**ЗМІСТ**

Вступ…………………………………………………………………….….3

Розділ 1. Періодичне весільне видання як об’єкт дослідження………...5

1.1. Стан дослідження і термінологічна база ………………………..5

1.2. Зародження весільних видань……………………………..……..10

1.3. Аналіз українського ринку видань про весілля………………...13

Висновки до розділу 1………………………………………...……....15

Розділ 2. Концепція створення весільного журналу «Ідеальне весілля……………………………………………………………………...17

2.1. Змістова частина видання……………….....................................17

2.2. Дизайн, верстка та матеріальна конструкція…………………..20

2.3. Жанрова палітра статей ……..……………….............................23

2.4. Порівняльний аналіз весільного журналу «Ідеальне весілля» та закордонного журналу «Brides»………………………………….....28

Висновки до розділу 2……………………………………………….31

Висновки…………………………………………………………….….....32

Список використаних джерел……………………………………………35

**ВСТУП**

З кожним роком в Україні з’являються нові журнальних видань. Деякі з них стають успішними, регулярно потрапляють до рук читачів, а інші на вітчизняному ринку не затримуються. Існує багато причин такої ситуації: неякісний кінцевий продукт, неправильний розподіл фінансування, неправильні маркетингові стратегії, а також неправильний вибір тематичної спрямованості журналу. Якщо перші три характеристики в кожному конкретному випадку мають свою правильну модель, то щодо вибору тематики видання можна вивести одну спільну формулу – формулу успішності на початковому етапі. Одним із найуспішніших та найпопулярніших видань є журнал для жінок. Серед таких видань існує низка тематично різних часописів. У нашій роботі розроблено концепцію одного з таких – весільного журналу.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства виникає проблема – більшість видань орієнтовані на великих містах або на столицю України. Натомість видань для жінок, а особливо видань весільного спрямування в регіонах нашої країни катастрофічно не вистачає.

**Актуальність проекту.** До 2014 року в Луганській області функціонувало кілька весільних журналів, а через воєнний конфлікт ці часописи для читачів не доступні, тому велике значення зараз має створення весільного регіонального журналу, який би інформував жінок про весільну тематику та весільні послуги в регіоні.

**Мета проекту** – створити оригінал-макет весільного видання «Ідеальне весілля», використовуючи теоретичні знання та практичні навички з журналістики та видавничої справи.

Поставлена мета реалізується в наступних завданнях:

**•** з’ясувати типологічні особливості весільної періодики;

• висвітлити історію розвитку періодичних видань для жінок в Україні та світі;

• проаналізувати сучасний український ринок весільних часописів;

• сформувати концепцію створення журналу про весілля;

• створити оригінал-макет журнального весільного видання, використовуючи програму верстки;

• зробити порівняльний аналіз весільного журналу «Ідеальне весілля» та закордонного журналу «Brides».

**Об'єктом** роботи є оригінал-макет весільного журналу «Ідеальне весілля.

**Предмет** роботи − особливості змістової структури, матеріальної конструкції, поліграфічного оформлення весільного періодичного видання.

**Теоретико-методологічну базу дослідження** складають праці вітчизняних та зарубіжних науковців, які розробляють питання поширення та розвитку періодичних видань в сучасному медіа-просторі, − І. Зорин, Т. Каверіна, В. Квартальнов, М. Недопитанський, А. Пилипенко, І. Свистельник, М. Тимошик. При роботі над практичною частиною ми спиралися на рекомендації таких майстрів дизайну та верстки, як В. Іванов, К. Фрост, Я. Чихольд, Т. Харроуер, В. Шевченко.

**Методи і прийоми дослідження**: в роботі застосовано загальнонауковий метод добору й систематизації матеріалу, описовий метод, методи і прийоми редакторського аналізу змістової структури, фактичного матеріалу, логічної складової, композиції, мовностилістичної правки.

**Наукова новизна** проекту полягає в тому, що вперше буде створено весільний періодичний журнал українською мовою, розрахований на Луганщину. Журнал висвітлюватиме весільні послуги в Луганській області, основну інформацію щодо проведення весілля в цій місцевості, інформацію про реальні весілля, які відбулися нещодавно у регіоні.

**Структура роботи**: пояснювальна записка складається зі вступу, двох розділів, висновків і списку використаних джерел, що налічує 23 позиції.

**РОЗДІЛ 1**

**ПЕРІОДИЧНЕ ВЕСІЛЬНЕ ВИДАННЯ ЯК ОБ’ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ**

* 1. **Стан дослідження і термінологічна база**

Усі джерела, які стосуються аналізованої теми, можна умовно поділити на три групи:

1. Розвідки, які стосуються типології видань;
2. Джерела, які аналізують жіночі видання;
3. Дослідження весільної періодики.

Засоби масової інформації – невід’ємна частина сучасного світу. Їх значення неможливо переоцінити, оскільки вони тісно пов’язані з будь-якою діяльністю людини. Одним із найдавніших видів засобів масової інформації є газетно-журнальна періодика. Особливу увагу привертають журнальні видання, а саме весільні журнали, оскільки маючи відносно не довгу історію існування в Україні – зараз вони проходять етап формування та удосконалення свого контенту. Взагалі періодичне видання, а саме журнал є одним з основних засобів масової інформації, що впливають на громадську думку.

Усі науковці поділяють думку, що періодичне видання – це підвид серіального видання, що постійно виходить з певною часовою періодичністю (один раз у квартал, місяць, тиждень, через день, щоденно і т. д.) з наростаючою нумерацією, з неповторюваним інформаційним матеріалом, під однією назвою, в однотипному художньому оформленні [9; 11; 16].

За ДСТУ 3017-2015. Видання. Основні види. Терміни та визначення, журнал (часопис), це «періодичне журнальне видання, яке має постійні рубрики та містить офіційні публікації з суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, літературно-художні твори, реферати, ілюстрації та рекламу» [8]. Журнал може мати додаток у вигляді окремого неперіодичного, періодичного чи продовжуваного видання.

На жаль, не так багато праць присвячено типології журналів. Тип цього виду періодики визначає його зміст і відповідно, оформлення, адже ці дві складові – дві рівноправні частини видання. Від них також залежить архітектоніка журналу, його елементи і комплекси, оформлення обкладинки і внутрішня структура.

Взагалі тип видання – це «узагальнений образ, який повторюється в тій або іншій мірі в сукупності реально існуючих органів масової інформації» [8]. Саме типологічні властивості стають найголовнішими для формування концепції видання. Також вони відіграють важливу роль у виборі матеріалів для рубрик, жанрів обраних творів, а також у виборі зображального матеріалу. Видання повинне мати свою зовнішню форму, що дозволяє розпізнати і виділити його з багатьох інших, подібних до нього. Основною метою будь-якого журналу є оперативно, через установлені проміжки часу поширювати інформацію, яка адресується різним групам читачів.

Кожне видання представляє систему зі своїми ознаками, головними, які в першу чергу мають великий вплив на формування майбутнього журнального видання. Ці ознаки потребують ретельної редакційної та журналістської обробки.

Розвідкою, котра стала методологічною основою нашої роботи при класифікації періодичних видань і при визначенні типологічних ознак нашого часопису, стала праця В. Шевченко «Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства». Вона допомогла нам проаналізувати весільне видання за типологічною приналежністю.

В. Шевченко пропонує типологію журналів як засобу масової інформації за такими критеріями:

* цільове або функціональне призначення;
* тематика або зміст (характер інформації);
* читацьке призначення;
* періодичність;
* місце і сфера розповсюдження [20].

За цільовим призначенням бувають такі види:

* інформування;
* аналітика;
* навчання (просвіта);
* виховання;
* організація дозвілля;
* пропагування (реклама).

Весільний журнал належить до виду організації дозвілля та пропагування (реклами).

За змістом розрізняють підвиди видань:

* суспільно-політичний;
* науковий;
* науково-популярний;
* популярний;
* виробничо-практичний;
* літературно-художній;
* реферативний;
* релігійний;
* рекламний.

За поданою класифікацією відносимо весільне видання до популярного підвиду.

За читацьким призначенням виокремлюють такі групи журналів:

* для фахівців;
* для широкого кола читачів;
* для окремих груп читачів.

Весільні видання належать до групи журналів, які видаються для широкого кола читачів, тобто мають на меті у популярній формі інформувати масову аудиторію.

Журнали також можна поділяти за окремими групами читачів:

* журнали для дітей;
* для молоді;
* для чоловіків;
* для специфічних груп читачів;
* для сімейного читання;
* видання національних груп, меншин;
* видання політичних партій та об'єднань [20].

Цей поділ стосується й весільних видань, незважаючи на те, що більшість з них мають універсальний характер, тобто орієнтований на широку аудиторію. Одна людина може бути потенційним читачем кількох журналів або один журнал становить інтерес для кількох аудиторних груп.

Весільні журнали, як і журнали загалом, можна також типологізувати за такими критеріями, як місце випуску і сфера поширення видання та час.

За місцем поширення виділяють видання:

* місцеві;
* регіональні;
* загальнодержавні;
* закордонні;
* міжнародні.

За цим критерієм розроблений журнал відносимо до регіонального видання. Він розрахований на певну місцевість, а точніше на Луганську область. Всі матеріали й реклама стосуються тільки регіону.

За періодичністю розрізняють видання:

* тижневі;
* щомісячні;
* щоквартальні;
* видання, що виходять раз на два місяці;
* журнали, що виходять кілька разів на рік;
* піврічні видання [20].

Журнал, який розроблено нами, буде випускатися щоквартально.

Дібрати жанри статей для весільного видання, охарактеризувати їх та описати їх композицію допомогла наукова праця В. Шкляра «Журналістська майстерність: поетика журналістського твору» [23].

Стаття А. Пилипенко «Контент літературного журналу: принципи моделювання» [14] дозволила нам розібратися в сучасних тенденціях журнальних видань та проаналізувати основні положення щодо тематичного спрямування журналу. Зокрема автор виділяє такі основні функції журналів:

* функція інформування;
* функція освіти;
* функція розваги;
* функція задоволення культурних потреб;
* функція реклами [14].

Видання для жінок – явище не нове в Україні й має багату історію, про що свідчить анатований каталог «Українські періодичні видання для жінок в Галичині» [17]. Ця довідкова праця допомогла проаналізувати зародження жіночої преси, зокрема весільних видань, в Україні.

За допомогою наукової роботи «Сучасна жіноча преса в Україні», упорядкованої А. Волобуєвою та Н. Сидоренко, ми змогли проаналізувати жіночу періодику та зробити висновки щодо тематичного спрямування нашого майбутнього видання.

Весільна періодика стала об’єктом дослідження тільки в одній статті «Створення весільних журналів – як бізнес. Види весільних журналів». Проте вона не стала основою нашої роботи, оскільки класифікація, подана в ній, поверхова й не враховує особливостей такого виду періодичних видань.

Отже, весільний журнал починає стрімко розвиватися. Розширюється його тематичний вміст, з'являються нові особливості формування контенту загалом. Незважаючи на складний період для друкованої преси, він знаходить свого читача. Визначення основних типологічних категорій весільного журналу є надзвичайно важливим, адже дає можливість розглядати засоби масової інформації загалом – як єдину систему, а також будувати модель журналу такого типу для того, щоб він справді був цікавим для своєї аудиторії. Отже, можемо визначити, що весільний журнал – це видання для жінок, інформаційно-рекламного характеру, який розрахований на певну місцевість, тобто за регіоном, або він може бути загально-національного характеру, не фокусуючись на конкретній місцевості.

* 1. **Зародження видань для жінок**

Весільний журнал – явище нове та вповні не досліджене, але ми спробуємо проаналізувати історію появи журналів мод в Україні та Європі та появу на сторінках журналу інформації щодо весілля.

Журнали для жіночої аудиторії з’явилися відносно пізно. Хоч їх появу і приписують кінцю ХVIII століття, але першим справжнім виданням для жінок став американський Ladies’ Magazine, котрий вийшов у 1828 році.

Основними темами, що висвітлювалися в часописі, були боротьба за жіночі права, а також заклик, щоб жінки ставали шкільними вчителями. Тиражі видання були дуже великими для того часу і сягали 40 000 щомісяця [15]. Наприкінці ХІХ століття почали з’являтися масові жіночі журнали, які були приблизно такими, як ті, що ми звикли бачити сьогодні [1].

У 50-і та 60-і роки минулого століття почала з’являтися реальна конкуренція між жіночими виданнями. Тенденцією 70-х років стало фокусування публікацій на жінках, які займаються кар’єрою. Видання відображали зміни у сприйнятті ролі жінок у суспільстві. Стрімке зростання різних назв жіночих видань пояснюється й зацікавлення рекламодавців жіночою тематикою, які по сьогоднішній день вбачають у жінках найбільшого споживача товарів. Не дивно, що саме жіночі журнали збирають найбільші рекламні бюджети. Наприклад, наприкінці 2004 року в Німеччині налічувалося 64 жіночих журнали, серед яких були 35 щотижневих, 6, що виходять раз в два тижні і 23 щомісячних. Їх сукупний тираж. склав 13 млн. екз. Два жіночих видання входять в десятку найбільш високотиражних журналів Німеччини: Bild der Frau з аудиторією в 5,48 млн. читачів і Neue Post, які мають 3-х мільйонну аудиторію. Жіночі журнали в Німеччині належать до виду публічних видань, оскільки за своїм редакційним і рекламним змістом вони орієнтуються на широку публіку незалежно від професії, соціального положення, політичної або релігійної приналежності [15].

Першим європейським журналом, у якому була інформація весільного спрямування, можна вважати «Галантний Меркурій», який нерегулярно виходив із 1672-го у французькому місті Ліоні [15]. У журналі був опис весілля принцеси Марії-Луїзи з іспанським королем Карлом ІІ. Статтю ілюструвала гравюра, на якій була зображена сукня нареченої.

*Перші жіночі видання в Україні.* «Зараз мода жіноча стала на найвищий щабель свого блиску» [Цит. за: 17, с. 38]. Так говорилося у другому номері журналу «Вісник мод паризьких»

Шиттям одягу статку не заробиш, вирішив львівський кравець Томаш Кульчицький. Тож узявся за видання журналу мод. Перше число «Вісника мод паризьких» вийшло 1 січня 1840 року. Це був перший журнал мод у Галичині, яка тоді належала Австрійській імперії, та й на території сучасної України загалом [17].

**«**Вісник мод паризьких» публікувався польською мовою 1-го та 16-го числа кожного місяця, згодом – раз на два тижні, по четвергах. Налічував спершу чотири, потім вісім чорно-білих сторінок, а також кольорову вставку з малюнками найпопулярніших костюмів роботи львівського графіка Кароля Ауера, чеха за походженням. Обов’язково подавалися викройки з порадами для кравчинь.

Кожен номер починався модними новинками з Парижа. Жіночим костюмам присвячували в три-чотири рази більше тексту, ніж чоловічим. У числі від 16 січня 1840 року жінкам радять використовувати в одязі коронки, тобто мереживо: «Воно зараз становить основну частину дамського костюма: вживане до суконь, шалів, чепчиків і волосся, служить кожній нагоді і кожному вікові. Здається, що чорне мереживо візьме цієї зими гору над білим. До оздоблення волосся деякі дами використовують пір’я пташок, званих колібрі» [Цит. за: 17, с. 39].

Далі йдуть поради, де у Львові можна придбати матеріали для пошиття одягу: «Галантерея пана Вінцентія Кірхнера на Ринку під номером 155 на цьогорічні потреби карнавальні запаслася найновішими і найкращими товарами. Дами, що прагнуть вишуканих строїв, знайдуть тут численні тканини для бальних суконь. Не можемо оминути своєю увагою, що у майстерні пана Шпільчинського в будинку Паха під номером 132 2/4 виготовляють обов"язкові для дам і чоловіків натільні прикраси...» [Цит. за: 17, с. 40].

Після цього розміщувалися рецензії на вистави місцевого театру й концерти, літературні твори.

Редакція містилася в кам’яниці на пл. Фердинанда – теперішній рожевий будинок біля пам’ятника Адаму Міцкевичу. Друк здійснювала найкраща в місті друкарня Петра Піллера на вул. Личаківській. Річна передплата коштувала 10 злотих ринських – стільки ж становила місячна платня робітника. На початках журнал налічував 130 передплатників. Із часом їхня кількість виросла до тисячі.

З 1848 року редактором журналу був Ян Добжанський – відомий у місті журналіст. Після збройного виступу у Відні 13 березня австрійський імператор Фердинанд І розпустив уряд, а наступного дня проголосив свободу преси та скликання Конституційного зібрання. До Львова звістка про події у столиці докотилася через чотири дні. У редакції «Вісника мод паризьких» влаштували збір підписів із петицією до імператора.

* 1. **Аналіз українського ринку видань про весілля**

Український ринок видань про весілля налічує близько 20-30 журналів, але більшість з них вже не друкуються, а перейшли у формат весільного порталу в Інтернеті. Тому ми обрали десять популярних друкованих весільних часописів в Україні.

Журнал «Real Weddings» – видання інформаційно-рекламного характеру, яке в основному складається з реальних історій та яке розповідає про послуги, котрими користувалися конкретні наречені. Такий журнал слугує допомогою для майбутньої молодої та надихає її на нові ідеї. Видання розроблено для читачів, які живуть або планують своє весілля у Києві.

Часопис «Wedding Magazine» – всеукраїнське журнальне видання, яке за обсягом приблизно 150 сторінок, інформаційно-рекламного характеру, але реклама в журналі здебільшого подає послуги Києва, а не всієї України.

«Gorod Любви» – це путівник у світі справжніх почуттів і взаємних очікувань. Тут можна знайти будь-яку інформацію про підготовку та організацію весілля, а також, про життя після цього чудового дня. Тобто це видання інформаційно-рекламного характеру, яке вміщує не тільки інформацію щодо організації, проведення весілля, надання послуг, а й з приводу спільного життя, психології відносин між чоловіком та дружиною, щодо сімейних стосунків тощо. Видання друкується в Києві.

Журнал «Весільний сезон» – це такий собі каталог весільних послуг, який видається в Харкові та майже не наповнений матеріалами інформаційного характеру.

Часопис «Bride» – тематичний журнал про весілля й весільні послуги, збирає на своїх сторінках детальну й потрібну інформацію для майбутніх молодят та їх батьків, щоб можна було з комфортом знайти потрібний ювелірний, лімузин для нареченої або обрати гарну сукню для неї, а також зв’язатися з фотографом та багато іншого. Журнал виходить три рази на місяць накладом 4000 примірників у Полтаві та Кременчуці. Поради, рекомендації, РАЦСи, готелі, кортежі, весільні меню – все це є в журналі.

«Весілля до та після» – це найкращий путівник у лабіринті весільних послуг. Тематика журналу зачіпає актуальні теми життя і стосунків до весілля, тонкощів сімейного життя і найголовніше – підготовки і проведення весілля. Для майбутніх молодят «Весілля до та після» є незамінним помічником при підготовці незабутнього заходу. Крім вичерпної інформації про все, що стосується весілля, у журналі можна знайти контактні дані першокласних фахівців, що надають весільні послуги: кращі заклади міста та ті, які розташовані за містом; фотографи та відео оператори; провідні, конферансьє і ведучі; шоу-програми і дизайнерське оформлення, VIP-кортежі і ще багато інших весільних підрядчиків. Цей журнал регіональний, тобто видається у м. Вінниці, і там пропонуються послуги саме регіонального спрямування.

Журнал «Сучасне весілля» – всеукраїнське весільне видання, яке містить інформацію та рекламу послуг весільного спрямування по всій України, але здебільшого послуги, які представляють міста Одеса, Київ, Харків, Львів та Херсон, тобто міста-мільйонники.

Часопис «Fata» – київське весільне видання, сучасний естетичний журнал, який концентрує найцікавішу, актуальну й цінну інформацію весільної індустрії. Видання, яке надихає. Якість подачі і друку на високому рівні.

Журнал «Ваше весілля» – інформаційно-рекламне видання, яке розповідає про послуги весільних професіоналів у 4 містах: Одесі, Дніпрі, Харкові та Києві. Журнал зібрав найпопулярніші компанії, які займаються організацією весілля. Також у ньому є можливість брати участь у різноманітних конкурсах та вигравати подарунки.

Видання «Пара молода» – це каталог весільних послуг. Видання спрямоване на читача середнього й високого достатку. Журнал є єдиним весільним друкованим виданням Тернопільщини. Тираж – 2000 примірників, періодичність – 3 рази на рік. Поширюється безкоштовно у РАЦСі м. Тернополя молодятам при подачі заяви, у салонах краси, стоматологічних кабінетах, у закладах громадського харчування, магазинах-салонах, офісних приміщеннях кур’єрською доставкою.

*Весільні журнали в Луганській області.* На сьогоднішній день у Луганській області, у тій частині, яка контролюється Україною, видань про весілля немає. Проте до воєнної агресії у місті Луганську видавалося два весільні часописи: «Весільний Луганськ» та «Весілля у стилі». За своєю структурою та наповненням вони дуже схожі, також приблизно однакові за обсягом. Ці журнали здебільшого рекламного спрямування, рекламували весільні послуги в обласному місті та в регіоні. Контент інформаційного характеру складав приблизно 25-30 %.

Обидва журнали дуже яскраві та перенасичені кольорами, що важко для сприйняття. Журнал «Весільний Луганськ» містив не лише інформацію про регіон, а й щодо весілля закордоном.

Часопис «Весілля у стилі» мав не тільки інформацію про весілля, а й відомості на соціальну тематику, наприклад, однією з таких статей була «Зупинимо СНІД».

Отже, весільних видань в областях і регіонах не вистачає. Весільні видання зосереджено в містах-мегаполісах. Тому, бажано у всеукраїнських журналах створювати рубрики, які будуть розповідати нам про послуги у маленьких містах або ж потрібно створювати свої регіональні видання. До 2014 року в у Луганській області функціонувало два весільних видання, але з початком конфлікту вони припинили свою діяльність на території України, тобто на даний момент в Луганській області весільних видань не існує.

**Висновки до 1 розділу**

Журнал – це періодичне видання, яке виходить під постійною назвою, має постійні рубрики, містить статті, реферати, інші матеріали з різних громадсько-політичних, наукових, виробничо-практичних та інших питань, літературно-художні твори, ілюстрації, фотографії. Для того, щоб створити журнал потрібно враховувати три основні чинники:

1. Характер інформації (або зміст);
2. Цільове призначення;
3. Читацьку адресу.

Для того щоб проаналізувати весільне видання, існуючих класифікацій виявилася недостатньою, тому ми сформулювали власне визначення: весільне видання – це видання для жінок інформаційно-рекламного характеру, яке здебільшого розраховане на конкретний регіон поширення, оскільки це пов’язано з рекламою весільних послуг.

Аналіз сучасного ринку весільних видань в Україні показав, що функціонує небагато видань, переважна більшість яких розрахована на столицю України або найбільші міста України, такі як: Харків, Одесу, Дніпро. У Луганській області наразі весільні видання відсутні.

**РОЗДІЛ 2**

**КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ ВЕСІЛЬНОГО ЖУРНАЛУ «ІДЕАЛЬНЕ ВЕСІЛЛЯ»**

**2.1. Змістова частина видання**

Назва весільного видання обрана, виходячи з таких міркувань:

1. Сформована українською мовою, тому що більшість весільних журналів України європейсько орієнтовані, а мова підкреслює національну індивідуальність та оригінальність.

2. Передає головну ідею журналу – допомогти нашим читачам за допомогою матеріалів та рекомендацій зробити своє весілля ідеальним.

Змістова частина весільного видання «Ідеальне весілля» складається зі службової, вступної та основної частин.

Службова частина містить вихідні відомості на початковій та прикінцевій сторінках, колонтитули та колонцифри, зміст.

Титул (титульний аркуш) – це початковий аркуш видання, на якому розміщується частина основних вихідних відомостей, які дають можливість ідентифікувати видання, відрізнити його від усіх інших [16, с. 130].

На титульній сторінці журнального видання «Ідеальне весілля» розташована назва видання, гасло «Все для того, щоб зробити твоє весілля ідеальним». Над назвою розміщений порядковий номер видання, а під назвою – місяць та рік видання.

У лівому нижньому куті розташований ISSN – унікальний номер, що використовується для ідентифікації друкованого або електронного періодичного видання.

Анонс у журналі – це попереднє коротке повідомлення, яке містить у собі найчастіше назву статті, котра має якнайбільше привернути до себе увагу. У ролі анонсів на обкладинці журналу «Ідеальне весілля» були взяті тільки дві, на нашу думку, найцікавіші статті. Також це було зроблено з метою не перенасичити обкладинку та залишити дизайн стриманим.

Основну частину титульної сторінки займає фотографія, яка не ілюструє жоден із матеріалів номера, а спеціально зроблена для обкладинки. У ролі моделі для цього номера журналу виступила Юлія Назарова, фото зроблено Оленою Дмитрієнко – відомим фотографом у Сєвєродонецьку та регіоні. За таким принципом будуть зроблені й обкладинки наступних випусків.

Зміст розташований на розвороті сторінок 4-5, оскільки там розміщений не тільки зміст, а й «Слово редактора» та фото, які виступають змістовими елементами.

*Колонцифра* – «цифра, що позначає порядковий номер сторінки і вказується у верхньому або нижньому, рідше боковому полі сторінки книги або періодичного видання у її зовнішніх кутах чи посередині» [16, с. 137]. Колонцифра у нашому виданні розміщена внизу сторінки в центрі. Набрані шрифтом Monotype Corsive – 30 кеглем.

Колонтитул – «заголовкові дані (назва твору, частини, розділу тощо), що розміщуються над текстом (верхній колонтитул) або під текстом (нижній колонтитул) кожної сторінки видання» [16, с. 136]. Постійними колонтитулами у виданні виступають тільки назви рубрик. Колонтитули набрані шрифтом Monotype Corsive – 30 кеглем.

У вихідних відомостях на прикінцевій сторінці розміщені надвипускні дані, що складаються з відомостей про вид видання, назву, порядковий номер, рік заснування, мову, членів редакційного колективу:

*Журнал «Ідеальне весілля»*

*№ 1 (1) травень 2018 року*

*ТОВ «Ідеальне весілля»*

*Головний редактор:*

*Машир Олена*

*Дата виходу: 20.05.2018*

Випускні дані вміщують:

*Наклад: 1500 екземплярів*

*Рекомендована ціна: 30 грн.*

*Адреса редакції:*

 *м.Сєвєродонецьк, вул.Курчатова, 43*

 *тел. (06451) 4-25-96*

*idealne\_vesillya@ukr.net*

 *Свідоцтво про реєстрацію: КВ № 21457-11-25 від 24.03.2018*

Вступна частина – це «додатковий до основної частини текст або кілька текстів, підготовлені за ініціативою видавництва чи автора для повнішого і глибшого сприйняття читачем пропонованого видання» [16, с. 132]. Вступна частина весільного видання «Ідеальне весілля» складається зі «Слова головного редактора». У цій частині коротко описується мета нового весільного видання, тобто ця частина виконує інформаційну й рекламну функції.

Основна частина – «це головний елемент змісту всього видання, який складається власне з авторських текстів, поділених на логічно завершені і співмірні за розмірами структурні підрозділи» [16, с. 134].

Рубрики сучасних видань можна за періодичністю поділити на постійні, тимчасові, одноразові. У часописі «Ідеальне весілля» 8 постійних рубрик, при виборі яких ми спиралися на коло тем, що будуть цікавими нашій аудиторії.

1. «Мода» – рубрика представлена фотографіями весільних суконь, котрі є модними у цьому сезоні, сукні салону «Skarlet Style» – найпопулярніший весільний салон у місті Сєвєродонецьку.

2. «Наш репост» – це поради для підготовки до весілля, найскладніші задачі, ми пропонуємо поради швидкого їх вирішення.

3. «Тема номера» – матеріал, котрий вже кілька років дискутується, а ми пропонуємо рішення та намагаємося підвести читача до власного вибору.

4. «День весілля» – інформація щодо нових та цікавих послуг, матеріал представлений у вигляді оглядів – аналізуємо послуги конкретного підрядника.

5. «Колонка експерта» – запитання спеціалістам з весільної індустрії в місті Сєвєродонецьку.

6. «Наречені рекомендують» – відгуки наречених з приводу весільних послуг у місті Сєвєродонецьку та в регіоні.

7. «Справжні весілля» – фотографії та короткий опис весілля, яке відбулося нещодавно.

8. «Майстер-клас» – інформація щодо оформлення прикраси для весілля, покрокова інструкція з фотографіями.

Окремий розділ відводиться для «Допоміжного каталогу» – там розміщені всі послуги у місті Сєвєродонецьку та регіоні у вигляді реклами.

Таким чином, ми визначили основні елементи, які розміщені у журнальному виданні «Ідеальне весілля». Щоб зрозуміти, чи здатний журналістський текст впливати на читача, чи стимулюватиме він читацьку активність, редактор повинен оцінити його композицію, логіку викладу, способи й форми інтерпретації фактичного матеріалу, спеціальні засоби підтримки уваги, іншими словами – його внутрішню та зовнішню організацію. При цьому він виходить з типологічної характеристики майбутнього видання, а також опирається на основні засади теорії і практики редакційного аналізу та редагування.

**2.2. Дизайн, верстка та матеріальна конструкція**

В. Шевченко зазначає, що найважливішим завданням дизайнерів і художніх редакторів газет та журналів є найвиразніше художнє втілення в зовнішньому образі друкованого твору його призначення, функціональної суті, матеріально-конструктивної і технологічної основ, тобто архітектоніка та дизайн видання [21].

Загальна стилістика видання – стримана, без зайвих деталей, лінійок, мінімалістична, аби виховувати смак у читачів. Основні кольори видання – фіолетовий та зелений. Головні елементи: власне текст та фотографії. Елементи, які об’єднують все видання – однакові шрифти, заголовки, колонтитули, колонцифри.

У Змісті інформація представлена в першу чергу – назвами рубрик та номерами сторінок, у другу – назвами статей та номерами сторінок. Також деякі номери сторінок винесені на фотографії праворуч від основного змісту.

Для назви видання обрано шрифт Segoe Skript. Це пояснюється тим, що для жіночого весільного видання потрібен особливий, естетичний та читабельний шрифт.

Для заголовків та підзаголовків використовується єдиний шрифт Georgia. Вибір цього шрифту мотивується тим, що він вважається одним із популярних та читабельних шрифтів із засічками. Крім того, шрифт Georgia вдало доповнив видання.

Для основного тексту обрано шрифт Minion Pro. Вибір мотивується тим, що даний шрифт широко використовується в газетно-журнальних виданнях та є читабельним. Основний текст повинен не перенапружувати око та мати легку текстуру.

Ліди надруковані шрифтом Verdana. Цей шрифт є одним з найкращих зі шрифтів без засічок. Ми обрали шрифт без засічок задля того, щоб розбавити текст, щоб він не став однотонним.

Також у журналі «Ідеальне весілля» широко використовується шрифт Monotype Corsiva. Шрифт використано для надрукування анонсів на обкладинці, змісту та заголовків окремого розділу журналу Допоміжний каталог.

Верстка відбувається в основному у дві колонки, а на деяких сторінках у одну та на прикінцевій вихідні відомості зверстані у трьох колонках. Висота колонок варіюється залежно від належності на сторінці зображень. Кожна стаття має заголовок, підзаголовки, лід і зображення, що супроводжують основний текст.

За матеріальною конструкцією журнальні видання розглядають як підвид книжкового видання, тобто видання кодексного типу певного формату і обсягу, що містять відповідну кількість оригінальних творів, рефератів і документів, об’єднаних певним тематичним змістом.

Матеріальна конструкція пропонованого видання має такі елементи:

* книжковий паперовий блок;
* обкладинка.

Книжковий (паперовий) блок − це основа журналу, яка складається із обрізаних із трьох сторін і з’єднаних у корінці окремих аркушів паперу відповідного формату і яка підготовлена для накладання й прикріплення обкладинки.

Обкладинка − важлива складова журналу, що слугує покриттям книжкового блока, виготовлена з паперу, відмінного від того, на якому друкуються сторінки часопису і яка покликана виконувати кілька функцій: скріплювальну, захисну, художню, інформаційну.

Для видання обрано формат – А4. Поля на сторінках − не менше 10 мм кожне. Журнал передбачено скріпляти скобами.

Папір має кращу читабельність та вважається більш естетичним, якщо він нейтрально-білий, це пов’язано з тим, що велика кількість ілюстрацій та текст краще виглядатимуть на білому фоне, а не такому кольорі, який використовується у книгах. Товщина й щільність паперу також відіграє значення: тонкий папір може просвічувати, надто товстий – робить видання важким. Пропонується друкувати журнальне видання на папері, щільністю 200г/ м2 (обкладинка) та 150г/м2.

Журнал «Ідеальне весілля» виконаний у програмі Adobe InDesign, оскільки в ній зручно верстати макет, є можливість створювати документи у різних форматах, наприклад PDF. Ілюстрації редагувалися в програмі Adobe Photoshop.

**2.3. Жанрова палітра статей**

Будь-який журналістський задум здобуває втілення у формі певного жанру. Розкриваючи журнал читач зустрічається в ньому не просто з текстами, а замітками, репортажами, статтями, нарисами, інтерв'ю, есе та іншими жанрами журналістики. Жанри – це комунікативні канали для певного роду інформації. Неправильно пов’язувати жанр лише з формою журналістського твору, хоча б і такою, що склалася в глибинах історії й стабілізувалася в своїх структурних ознаках. Жанр – це певним чином окреслений зміст, що «відшукав» найбільш зручну форму для свого втілення. Жанр – це змістовно-формальна єдність [14].

У журналі «Ідеальне весілля» нами були використані такі жанри:

* огляд;
* інтерв’ю;
* аналітична стаття.

Огляд розуміється в журналістиці як опис, підведення підсумків, розгляд, вивчення.

**Огляд –** це жанр журналістики, який «містить оцінки сукупності однорідних фактів з певної сфери життєдіяльності людей певного часу з метою дати аудиторії об’єктивну і цілісну картину дійсності, своєрідну панораму життя, одну з його сфер» [3, с. 44].

Огляд має специфічні особливості – призначення тексту, методів відображення дійсності і отримання інформації. Мета оглядача, що звертається до цього жанру публіцистики – дати читачу уявлення про цілий комплекс фактів, подій і ситуацій, що відбуваються і виникають у певному регіоні і в певний часовий період.

Сучасна журналістика виокремлює такі види оглядів за основними ознаками (за [3, с. 45]):

1. залежно від інтерпретації дійсності:
* огляди дійсності – публіцистичні огляди, які моделюють картини світу;
* огляди творів — не лише моделюють картини світу, але і оцінюють елементи моделювання й відображення для пояснення явища або прогресу;
1. за рівнем узагальнення інформації та впливом на аудиторію:
* інформаційні – домінує функція повідомлення, панорамне подання сукупності предметів дослідження. У них об'єднані факти, які моделюють панораму подій, що відбуваються в певний період у різних частинах регіону;
* аналітичні – спонукають до осмислення реалій та вчинків. У них автор не обмежується поданням інформації про те, що сталося в певний періоду в певному регіоні, а створює панораму певної ситуації та зосереджується на ній;
1. за формою відтворення:
* цілісні;
* ділені – складаються з окремих частин, блоків, об'єднаних спільною ідеєю. Кожна частина такого огляду може мати окрему назву, бути написана іншим автором;
1. за змістом:
* універсальні;
* тематичні – присвячені одній темі (економічні, комерційні, наукові, внутрішні, зовнішньополітичні, міжнародні, кіноогляди, телевізійні, радіоогляди, книжковий, журнальний, газетні, спортивні тощо).

Огляди у весільному виданні «Ідеальне весілля» мають такі характеристики:

* огляди дійсності – описують конкретне явище, а точніше конкретну послугу, конкретних людей, які займаються тим чи іншим видом діяльності, який стосується підготовки весілля. Наприклад, в огляді «ВИБІР СУКНІ: *ПОРАДИ»:*

*«Skartet style» вже майже десять років, аналізуючи вподобання й потреби наречених, створює неперевершені образи для наречених. Шанувальниці класики і традицій, вподобальники креативних образів та ідей – кожна наречена знайде свою, ідеальну сукню. Щоб спростити вибір весільного вбрання пропонуємо маленькі хитрощі, що допоможуть швидко виключити недоречні варіанти і обрати найкращий»*;

* інформаційні огляди – подання об’єднаних фактів, які конкретно стосуються тематики весілля. Скажімо, в огляді «ВЕСІЛЬНИЙ БАНКЕТ, АБО ЯК ОБРАТИ РЕСТОРАН»:

*«Весільний банкет можна організувати де завгодно: у шатрі, прямо на вулиці, якщо дозволяє погода і ви знайшли майданчик, у себе вдома, якщо дозволяють розміри будинку або ви запросили дуже скромну кількість гостей. однак перші позиції в списку місць для святкування весілля до сих пір займають ресторани»;*

* цілісні огляди – огляд поданий повністю, який не поділяється на окремі частини та написаний одним автором;
* тематичні огляди – присвячені одній конкретній тематиці – весільна підготовка, або як зробити своє весілля ідеальним.

Типи оглядів (за [3, с. 46]):

1. Публіцистичний огляд;

2. Огляди ЗМІ;

3. Огляд листів;

4. Огляд преси.

Огляди, представлені в нашому виданні, відносяться до типу публіцистичних оглядів. Публіцистичний весільний огляд має власний предмет дослідження – це тематично систематизовані факти і події, обмежені часовими та просторовими рамками, які прямо стосуються весільної тематики. Специфікою відтворення в публіцистичному огляді є панорамування подій та фактів. Такий огляд поєднує в собі декілька аналітичних методів: кореспонденції, статті, листування. Як і в кореспонденції, автор може поставити проблему не лише в панорамне відтворення фактів, або як і у статті, розкрити, пояснити явище, що стоїть за ними. Як у репортажі автор може вдатися до послідовного викладу подій як їх учасник, або аргументувати думку публіцистичними засобами.

**Інтерв’ю –** це спілкування, вибудуване через безпосередній контакт журналіста з одним або кількома співрозмовниками.

Види інтерв’ю (за [3. с. 26]):

1. Протокольне інтерв’ю – отримання офіційних роз’яснень в офіційної особи високого рангу.
2. Інтерв’ю-анкета – з’ясування думок з певного питання в різних співрозмовників, найчастіше різними особам ставлять одне й те питання, проводиться, як правило, поза студією.
3. Інтерв’ю-думка – включає коментар події, явища, факту.

4. Інтерв'ю-портрет – розкриття особистості співрозмовника, створення його соціально-психологічної та емоційної характеристики, виявлення його системи цінностей.

1. Інтерв’ю-замальовка – окрім передання змісту розмови, окреслюється обстановка бесіди, її характер тощо.

Інтерв’ю, представлене у весільному виданні, можна віднести до виду інтерв’ю-думки, тому що в ньому показана особиста думка людини, з якою ведеться розмова. Це ми можемо побачити на приеладі інтерв’ю з Лілією Лісовою:

*«– Коли потрібно починати пошуки ведучого на весілля?*

*– Якщо ви запланували своє весілля на літній або осінній сезон, то з пошуком ведучого раджу не затягувати. Як показує практика, ті, хто починають пошукову операцію «Все для весілля» за місяць до події, можуть бути дуже розчаровані, через те, що зусиль, нервів, а найголовніше часу на пошуки потрібно буде значно більше, аніж, якщо починати планування заздалегідь».*

**Аналітична стаття** характеризується важливим компонентом, що певним чином відрізняє її від групи інформаційних жанрів, а саме: в аналітичній статті читачу не просто розказують про певний факт, подію, журналіст робить спробу аналізу цього факту, події обов’язково в контексті проблеми. Бажано, щоб журналіст накреслив шляхи вирішення поставленої проблеми.

Аналітична стаття має відповідати не тільки на традиційні запитання (Що? Де? Коли?), але й «Як саме?», «Чому?», «Яким чином вирішити проблему?». Середній обсяг аналітичної статті, залежно від формату видання, становить від 8,5–12,5 тис. знаків. Стаття розміщується на внутрішніх сторінках газет. У щотижневиках і журналах анонси статей можуть бути винесеними на обкладинку, першу сторінку [4].

У журналі «Ідеальне весілля» наявна одна аналітична стаття «ВИКУП НАРЕЧЕНОЇ – ВЕСЕЛА ЗАБАВА ЧИ ВИСНАЖЛИВИЙ ЗВИЧАЙ». Ми спробуємо охарактеризувати статтю:

* аналітична стаття інформує читача, розповідає чому була взята ця проблематика;
* наводить докази того чому це питання повинно бути вирішено;
* визначає шляхи та варіанти вирішення даного питання.

Композиція аналітичної статті схожа на композицію художнього твору. В обох випадках маємо експозицію (у статті – ознайомлення з проблемою). Зав’язка подій у художньому творі є аналог в аналітичній статті. Це постановка проблеми, введення читача в суть справи. Розвитку дії в художньому творі відповідає конфлікт позицій (варіант, теза, антитеза) в аналітичній статті.

**2.4. Порівняльний аналіз весільного журналу «Ідеальне весілля» та закордонного журналу «Brides»**

Задля того, щоб дізнатися, наскільки якісно подана інформація в нашому часописі, ми порівняємо його з закордонним весільним виданням «Brides» за такими критеріями:

1. Загальна інформація про журнал;
2. Структура журналу;
3. Контент журналу;
4. Естетична функція журналу.

*Загальна інформація про журнал.* Журнал «Brides» у світі весільної індустрії можна порівняти з «Vogue» для світу моди. Читаючи кожен номер, наречені по всьому світу відчувають, як ніби спілкуються з близькою подругою, завдяки легкому стилю написання. «Brides» пропонує читачкам розділи «запитання-відповідь», планувальні календарі, матеріал, присвячений виїзним церемоніям, безліч порад та інші корисності. Більше того, сайт журналу «Brides» вважається одним з кращих, де можна знайти навіть більше інформації, ніж у друкованому виданні: підказки про моду, тенденції, б’юті-огляди й рекомендації, етикет, планування, весільну подорож, а також, реальні весільні історії, що супроводжуються фотографіями кращих фотографів. Журнал виходить декілька разів на рік, великого обсягу приблизно 200 сторінок, розрахований не на конкретну місцевість.

Журнал «Ідеальне весілля» – регіональний український журнал інформаційно-рекламного характеру. Єдиний журнал у Луганській області, котрий слугує помічником при підготовці до весілля. У ньому зібрані рекомендації, послуги та поради кращих професіоналів регіону. Обсяг видання до 50 сторінок, виходить один раз на квартал.

*Структура журналу.* Журнал «Brides» здебільшого представлений як каталог послуг, брендів, тенденцій. Журнал складається з:

* обкладинки;
* власне статей;
* реклами;
* слова редактора;
* змісту;
* вихідних відомостей;
* рубрик.

Майже всі рубрики постійні. У журналі за 2017 рік представлені такі рубрики:

* Лист редактору;
* Шоу нареченої;
* Книга;
* Подія;
* Привабливий список;
* Спробуй зараз;
* Ексклюзив;
* Мрія;
* Краса;
* Тістечко;
* Як вони це зробили;
* Тренди;
* Реальне життя;
* Якість та ін.

Журнал «Ідеальне весілля» містить інформацію щодо підготовки до весілля та рекламу послуг в регіоні. складається з таких елементів:

* обкладинки;
* змісту;
* реклами;
* слова редактора;
* власне статей;
* вихідних відомостей;
* рубрики

Журнал «Ідеальне весілля» має 8 рубрик і всі вони постійні, також допоміжний каталог, у якому представлені весільні послуги в місті Сєвєродонецьку та регіоні. Журнал має такі рубрики:

- Мода;

- Наш репост;

- Тема номера;

- День весілля;

- Колонка експерта;

- Наречені рекомендують;

- Справжні весілля;

- Майстер-клас.

*Контент журналів.* У журналі «Bride» публікуються статті щодо організації та підготовки до весілля; щодо краси, здоров’я, модних тенденцій та інше, тобто та інформація, яку ми спостерігаємо у звичайних жіночих журналах; щодо послуг весільного спрямування: реклама магазинів одягу, ювелірних крамниць, організаторів та інше. Жанри статей: замітка, інтерв’ю, огляд, коментар, есе, стаття. Тобто палітра жанрів у цьому журналі дуже насичена та різноманітна.

У часописі «Ідеальне весілля» представлені матеріали щодо підготовки до весілля та реклама весільних послуг у регіоні. Також є елемент зворотнього зв’язку – анкета для читачів. Жанри матеріалів: інтерв’ю, огляд, аналітична стаття.

*Естетична функція.* У журналі Brides важко простежити постійні елементи на кожній сторінці журналу, об’єднуючим елементом виступає шрифт для рубрик та рожевий колір у поєднанні з іншими. Дизайн журналу насичений, застосовуються різні шрифти різних накреслень та кольорів. На шпальті з текстом перенасичення зображень, як для читача, нам здається, що їх забагато. Більшу частину журналу займає каталог весільних суконь, як на нашу думку, то це повинно бути інше за типом видання.

У журналі «Ідеальне весілля» наявні постійні елементи: використання двох основних кольорів (фіолетовий та зелений), однакових шрифтів, рубрик, колонцифр. Оформлення журналу мінімалістичне, зображення доповнюють основний текст, а не перенасичують його.

Отже, порівняння двох видань показало, що видання «Ідеальне весілля» виконане з дотриманням вимог до такого виду видань; Brides за структурою не відрізняється значно від нашого видання. За жанровою палітрою Brides різноманітніший, але це пов’язано з обсягом видання.

**Висновки до розділу 2**

Змістова частина весільного видання «Ідеальне весілля» складається зі службової, вступної та основної частин. Службова частина видання містить вихідні відомості на початковій та прикінцевій сторінках, колонтитули та колонцифри, зміст.

Загальна стилістика видання стримана, мінімалістична, без зайвих деталей, лінійок, аби виховувати смак у читачів. Основні кольори часопису – фіолетовий та зелений. Головні елементи: власне текст та фотографії. Елементи, які об’єднують все видання, – однакові шрифти, заголовки, колонтитули, колонцифри.

**ВИСНОВКИ**

Весільні періодичні видання відносяться до групи журналів, які видаються для широкого кола читачів, тобто мають на меті у популярній формі інформувати масову аудиторію, незалежно від віку та національної приналежності. Проте весільні видання часто розраховані на конкретну місцевість – це пов’язано з рекламними послугами у конкретному місті або регіоні, також статті часто розповідають також про послуги або професіоналів у весільному бізнесі конкретної місцевості. За функціональним призначенням складно віднести весільне видання до конкретного виду. За цією класифікацією, видання про весілля можна віднести тільки до рекламного виду видань, адже, окрім суто інформаційного контенту у журналі представлена реклама послуг у регіоні задля створення попиту на них, звичайно, вони прямо стосуються тематики.

Журнали для жіночої аудиторії з’явилися значно пізно. Хоч їх появу і приписують кінцю ХVIII століття, першим «справжнім» виданням для жінок став американський Ladies’ Magazine, що вийшов у 1828 році. Першим журналом для жінок у Європі можна вважати «Галантний Меркурій», який нерегулярно виходив із 1672-го у французькому місті Ліоні. «Вісник мод паризьких» – перший журнал для жінок у Галичині та й на території сучасної України загалом.

Аналіз найпопулярніших видань України показав, що подібних видань у регіонах не вистачає, весільні часописи виходять у містах-мільйонниках. Тому бажано у всеукраїнських журналах створювати рубрики, які будуть розповідати нам про послуги у маленьких містах або ж потрібно створювати свої регіональні видання. До 2014 року в у Луганській області функціонувало два весільні видання, але з початком воєнного конфлікту вони припинили свою діяльність на території України, тобто на сьогодні в Луганській області весільних видань не існує.

У межах бакалаврського проекту був створений весільний журнал для широкого кола читачів, який планується видаватися українською мовою. Контент видання – допомога при підготовці до весілля своєї мрії. Це здійснюється з використанням порад найкращих фахівців у весільній індустрії у місті Сєвєродонецьку та регіоні. У журналі «Ідеальне весілля» 8 постійних рубрик, при виборі яких ми спиралися на коло тем, котрі будуть цікавими нашій аудиторії: «Мода» (фотографії весільних суконь, модними в цьому сезоні, фото суконь салону «Skarlet Style» – найпопулярнішого весільного салону Сєвєродонецька), «Наш репост» (поради для підготовки до весілля, найскладніші задачі, пропонуються поради швидкого їх вирішення), «Тема номера» (матеріал, котрий декілька років дискутується, а видавці пропонують рішення та намагаються підвести читача до вибору), «День весілля» (інформація щодо нових та цікавих послуг, матеріал представлений у вигляді оглядів), «Колонка експерта» (запитання спеціалістам у весільній індустрії у місті Сєвєродонецьку), «Наречені рекомендують» (відгуки наречених з приводу весільних послуг у місті Сєвєродонецька та в регіоні), «Справжні весілля» (фотографії та короткий опис весілля, яке відбулося нещодавно.) №Майстер-клас» (інформація щодо оформлення прикраси для весілля, покрокова інструкція з фотографіями). Окремий розділ відводиться для «Допоміжного каталогу», де розміщені всі послуги у місті Сєвєродонецьку та регіоні як реклами.

Змістова частина весільного видання «Ідеальне весілля» складається зі службової, вступної та основної частин. Службова частина видання містить вихідні відомості на початковій та прикінцевій сторінках, колонтитули та колонцифри, зміст.

Загальна стилістика видання – стримана, без зайвих деталей, лінійок, мінімалістична, аби виховувати смак у читачів. Основні кольори видання – фіолетовий та зелений. Головні елементи: власне текст та фотографії. Елементи, які об’єднують все видання, – однакові шрифти, заголовки, колонтитули, колонцифри.

Журнал планується як щомісячне видання, обсягом до 50 сторінок формату А4. Журнал характеризується лаконічністю оформлення, використанням мінімуму кольорів і декоративних елементів, що пояснюється, з одного боку, бажанням надати йому естетичного, не переобтяженого вигляду, а з іншого – європейськими тенденціями оформлення як неперіодичних, так і серіальних видань.

При розробці оригінал-макету видання враховувалися сучасні тенденції в сфері періодичних туристичних видань, що стосуються їх змістовного, позиційного, естетичного аспектів, але водночас була сформована власна видавнича концепція, яка відповідала б запитам потенційної аудиторії.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Борисенко Т.О. Перша українська періодика / Т.О. Борисенко // Бібліотечний вісник. – 1993. – 247 с.

2. Бочковський І. Українська журналістика на тлі доби / І. Бочковський, С. Сірополко. – Мюнхен, 1993. – 204 с.

3. Вакуров В. Н. Стилистика газетных жанров / В. Н. Вакуров, Н.Н. Кохтев, Г.Я. Солганик. – М. : Высшая школа, 1978. – 183 с.

4. Василенко М. К. Аналітична проблемна стаття на сучасному етапірозвитку преси [Електронний ресурс] / Інститут журналістики : сайт. – Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1559>

5. Голубев В. Проблемная статья в газете / В. Голубев. – М. : Издательство политической литературы, 1976. – 148 с.

6. Горохов В. М. Закономерности журналистского творчества / В. М. Горохов. – М. : Высшая школа, 1975. – 42 с.

7. Доценко К. Глянцове видання: до питання дефініцій і тенденцій розвитку в сьогоденні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://papers.univ.kiev.ua/zhurnalistyka/articles/Slick\_edition\_revisited\_definition\_and\_tend

8. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. – Вид. офіц. – Чинний від 22 червня 2015 р. – К. : Держстандарт України, 2015. – 38 с.

9. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.

10. Іванов В. Ф. Техніка оформлення газети : курс лекцій. – К. : Т-во «Знання», 2000. – 226 с.

11. Недопитанський М. Сучасна українська періодика: типологічний аспект / М. Недопитанський. – К. : Знання, 2006. – 220 с.

12. Оформление периодических изданий / под ред. А. П. Киселева. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – 160 с.

13. Пашник О. В. Специфіка рекламно-розважальних журналів Запоріжжя [Електронний ресурс] / О. В. Пашник. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\_Gum/Dtr\_sk/2010\_1/files/SC110\_35.pdf

14. Пилипенко А. Контент літературного журналу: принципи моделювання [Електронний ресурс] /А. Пилипенко // Вісник Книжкової палати. – 2012. – № 2. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkp/2012_2/st_5_02.pdf>

15. Сучасна жіноча преса в Україні : покажчик / упоряд. А. Волобуєва, Н. Сидоренко. – Київ : Дослід. центр історії укр. преси, 1998. – 74 с.

16. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця : практ. посіб. / Микола Тимошик. – 2-ге вид. стереотипне. – К. : Наша культура і наука, 2006. – 560 с.

17. Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853-1939 рр.) : анотований каталог / укладач В.А. Передирій. – Львів : Науково-видавниче підприємство «Мета», 1996. – 190 с.

18. Фрост К. Дизайн газет и журналів / К. Фрост. – М. : Университетская книга, 2008. – 231 с.

19. Чихольд Я. Новая типографика : руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд / пер.с нем. Л. Якубсона. – М. : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2011. – 244 с.

20. Шевченко В. Е. Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства [Електронний ресурс] / Шевченко В. Е. − Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1990>

21. Шевченко В. Е. Художньо-технічне оформлення видань різних видів [Електронний ресурс]. − Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815>

22. Шевченко В. Е. Шрифтове оформлення видань [Електронний ресурс] / В. Е Шевченко // Електронна бібліотека журналістики : сайт. − Режим доступу: http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1815

23. Шкляр В. Журналістська майстерність: поетика журналістського твору: конспект лекцій для студентів Інституту журналістики / В. Шкляр. – К. : Либідь, 1995. – 289 с.