями, редактор визначає доцільність кожного зображення, його тематичну та змістову відповідність тексту, з'ясовує джерело походження, стан авторських прав і якість виконання. Він бере участь у формуванні технічного завдання для художника чи дизайнера, узгоджує стиль ілюстрацій із загальною концепцією видання, контролює процес створення і

відбору зображень. Редактор також координує взаємодію між автором, художником, технічним редактором і дизайнером, забезпечуючи єдність змісту й форми, тексту й зображення. Його завдання не лише вибір якісних ілюстрацій, а й визначення їх оптимального місця розташування у структурі публікації, співвідношення з текстом, розмірів, підписів та стилістичних особливостей.

Редакторська робота з ілюстраціями завершується перевіркою верстки й погодженням оригінал-макета. На цьому етапі редактор контролює правильність розміщення ілюстрацій, точність підписів, якість відтворення графічних і фотоматеріалів, дотримання технологічних параметрів друку. Редактор підписує сигнальний примірник до друку, несе відповідальність за остаточну узгодженість візуального й текстового рядів [43].

3.2 Особливості кольорових рішень для журнальних видань

Роль кольору в комунікації з читачем журналів є надзвичайно актуальною і важливою. Кольори та оформлення тексту впливають на сприйняття інформації, викликають емоційну реакцію та визначають стиль журналу, що допомагає привертати та утримувати увагу аудиторії. Послідовне використання кольорів допомагає підсилити бренд журналу, роблячи його більш впізнаваним для аудиторії [6].

Колір є складним явищем, що має таке змістовне навантаження: властивість об'єктів; властивість світла (випромінювання, що не розрізняються візуально); властивість, що сприймається спостерігачем (оком людини). Колір – це оптичне явище, почуттєве відчуття, створюване оком і мозком, що виникає у свідомості людини, під час впливу на її зоровий апарат електромагнітного випромінювання з довжиною хвилі в діапазоні від 380 до 760 нм [25, с.13-14].

До основ теорії кольору належать три головні поняття:

1. Колірне (кольорове) коло – найголовніший елемент колірної палітри. Воно об'єднує кольори у цілісну кругову діаграму. Основні кольори (червоний, синій, жовтий) утворюють центр кола, оточений вторинними та третинними кольорами.

Це розташування ілюструє такі взаємозв'язки, як комплементарні, аналогічні та тріадні колірні схеми, допомагаючи дизайнерам створювати збалансовані та гармонійні палітри [50].

Призначення кольорового кола – вказувати як взаємодіють кольори при змішуванні. Це, так зване правило-підказка, яке стає в нагоді при створенні і підборі гармонійної кольорової палітри. У всіх колах є сектори різного тону, що розміщені за принципом розташування кольорів веселки. Первинні кольори розміщуються на рівній відстані один від одного і передуються. Між первинними кольорами розміщені вторинні кольори – це такі кольори, які утворилися від змішування двох первинних, які розміщені по обидва боки. Ахроматичних кольорів (білий, чорний, сірий) у кольоровому колі немає [30, с. 87-88].

2. Контрастність і температура кольору – ще одне важливе поняття в теорії кольору. Кольорові поєднання з високим контрастом більше виділяються і використовуються для акцентування, тоді як поєднання з низьким контрастом мають більш стриманий ефект. Крім того, кольори поділяють на теплі (червоні, помаранчеві, жовті) та холодні (сині, зелені, фіолетові), що впливає на настрій і сприйняття дизайну [50].

Контрастність – це взаємовідношення між світлим і темним. Чим більша різниця між двома тонами, тим вища контрастність. Наприклад, світлий тон, що перебуває поруч із темним, здається ще світлішим, а темний, що перебуває поруч зі світлим – ще темнішим [25, с. 20].

Основні види контрасту:

- контраст за яскравістю виникає, коли поєднуються кольори з сильно різними рівнями яскравості. Наприклад, білий і чорний кольори мають максимальний контраст за яскравістю;
- контраст за насиченістю, коли поєднуються кольори з різною насиченістю. Яскраво-червоний колір на тлі тьмяно-червонорожевого створює великий контраст за насиченістю;
- контраст за відтінком, коли поєднуються кольори, що знаходяться на різних ділянках колірного кола, наприклад, синій і оранжевий [24, с. 26].

Колірна температура – це характеристика джерела світлового випромінювання, що визначає його спектральний склад [25, с. 44]. Усі кольори умовно поділяються на теплі і холодні. Кольори, які асоціюються з кольором вогню, сприймаються як теплі, а ті, які асоціюються з відчуттям холоду, – холодні. Але цей розподіл відносний, один і той же колір в різному кольоровому оточенні може сприйматися по різному – теплим, або холодним. Наприклад, червоний буде сприйматися відносно до синього, як теплий, а по відношенню до жовтого середнього – як холодний. Якщо спиратися на кольорове коло, найбільш теплим серед кольорів є червоно-оранжевий, а найбільш холодним – синьозелений [30, с. 48-49].

3. Гармонія кольорів – невід’ємна складова дизайну, оскільки вона створює відчуття порядку та рівноваги. Створення гармонії кольорів полягає у вдалому поєднанні кольорів за допомогою кольорової палітри. Незалежно від того, чи це заспокійлива або ж яскрава гама, гармонійне поєднання кольорів має вирішальне значення для привернення та утримання уваги глядача [50].

Термін «гармонія» у перекладі з грецької означає згода, лад, це зв’язок усіх частин із цілим, їх взаємна співрозмірність. «Дисгармонія» значить порушення, розлад, це наявність протиріч чи зв’язку між частинами в одному цілому [30, с. 81]. Коли йдеться про колірну гармонію, то люди оцінюють враження від взаємодії двох або більше кольорів. Для задоволення оку потрібна ця загальна колірна зв’язка, і тільки в цьому випадку сприйняття кольору досягає гармонічної рівноваги [25, с. 49].

У дизайні журналів вибір кольорової палітри – це не просто питання, а стратегічне рішення, яке впливає на загальну привабливість та ефективність видання. Цей процес, заснований на теорії кольору та аналізі кольорів та їх гармонії, передбачає глибоке розуміння колірного кола та взаємозв’язків між кольорами, а також уміння підбирати та збалансовувати кольори, що відповідають бренду та тематиці журналу [50].

Існують кілька основних типів гармоній, які застосовуються для створення приємних і збалансованих колірних схем:

Монохромна гармонія використовує різні відтінки одного кольору. Це одна з найпростіших і найбільш гармонійних схем, оскільки всі кольори належать до однієї групи і мають однакову властивість. Вона включає: основний колір (домінуючий колір у композиції); відтінки (темніші тони кольору); тони (світліші тони кольору). Монохромні схеми створюють спокійну, елегантну атмосферу, що особливо підходить для мінімалістичних та дизайнів.

Аналогова гармонія передбачає використання кольорів, які знаходяться поруч на колірному колі. Ці кольори мають спільні властивості та забезпечують плавний перехід один в інший, що створює спокійну та збалансовану композицію. Наприклад, поєднання синього, синьо-зеленого та зеленого створює гармонійну схему, що має природний вигляд, оскільки ці кольори часто зустрічаються в природі (наприклад, на морі та лісах). Аналогова гармонія підходить для створення єдиного, збалансованого вигляду, але не завжди є дуже динамічною.

Комплементарна гармонія використовує кольори, які знаходяться навпроти один одного на колірному колі. Наприклад, червоний і зелений, синій і помаранчевий, жовтий і фіолетовий. Це одна з найбільш контрастних гармоній, яка створює вражаючі, динамічні поєднання. Комплементарні кольори підсилюють один одного, тому вони дуже ефективні для акцентів або для створення яскравих та енергійних композицій. Важливо помірно використовувати комплементарні кольори, аби не перенавантажити композицію та зберегти її гармонійність.

Тріадна гармонія передбачає використання трьох кольорів, рівномірно розташованих на кольоровому колі. Наприклад, червоний, жовтий і синій, або зелений, фіолетовий і оранжевий. Тріадна схема дає можливість створити баланс між різними кольорами, при цьому зберігаючи колоритну динаміку. Вона часто використовується в дизайні, коли потрібно створити живу та енергійну атмосферу, зберігаючи при цьому гармонію [24, с. 30-31].

Використання кольорів покращує читабельність та виділяє важливу інформацію, спрямовуючи увагу читачів по макету журналу. Під час вибору кольорів для дизайну контенту важливо враховувати потреби широкого кола користувачів, особливо тих, хто має порушення зору. Ретельний підбір кольорів

покращує доступність та інклюзивність контенту, ефективно задовольняючи потреби різноманітної аудиторії. Кольори додають естетичної цінності та роблять журнал візуально привабливим, забезпечуючи його відповідність сучасним тенденціям у дизайні [50].

Розуміння психології кольорів також має вирішальне значення у сфері видавництва. Стратегічний вибір кольорів викликає певні емоції, задаючи тон журналу та впливаючи на сприйняття читачів [50]. Знаючи особливості кожного кольору, можна сформувати певний образ, викликати певні емоції, асоціації. Відтінків існує безліч, однак у кожної людини є улюблені, вибір яких пов'язаний з особливостями окремої особистості. Тому під час вибору колірної гами потрібно опиратися на передбачуваний психологічний портрет середньостатистичного читача, що є (або буде) споживачем продукції. Колір треба підбирати залежно від цільової групи. Необхідно враховувати психологію кольору, що виникає в результаті емоційної реакції внаслідок переваг групи залежно від віку, статі, національності, місця проживання тощо [25, с. 71].

Наука, яка вивчає вплив кольорів на емоційний та психічний стан людини, називається психологією кольору. Психологічний ефект кольору залежить як від його відтінку, так і від контексту, у якому він використовується [24, с. 20].

З позиції психологічного впливу кольори мають таке змістовне навантаження:

1. Червоний колір підходить для підкреслення агресивності, активності, для вираження пристрасті, бажання, жорстокості (колір крові), для підкреслення розкоші, багатства (особливо в сполученні із чорним). Цей колір найкраще використовувати для виділення невеликих деталей, це одразу привертає до себе увагу, у той час як надмірне його використання здатне викликати у споживача агресію і навіть роздратування [25, с. 79].

2. Жовтий колір – колір оптимізму, радощів, відкритості, щастя. Асоціюється із сонцем і radoщами. Однак при затемненому жовтому виникає відчуття роздратування, стомлення від кольору, злість, може викликати відчуття тривоги чи неспокою, якщо його забагато. Ще одне негативне значення цього кольору – гріх, зрада [30, с. 79].

3. Помаранчевий поєднує енергію червоного та радість жовтого, його часто використовують у динамічних та молодіжних дизайнах. Для створення яскравого дизайну помаранчевий фон – банальний, однак, практично ідеальний варіант. Помаранчевий дуже добре виглядає в сполученні із блакитним [25, с. 80].

4. Зелений – колір природи, що викликає відчуття спокою та балансу, стимулює відновлення енергії та має заспокійливий ефект. Якщо його надто багато, то може викликати відчуття пасивності. Холодний зелений викликає напруженість, а теплий, навпаки – розслаблює і гармонізує [24, с. 21].

5. Синій – це колір емоційного спокою, він урівноважує не тільки емоції, а й центральну нервову систему, може знижувати артеріальний тиск. Сприяє концентрації і заглибленні у внутрішній світ. Коли його забагато, то підвищує відчуття холоду на кілька градусів. Асоціюється з таємничістю нічного неба, Божественною мудрістю, космосом [30, с. 79].

6. Фіолетовий – дуже суперечливий колір, вплив якого базується на поєднанні двох протилежних кольорів – синього і червоного часто символізує розкіш, креативність та таємничість. Підходить для створення містичного настрою, підкреслення загадковості, зосередженості. Але він здатний створювати відчуття тісноти, обмеженості простору, а також дуже швидко стомлює й призводить до зниження активності [25, с. 82].

7. Рожевий традиційно асоціюється з жіночністю та романтикою, також є кольором апетиту [50].

8. Білий колір завдяки асоціації із прозорим повітрям викликає почуття легкості, волі. Символізує невинність, чистоту, добро, істину, ясність. Сам по собі білий колір не несе ніякої інформації, він вільний від будь-яких психологічних тенденцій, але добре komponується з усіма іншими кольорами [25, с. 82].

9. Чорний колір належить до «класики», елегантний, створює враження витонченості. Цей колір тією чи іншою мірою може сполучатися з усіма іншими кольорами. У наших традиціях прийнято відносити його до скорботного кольору. Він сприяє само зануренню, допомагає відгородитися, замкнутися й

сконцентруватися. У чорному приходить відчуття самотності й ізоляції від навколишнього світу [25, с. 83].

Важливо пам'ятати, що значення кольорів можуть значно відрізнятися в різних культурах. Наприклад, хоча білий колір асоціюється з чистотою в багатьох західних культурах, у деяких східних культурах він пов'язаний із жалобою. А жовтий колір в Україні асоціюється з теплом і радістю, тоді як у Сирії він символізує смерть, у Бразилії – розпач, у Китаї – владу, у міфологічних уявленнях – боягузтво або зраду [50].

Послідовне використання кольорів зміцнює бренд журналу, роблячи його більш впізнаваним та запам'ятовуваним для аудиторії. Часто простота має вирішальне значення. Обмежена кольорова гама допомагає зберегти цілісність і уникнути візуального перевантаження. Вибір від двох до чотирьох основних кольорів, доповнених вторинними або акцентними відтінками, дозволяє створити збалансований вигляд. Кольори повинні відповідати темі та настрою кожної статті чи рубрики. Це не означає використання одних і тих самих кольорів щоразу, а дотримання схожого тону та атмосфери, отже незначні зміни в палітрі для доповнення різних типів контенту допустимі. Журнали можуть коригувати свою кольірну гаму, щоб відобразити сезонні тренди або конкретні теми в кожному випуску, зберігаючи при цьому основні кольори бренду [50].

Висновки до розділу III

У третьому розділі досліджено особливості роботи редактора з ілюстраціями для журнальних видань. Розглянуто поняття та сутність ілюстрації, як важливого елемента дизайну видання та засобу візуалізації, пояснення й доповнення текстового змісту. Визначено функції ілюстрації, а саме: інформаційну, що полягає у поясненні та доповненні тексту; емоційно-психологічну, яка забезпечує вплив на читача та підвищує рівень залученості; та естетичну, що формує візуальну привабливість і композиційну цілісність видання. Також розглянуто класифікацію ілюстрацій: за цільовим призначенням (художньо-образні та науково-пізнавальні), за технікою виконання (штрихові, напівтонові, кольорові, чорно-білі), за жанровими характеристиками (фотографії, рисунки, схеми, графіки, діаграми

тощо), а також за рівнем абстрагування та місцем розташування у виданні. Розглянуто різні типи верстки ілюстрацій та їх вплив на взаємодію з текстовим матеріалом. Окремо розглянуто особливості використання кольірних моделей RGB і CMYK у процесі підготовки ілюстрацій до друку, їх відмінності, сфери застосування та вплив на якість відтворення зображень у друкованих виданнях. Окреслено основні етапи редакторської роботи з ілюстраціями: добір і оцінювання матеріалу, перевірка його відповідності змісту, узгодження стилю з концепцією видання, визначення оптимального розташування у структурі сторінки та контроль якості на етапі верстки.

Розглянуто поняття кольору та його роль у впливі на сприйняття інформації, емоційний стан читача та загальну ефективність взаємодії з контентом. Встановлено, що колір виконує комунікативну, емоційно-психологічну та естетичну функції, а також сприяє підсиленню бренду журналу та його впізнаваності. Систематизовано основні положення теорії кольору, зокрема поняття кольорового кола як базового інструмента формування гармонійних палітр, а також принципи контрастності та колірної температури. Проаналізовано основні типи кольірних гармоній (монохромну, аналогову, комплементарну та тріадну), їхні характеристики та особливості застосування в журнальному дизайні. Простежено, що гармонійне поєднання кольорів забезпечує композиційну рівновагу, естетичну цілісність і підвищує візуальну привабливість видання. Окремо розглянуто психологічний вплив кольорів, їхні символічні значення та емоційні асоціації, які формують сприйняття контенту. Визначено значення послідовного використання кольорової палітри для забезпечення цілісності дизайну, покращення читабельності та структурування інформації.

РОЗДІЛ IV ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ – ЖУРНАЛУ ПРО ТЕНІС «ТРІУМФ»

4.1 Загальна характеристика концепції видання

Актуальність. Для практичної частини дослідження обрано журнал, а саме видання «Тріумф», присвячене біографіям найвідоміших українських тенісисток, становленню їхніх професійних шляхів, найважливішим матчам та спортивним здобуткам. Видання має на меті зібрати та систематизувати інформацію про розвиток українського жіночого тенісу через історії конкретних гравчинь, зробивши матеріал доступним для широкої аудиторії.

Стрімкий розвиток жіночого спорту, зокрема тенісу, відбувався паралельно з популяризацією феміністичних рухів на території України, що сприяло підвищенню ролі жінки у суспільстві та просуванню ідеї рівних прав і можливостей для жінок у різних сферах життя. Попри складні соціально-економічні умови, українські спортсменки змогли вийти на міжнародний рівень, посівши високі позиції у рейтингу WTA та закріпити статус України на світовій тенісній арені. Сукупність цих факторів стала поштовхом для створення видання, що популяризує досягнення та сприяє збереженню спортивної спадщини.

Новизна. Створення журналу покликане розвивати спортивну журналістику, орієнтовану на популяризацію саме жіночого спорту, оскільки його висвітлення в українському медіапросторі залишається недостатнім. Новизна проєкту полягає в тому, що дані залишаються фрагментарними і поодинокими, більшість інформації подається у спортивних інтерв'ю та публіцистичних матеріалах, новинних сайтах чи особистих блогах. А спеціалізовані спортивні видання приділяють увагу переважно чоловічому сегменту спорту. Створення журналу дозволяє систематизувати відомості, створивши цілісну картину розвитку українського жіночого тенісу.

Історичний екскурс. Гру започаткували у Франції у XI–XII століттях, і грали в неї французькі ченці, використовуючи спочатку долоню, а згодом примітивні

рукавиці та ракетки. Гру називали «jeu de raquette», що означає «гра долонею». Вважається, що назва «теніс» походить від французького слова «tenez», що означає «тримай» або «будь готовий», яке вигукувала людина перед початком розіграшу. Ім'я винахідника сучасного тенісу залишається предметом суперечок, проте офіційно визнаний сторічний ювілей гри у 1973 році відзначав її запровадження Волтером Клоптоном Вінгфілдом у 1873 році. Опублікування перших правил у книжковій формі сприяло формуванню інтересу до гри та створило інформаційне підґрунтя для її подальшого висвітлення в пресі. Того ж року він опублікував першу книгу правил гри та у 1874 році отримав патент на свою гру [49].

Важливою датою в історії тенісу стало рішення Всеанглійського клубу крокету виділити один зі своїх газонів у Вімблдоні для гри в теніс, що сприяло інституціоналізації цього виду спорту. У 1877 році клуб вирішив провести чемпіонат з тенісу. Цей чемпіонат став першим офіційним турніром з тенісу на траві у світі. Популярність гри в Сполучених Штатах і часті сумніви щодо правил призвели до заснування в 1881 році Національної асоціації лаун-тенісу США. Під її егідою в 1881 році був проведений перший офіційний національний чемпіонат США, який проходив за англійськими правилами [57].

У 1884 році на Вімблдоні було запроваджено жіночий чемпіонат, а з 1887 року в США почали проводитися національні чемпіонати серед жінок, що розширило тематичні межі спортивної журналістики та зумовило появу матеріалів, присвячених жіночому спорту [57]. Становлення професійного жіночого тенісу відбулося у 1973 році, коли під егідою Біллі Джин Кінг була створена Жіноча тенісна асоціація (WTA) – організація, яка об'єднала провідних спортсменок і започаткувала регулярний жіночий професійний тур, що сприяв популяризації та професійному визнанню жінок у тенісі [46]. Сьогодні WTA є світовим лідером у сфері жіночого професійного спорту: понад 1 650 гравчинь представляють 84 країни світу [58].

Першим спеціалізованим журналом, присвяченим суто тенісу, було видання «American Lawn Tennis», яке започаткувало традицію вузькоспеціалізованої спортивної періодики. Його перший номер вийшов 15 квітня 1907 року. Журнал

виходив п'ятнадцять разів на рік і був головним чином присвячений тенісу, хоча іноді висвітлювалися й інші ігри з ракеткою [52]. У період розквіту спортивної преси незалежної України, який охоплює 1999–2014 роки, відбувається активне реформування та модернізація спортивних засобів масової інформації. Тенісна тематика не набуває ознак чітко сформованого й стабільного напрямку спортивної журналістики. В Україні відсутні спеціалізовані друковані журнали, присвячені лише тенісу; інформація про цей вид спорту подається переважно у межах загальноспортивних видань або окремих рубрик і публікацій. Зафіксована кількість видань, віднесених до спортивної преси з тенісу, свідчить радше про епізодичну присутність цього виду спорту в медіапросторі, ніж про існування усталеної системи журналів, присвячених виключно тенісу в Україні [33, с. 197-198].

Мета проєкту – створення журналу, який висвітлить розвиток українського жіночого тенісу через біографії провідних тенісисток, зорієнтувавши реципієнта у визначних подіях та досягненнях за період від 1991 року до сьогодення.

Науково-популярне видання орієнтоване на різні категорії читачів: молодь, яка займається тенісом, тренерів і спортивні школи, студентів спеціальностей «Фізична культура», а також професійних гравців, аматорів і вболівальників, які слідкують за успіхами українських спортсменок.

4.2 Особливості художньо-технічного оформлення

Технічні характеристики. Обраний формат журналу – 210x297 (A4). Такий розмір підходить для науково-популярного журналу, оскільки дозволяє зручно розмістити текст та ілюстрації, забезпечивши наочність та легкість сприйняття інформації.

Загальна концепція видання. Назва журналу «Тріумф» символізує ключову ідею видання – утвердження успіху, сили та наполегливості українського народу. Слово «тріумф» походить від латинського triumphus («урочиста хода на честь перемоги»), яке, своєю чергою, запозичене з давньогрецької мови (від θρίαμβος –

гімн на честь Діоніса). Історично це означало урочистий вступ у Рим полководця-переможця, а пізніше стало означати блискучий успіх або велику перемогу. Слово «тріумф» створює атмосферу гордості та натхнення не лише за спортивні досягнення, а й за перемоги українців в усіх сферах життя.

Журнал складається з трьох розділів, присвячених провідним українським тенісисткам та їхньому внеску в розвиток жіночого тенісу. Кожен розділ поділений на окремі підрозділи, присвячені конкретній гравчині. Усі спортсменки в межах розділів розташовані у хронологічній послідовності, що дозволяє простежити розвиток українського жіночого тенісу в історичній перспективі. У них подано біографічні відомості про тенісисток, інформацію про початок їхніх кар'єр, участь у міжнародних турнірах, найважливіші матчі, рейтингові досягнення та внесок у популяризацію українського тенісу. Така структура дозволяє систематизувати великий обсяг інформації, забезпечує логічну послідовність викладу матеріалу та створює можливість детально ознайомитися з історією й спортивним шляхом кожної представниці цього спорту окремо.

Перший розділ має назву «*Fortes fortuna adiuvat*» («Сміливим доля допомагає»). У ньому зібрано матеріали про найвідоміших українських тенісисток періоду незалежної України, які зробили найбільш вагомий внесок у розвиток та міжнародне визнання українського жіночого тенісу. Розділ охоплює гравчинь різних поколінь – від перших представниць України на міжнародній арені до сучасних тенісисток, які входять до числа провідних спортсменок світу. До розділу увійшли: Альона Бондаренко, Катерина Бондаренко, Надія Кіченок, Людмила Кіченок, Еліна Світоліна, Ангеліна Калініна, Даяна Ястремська, Марта Костюк, Юлія Стародубцева, Олександра Олійникова, Дар'я Снігур та Анастасія Соболєва.

Другий розділ – «*In varietate concordia*» («Єдність у різноманітті») присвячений тенісисткам, які народилися за межами України, однак у різні періоди своєї кар'єри представляли на міжнародному рівні саме Україну. Матеріали демонструють, що український спорт формувався не лише завдяки атлеткам, народженим в Україні, а й завдяки тим, хто свідомо обрав представляти країну на міжнародній арені. У

цьому розділі висвітлено спортивний шлях Олени Татаркової, Олени Балтачі, Марини Заневської та Ольги Фрідман.

Третій розділ називається «Facta, non verba» («Вчинки, а не слова») і присвячений суперечливим аспектам сучасного українського тенісу, пов'язаним із питаннями спортивної та національної позиції. У розділі розглядаються випадки, коли тенісистки українського походження відмовлялися від представництва України на користь Росії, а також ситуації, що викликали суспільний резонанс під час російсько-української війни. Зокрема, увагу приділено: спортсменкам, які після анексії Криму у 2014 році обрали російське громадянство, відмовившись від українського, та тим, які продовжують співпрацю і виступи в парі з російськими тенісистками під час повномасштабного вторгнення. Розділ порушує питання відповідальності у період війни та взаємозв'язку спорту, громадянської позиції й національної ідентичності. У межах розділу розглянуто спортивну діяльність Олени Весніної, Валентини Івахненко та Валерії Страхової.

На обкладинці журналу розміщене динамічне фото тенісистки під час подачі м'яча, що одразу привертає увагу читача. Спортсменка одягнена у білу тенісну форму, яка контрастує з насиченим синім кольором корту. Такий контраст створює візуальний акцент на центральному образі та посилює відчуття динаміки й руху в кадрі. Назва журналу розміщена у верхній частині обкладинки, гарнітура *Arsenica* білого кольору. Підзаголовки і додаткові текстові елементи надруковані гарнітурою *Helvetica Extended* у жирному та напівжирному накресленні. Використання різних накреслень дозволяє створити ієрархію текстових елементів та виділити основну інформацію.

Основний і додатковий тексти всередині журналу набрані гарнітурою *Merriweather* у звичайному та напівжирному накресленні чорним кольором. Важливу роль у художньому оформленні журналу відіграє велика кількість фотографій, які супроводжують матеріали про спортсменок. Для оформлення видання використано фотографії з відкритих безкоштовних фотостоків та інших доступних ресурсів.

Перші два розділи журналу оформлені з використанням кольорових фотографій, що підкреслює яскравість спортивних досягнень та динаміку гри. Натомість у третьому розділі використано чорно-білі фотографії. Такий художній прийом створює більш стриманий і контрастний візуальний настрій, акцентуючи увагу на суперечливості порушених тем та складності сприйняття спортивних рішень. Графічні елементи-доповнення виконані у мінімалістичному стилі, що не перевантажує сторінки зайвими деталями.

Загальні технічні вимоги. Для створення видання використано такі програми:

- Microsoft Office Word 2016 – програма для підготовки первинних матеріалів, набору та редагування тексту. За її допомогою здійснено опрацювання інформації, форматування текстових блоків, перевірка структури матеріалів і підготовка текстів до подальшої верстки;
- Adobe InDesign CC 2022 – програма для верстки та макетування журналу. За її допомогою створено сторінки видання, розміщено текстові й графічні елементи, налаштовано сітку, стилі, шрифти та сформовано цілісну композицію журналу;
- Adobe Photoshop CC 2019 – програма для обробки, корекції та редагування фотографій. За її допомогою виконано кадрування зображень, корекція кольору, контрасту та освітлення;
- Canva – онлайн-платформа для створення графічних матеріалів. За її допомогою розроблено окремі графічні елементи, підібрано композиційні рішення та створено допоміжні дизайнерські матеріали.

4.3 Просування та способи розповсюдження видання на ринку

Журнал орієнтований на прихильників спорту, тенісних уболівальників, молодь, спортсменів, тренерів і читачів, які цікавляться історією та розвитком українського спорту, тому просування має формувати навколо видання образ сучасного та стильного спортивного журналу. Основна мета просування полягає в тому, щоб журнал сприймався не лише як інформаційне видання про тенісисток, а

як цілісний проєкт, що відображає розвиток українського жіночого тенісу, його досягнення, суперечності та місце у світовому спортивному просторі.

Велика кількість фотографій, сучасне оформлення, поєднання кольорових і чорно-білих візуальних рішень, а також тематичний поділ журналу допомагають створити впізнаваний стиль видання та підсилюють його емоційний вплив на аудиторію. Тож, першим і одним із найважливіших етапів просування журналу є створення впізнаваного візуального образу видання. Саме дизайн обкладинки та загальна стилістика журналу є основними комунікативними інструментами, які формують перше враження читача та привертають увагу аудиторії. Сформувати зацікавленість аудиторії ще до виходу видання, підкреслити його стиль і створити цілісний візуальний образ журналу.

Перед випуском журналу доцільно організувати промокампанію у форматі презентації видання. У коротких рекламних відео або публікаціях у соціальних мережах можна демонструвати процес перегортання сторінок, окремі розвороти, фотографії спортсменок, дизайнерські рішення та особливості оформлення розділів. До створення промоматеріалів можуть бути залучені спортивні журналісти, тенісні блогери або автори спортивного контенту, які можуть поділитися своїми враженнями від оформлення журналу, його структури та наповнення.

Зараз особливо важливу роль у просуванні видання відіграють соціальні мережі:

- Instagram використовується як головна візуальна платформа. Тут акцент робиться на естетиці видання: серії постів із розворотами журналу, фотодобірки спортсменок, короткі reels із деталями оформлення, а також каруселі, що демонструють структуру кожного розділу.
- TikTok орієнтований на динамічне та емоційне залучення молодшої аудиторії. Для цієї платформи створюються короткі відео у форматі «історій за 15-30 секунд»: швидкі факти про тенісисток, «до/після» редагування фотографій, процес створення сторінок журналу, а також монтажів, що поєднують спорт і драматичні моменти матчів.

- Facebook виконує більш інформаційно-аналітичну функцію. Тут публікуються розгорнуті дописи про концепцію журналу, пояснення структури розділів, матеріали про історичний розвиток українського тенісу, а також анонси виходу видання. Ця платформа працює на формування довіри та залучення більш дорослої аудиторії.
- Telegram використовується як канал прямої комунікації з аудиторією. У ньому розміщуються ексклюзивні матеріали: фрагменти інтерв'ю, додаткові фотографії, закулісні матеріали створення журналу, а також ранній доступ до окремих сторінок.
- X (Twitter) (український сегмент спортивної та медіаспільноти) застосовується для оперативного інформування та дискусій. Тут публікуються короткі факти про спортсменок, цитати з матеріалів журналу, реакції на актуальні події у світі тенісу, а також формуються обговорення довкола тем, порушених у виданні.

Не менш значущим елементом просування є створення додаткового візуального мерчу, який розширює присутність журналу поза межами самого видання та формує навколо нього впізнавану айдентику. До такої продукції можуть входити колекційні постери, набори листівок із портретами тенісисток, стилізовані стікери, а також блокноти й зошити, оформлені у загальній стилістиці журналу. Окрему роль можуть відігравати невеликі поліграфічні елементи прикладного характеру, наприклад картки з ключовими фактами про спортсменок, турнірними досягненнями або короткими біографічними довідками.

Додатковий ефект у просуванні журналу може забезпечити організація публічних лекцій, зустрічей та обговорень, присвячених розвитку українського жіночого тенісу та його місцю у світовому спортивному контексті. До участі доцільно запросити спортивних журналістів, тренерів, колишніх спортсменів або аналітиків тенісу, які можуть надати експертний коментар щодо кар'єр українських тенісисток, їхніх досягнень та впливу на міжнародну арену. Під час таких заходів аудиторія отримує можливість глибше зрозуміти спортивний шлях тенісисток, особливості їх підготовки, участь у турнірах Grand Slam, Billie Jean King Cup,

Олімпійських іграх, а також виклики, з якими вони стикаються у професійному спорті. Окремо можуть розглядатися історії становлення окремих спортсменок, етапи їхнього спортивного розвитку та роль у формуванні іміджу українського тенісу на міжнародному рівні. Такий формат заходів не лише популяризує саме видання, а й сприяє розвитку інтересу до тенісу як виду спорту, підвищує обізнаність аудиторії про українських спортсменок.

Висновки до розділу IV

У четвертому розділі обґрунтовано концепцію проєкту науково-популярного журналу «Тріумф», присвяченого розвитку українського жіночого тенісу через біографії провідних спортсменок. Визначено актуальність створення видання, що зумовлена недостатнім рівнем висвітлення жіночого спорту в українському медіапросторі, а також потребою систематизації розрізнених відомостей про досягнення українських тенісисток. Окреслено історичні передумови розвитку тенісу та становлення спортивної журналістики, що дозволило визначити місце спроектованого видання в системі сучасних медіа. Сформульовано мету журналу, його цільову аудиторію та тематичну спрямованість. Визначено особливості художньо-технічного оформлення видання, зокрема формат, структуру, принципи верстки та дизайнерську концепцію. Обґрунтовано вибір назви журналу, проаналізовано композиційну побудову видання, охарактеризовано роль ілюстративного матеріалу, шрифтового оформлення та кольорових рішень. Розглянуто технічні аспекти створення видання та визначено програмні засоби, використані на різних етапах підготовки.

Проаналізовано основні стратегії просування та розповсюдження журналу на ринку. Визначено роль візуальної айдентики, соціальних мереж і промокампаній у формуванні інтересу аудиторії до видання. Окреслено можливості використання різних цифрових платформ для залучення читачів, а також додаткові засоби популяризації, зокрема створення тематичного мерчу та проведення публічних заходів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтвердило, що робота редактора над художньо-технічним оформленням журналу є складним багатокомпонентним процесом, у якому поєднуються редакторський аналіз тексту, організація візуального матеріалу, типографічні рішення та загальна видавнича концепція. Ефективне оформлення журнального видання забезпечує не лише його естетичну привабливість, а й виконує важливу комунікативну функцію, сприяючи кращому сприйняттю інформації та встановленню взаємозв'язку між автором і читачем.

У роботі встановлено, що структура журнального видання формується через взаємодію текстових і візуальних компонентів, зокрема рубрикації, жанрової організації матеріалів, шрифтового оформлення, верстки та ілюстративного наповнення. Визначено, що саме редактор координує ці елементи, забезпечуючи їхню змістову, композиційну та стилістичну єдність. Особливу увагу приділено редакторській роботі з текстами, яка передбачає не лише їх мовностилістичне вдосконалення, а й перевірку фактичного матеріалу, адаптацію інформації до потреб аудиторії та збереження балансу між науковою точністю і доступністю викладу.

З'ясовано, що важливою складовою художньо-технічного оформлення журналу є робота з ілюстраціями та кольором. Редактор бере участь у доборі зображень, оцінює їхню відповідність змісту, визначає доцільність використання різних типів ілюстрацій і контролює їх якість на всіх етапах підготовки. Встановлено, що використання колірних моделей RGB і CMYK, дотримання принципів теорії кольору та формування гармонійної палітри мають безпосередній вплив на якість друку, візуальну цілісність і емоційне сприйняття видання. Таким чином, колір і графіка виступають не лише декоративними елементами, а повноцінними засобами комунікації з читачем.

Практична частина дослідження – розробка концепції науково-популярного журналу «Тріумф» продемонструвала можливості реалізації комплексного підходу до створення сучасного журнального продукту. У проєкті обґрунтовано тематичну

спрямованість видання, присвяченого українському жіночому тенісу, визначено його структуру, цільову аудиторію та дизайнерську концепцію. Запропоновано поєднання динамічних кольорових ілюстрацій із чорно-білими візуальними рішеннями, продуману систему верстки, шрифтову ієрархію та цілісну стилістику оформлення. Окремо розроблено стратегії просування видання, що передбачають використання соціальних мереж, візуальної айдентики та додаткових комунікаційних інструментів.

Отже, художньо-технічне оформлення журналу є не лише завершальним етапом видавничого процесу, а комплексною діяльністю, що інтегрує текстову, візуальну та технічну складові. Результати дослідження підтверджують, що редактор виступає ключовою фігурою у створенні якісного журнального видання, забезпечуючи його змістову цілісність, візуальну виразність і конкурентоспроможність у сучасному медіапросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ДСТУ 3017:2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення понять. Київ, 2016. 38 с.
2. Власюк А. І., Белзецький Р. С. Основи редагування, коректури та верстки технічних текстів : навч. посіб. Вінниця : ВНТУ, 2015. 96 с.
3. Вольфф Ф. Журналістика газет і журналів / пер. з нім. В. Климченко. Київ : Центр вільної преси, 2017. 377 с.
4. Гавриляк М. С. Теорія кольору і кольороутворення. Чернівці : ЧНУ, 2022. 263 с.
5. Гузенко С. В. Теорія і практика редагування : навч. посіб. Миколаїв : МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2019. 220 с.
6. Дорошенко В. А. Роль кольору та типографії в комунікації з читачем журналів. Радіоелектроніка та молодь у ХХІ столітті : матеріали форуму. Харків : ХНУРЕ, 2024. Т. 3. С. 364–365.
7. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка. 2005. № 3. С. 24–31.
8. Завгородня Л. В. Основи літературного редагування та коректури : навч. посіб. Черкаси : Брама Україна, 2010. 164 с.
9. Зайцева В. В. Особливості газетно-публіцистичного стилю. Дослідження з лексикології і граматики української мови. 2011. Вип. 10. С. 82–91.
10. Ілюстрування : навч. посіб. / О. І. Пушкар, Т. Ю. Андрющенко. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 128 с.
11. Йордан Г. М. Композиційно-графічні особливості українських науково-популярних видань. Регіональна журналістика : матеріали конф. С. 102–107.
12. Капелюшний А. О. Редагування в засобах масової інформації : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2005. 304 с.
13. Коваленко М. О. Ілюстрації як форма художнього вираження: дослідження впливу ілюстрацій на емоційне сприйняття літературного твору / наук. кер. О. В. Мазніченко // Інноваційні тенденції сьогодення в сфері природничих,

- гуманітарних та точних наук : матеріали II Міжнар. наук. конф. Вінниця : Європейська наукова платформа, 2023. С. 257–259.
14. Кость С. Вступ до журналістики : навч. посіб. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 512 с.
 15. Крайнікова Т. С. Культура видання: основоположні поняття, типологія видань, вимоги стандартів : навч. посіб. Київ : Інститут журналістики, 2021. 156 с.
 16. Лизанчук В. Журналістська майстерність : підручник. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2011. 376 с.
 17. Мамалигіна Я. В. Концепція журналів світоглядного спрямування та їх комунікативна структура // Електронна бібліотека Інституту журналістики. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nzizh/2007_29/Mamalygi.pdf (дата звернення: 20.11.2025).
 18. Марків О. Т. Робота з автором : навч.-метод. комплекс. Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. 72 с.
 19. Методичні рекомендації до курсу «Інформаційні жанри журналістики». Уклад. Т. Ф. Семашко. Київ : ТОВ «КОМПРІНТ», 2023. 95 с.
 20. Методичні рекомендації з курсу «Видавнича справа та редагування». Уклад. А. С. Близнюк. Житомир : ЖДУ імені Івана Франка, 2006. 48 с.
 21. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник. 5-те вид., перероб. і допов. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
 22. Навальна М., Різник В. Загальне документознавство : навч.-метод. посіб. Переяслав-Хмельницький : КСВ, 2014. 136 с.
 23. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики : навч. посіб. Київ : НАУ, 2009. 124 с.
 24. Основи кольорознавства: навчальний посібник для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за ОП «Графічний дизайн» спеціальності 022 Дизайн. Полтава, 2021. 50 с.
 25. Основи теорії кольору : навч.-метод. посіб. Уклад. Т. І. Веретільник та ін. Черкаси : ЧДТУ, 2020. 130 с.

26. Партико З. В. Загальне редагування: нормативні основи : навч. посіб. Львів : Афіша, 2017. 416 с.
27. Петращук С. А., Ковтун І. І. Ілюстрація: види, техніки та можливості. Наука та освіта : матеріали XIX Міжнар. наук. конф. Хмельницький : ХНУ, 2025. С. 76–83.
28. Полковенко Т. Особливості редагування науково-популярних текстів. Інтегровані комунікації. 2016. № 1. С. 66–70.
29. Присяжнюк І. Ю. Особливості мови періодичних видань. Вісник науки і освіти. 2020. С. 33–40.
30. Прокопович Т. А. Основи кольорознавства : навч. посіб. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. 124 с.
31. Редакторський аналіз і методика редагування : навч. посіб. Миколаїв : МНУ ім. В. О. Сухомлинського, 2017. 150 с.
32. Редакційно-видавничі процеси : практикум. Уклад. О. І. Хмілярчук. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 72 с.
33. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України : монографія. Миколаїв : ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с.
34. Семашко Т. Ф. Методичні рекомендації до курсу «Інформаційні жанри журналістики». Київ : ТОВ «КОМПРІНТ», 2023. 95 с.
35. Сопіна О. А. Актуальні проблеми мови сучасних українських ЗМІ. Актуальні проблеми сучасної філології та мовної комунікації. URL: <http://www.economy-confer.com.ua/full-article/4163/> (дата звернення: 20.11.2025).
36. Тимошик В. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. 2-ге вид. Київ : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
37. Тимошик М. Жанри журналістики як науково-практична проблема. Український інформаційний простір. 2022. № 2 (10). С. 14–42.
38. Ткаченко В. П. та ін. Енциклопедія видавничої справи : навч. посіб. Харків : ХНУРЕ, 2008. 320 с.
39. Фенько Н. М. Газетно-журнальні видання : навч. посіб. Кропивницький : КДПУ ім. В. Винниченка, 2017. 136 с.

40. Чеботарьова І. Б., Захарова Е. О. Класифікація та категорії наукових журналів. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : матеріали конф. Київ, 2025. Т. 2. С. 146–149.
41. Шевченко В. Е. Вимоги до оформлення наукових і науково-популярних видань. Вісник Київського міжнародного університету. 2003. Вип. 2. С. 81–114.
42. Шевченко В. Е. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства. Наукові записки Інституту журналістики. 2007. № 28. С. 35–39.
43. Шевченко В. Е. Роль художника, художнього та технічного редакторів у друкованому виданні. Наукові записки Інституту журналістики. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1323> (дата звернення: 20.11.2025).
44. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. 2-ге вид. Київ : Алерта, 2011. 694 с.
45. Шпак В. І. Видавничий бізнес: книга редактора : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Експрес-об'ява, 2022. 292 с.
46. Billie Jean King. *Tennis*. URL: <https://www.billiejeanking.com/tennis/> (дата звернення 05.01.2026).
47. Guo D., Zhang S., Wright K. L., McTigue E. M. Do You Get the Picture? A Meta-Analysis of the Effect of Graphics on Reading Comprehension // *AERA Open*. 2020. Vol. 6, № 1. С. 1–20.
48. Hart G. The five W's: an old tool for the new task of audience analysis. URL: <https://www.geoff-hart.com/articles/1995-1998/five-w.htm> (дата звернення 24.10.2025).
49. History of tennis. URL: <https://www.itftennis.com/en/news-and-media/articles/history-of-tennis/> (дата звернення 05.01.2026).
50. How to Use Color Theory in Digital Magazine Design. URL: <https://azuramagazine.com/articles/how-to-use-color-theory-in-digitalmagazine-design> (дата звернення: 26.04.2026).

51. Kofman J. The 5Ws of journalism & the inverted pyramid structure. URL: <https://trint.com/creator-hub/the-5-ws-of-journalism-and-the-inverted-pyramid> (дата звернення 24.10.2025).
52. Meet the man behind tennis' premier magazine. URL: <https://artsandculture.google.com/story/meet-the-man-behind-tennis-39-premier-magazine-international-tennis-hall-of-fame/ZwVxsD4u1ifiyA> (дата звернення 05.01.2026).
53. Okwilagwe A., Aghotor E. Illustrations Use as a Factor Influencing Reading Comprehension of Children's Stories among Pupils of Selected Primary Schools in Ibadan, Oyo State, Nigeria // *Journal of Education and Practice*. 2018.
54. Onaiwu O. F. Types, Characteristics and Importance of Illustration // *Awka Journal of Fine and Applied Arts*. 2022. Vol. 8. C. 1–12.
55. Purwanti P., Musthafa B. The Role of Illustration in Enhancing Reading Comprehension of College Students // *Edusentris: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*. 2019. Vol. 5, № 3.
56. Suggate S., Lenhard W. Mental Imagery Skill Predicts Adults' Reading Performance // *Learning and Instruction*. 2022. Vol. 80. Article 101633.
57. Tennis. *Encyclopaedia Britannica*. URL: <https://www.britannica.com/sports/tennis> (дата звернення 05.01.2026).
58. The women who changed the sport of tennis forever. URL: <https://www.itftennis.com/en/news-and-media/articles/the-women-who-changed-the-sport-of-tennis-forever/> (дата звернення 05.01.2026).