**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

# Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки

# Кафедра української філології та журналістики

)

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

**до випускного кваліфікаційного проекту**

**освітньо-кваліфікаційного рівня** **«бакалавр»**

спеціальності **061 «Журналістика»**

на тему **«Розробка проєкту друкованого періодичного видання для вагітних»**

Виконав: студент групи **ЖУР–17д (ЖУР–17з)**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Бондар Н. О.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ ……………………….

(прізвище, та ініціали) (підпис)

Керівник \_\_Кравченко О. Л.\_\_\_ ……………………….

(прізвище та ініціали) (підпис)

Завідувач кафедри \_Бондаренко Г. П.\_ ……………………….

(прізвище та ініціали) (підпис)

Рецензент\_\_Максименко О. В.\_\_

(прізвище та ініціали)

Сєвєродонецьк

2021

СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

Факультет гуманітарних наук, психології та педагогіки

Кафедра української філології та журналістики

Освітньо-кваліфікаційний рівень: бакалавр

Спеціальність: 061 «Журналістика»

|  |
| --- |
| **ЗАТВЕРДЖУЮ**  **Завідувач кафедри**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  “\_\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року |

**З А В Д А Н Н Я**

**НА БАКАЛАВРСЬКИЙ ПРОЄКТ СТУДЕНТУ**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Бондар Наталії Олексіївни\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема проєкту Розробка проєкту друкованого періодичного видання для вагітних\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Керівник проєкту \_\_\_Кравченко О. Л., к. ф. н., доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_,

( прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “\_\_\_”\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року №\_\_\_

2. Строк подання студентом проєкту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

3. Вихідні дані до проєкту\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) проаналізувати медіаринок щодо наявності періодичних видань для жінок та для вагітних; з’ясувати специфіку цих видань; дати загальну характеристику періодичному виданню «ВагітнаЯ»; охарактеризувати структуру періодичного видання «ВагітнаЯ». \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Консультанти розділів роботи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  Консультанта | Підпис, дата | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
| 1 | Кравченко О. Л., к. ф. н., доцент |  |  |
| 2 | Кравченко О. Л., к. ф. н., доцент |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

6. Дата видачі завдання\_\_\_\_\_\_\_\_\_**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів бакалаврського дослідження | Строк виконання етапів | Примітка |
| 1 | Вибір теми роботи, вивчення наукової літератури, затвердження теми та керівника. | Жовтень 2020 |  |
| 2 | Аналіз літературних джерел. Розробка та подання плану дипломної роботи. Подання структури теоретичної частини дослідження. | Листопад 2020 |  |
| 3 | Робота над журналом. | Лютий-квітень 2021 |  |
| 4 | Робота над теоретичною частиною. Подання теоретичної частини для читання науковим керівником. | Березень 2021 |  |
| 5 | Усунення помилок згідно із зауваженнями наукового керівника. Подання на друге читання. | Квітень 2021 |  |
| 6 | Робота над практичною частиною дослідження, написання висновків. Попередній аналіз, перевірка стану виконання роботи. Подання на читання. | Травень 2021 |  |
| 7 | Доопрацювання роботи з урахуванням рекомендацій наукового керівника. Подання роботи науковому керівнику та рецензенту на підготовку відгуку та рецензії. | Червень 2021 |  |
| 8 | Подання на кафедру остаточного варіанта роботи, зброшурованого та підписаного автором, науковим керівником і рецензентом. | Червень 2021 |  |

**Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_**Н. О. Бондар

( підпис ) (прізвище та ініціали)

**Керівник проєкту \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_**О. Л. Кравченко**\_\_\_\_**

( підпис ) (прізвище та ініціали)

**ЗМІСТ**

**ВСТУП**.……………………………………………………………………. 3

**РОЗДІЛ 1. ПЕРІОДИЧНЕ ДРУКОВАНЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ВАГІТНИХ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ.**……………………………....….8

1.1. Стан вивчення проблеми....………………………..……….….……...8

1.2. Становлення друкованого періодичного видання для вагітних……11

1.3. Особливості періодичних друкованих видань для вагітних.………17

Висновки до розділу 1…………………………………………………….22

**РОЗДІЛ 2. ТЕМАТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ТА КОМПОЗИЦІЙНО-ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ ДРУКОВАНОГО ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ ДЛЯ ВАГІТНИХ «ВагітнаЯ»**…………………..………………….…………..23

2.1. Ідея створення часопису……..…………………………………….....23

2.2. Композиційно-графічна модель проєкту: стилістичні особливості, ескізне проєктування ……………………………………………………………26

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

**ВИСНОВКИ..**……………………………………………………….……32

**СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ**………………….….…….34

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.** Охорона материнства й дитинства визнана пріоритетною сферою інтересів охорони здоров’я та соціальної політики кожної держави, стурбованої своїм майбутнім. Стан здоров’я матері й дитини служить індикатором благополуччя суспільства в цілому.

Фундамент здоров’я майбутньої дитини закладається задовго до її народження. При цьому благополучний перебіг вагітності зумовлює появу здорового покоління.

Під час вагітності весь спектр можливих проблем жінки – медичних, соціальних, психологічних – проявляється особливо сильно, у вигляді загострення або виникнення захворювань, можливого погіршення матеріального статусу, втрати роботи, зміни укладу життя, міжособистісних конфліктів тощо. Якщо майбутня мама не може самостійно впоратися із ситуацією і їй не надають необхідної підтримки, наслідки можуть бути катастрофічними – аж до аборту або відмови від дитини. Зважаючи на це, покликанням періодичних друкованих видань для жінок, зокрема на тематику вагітності та пологів, є надання підтримки жінці в цей період, необхідної інформації.

Друкована періодика є невід’ємною складовою сучасного життя багатьох жінок. При цьому періодичні друковані видання для вагітних за типологію можливо віднести до стику соціально-медичної журналістики, яка потребує детального вивчення. Медична журналістика – це особлива сфера соціальної журналістики. Незважаючи на її затребуваність на ринку ЗМІ, інтерес журналістів і постійне коло читачів, теоретичної бази в неї не з’явилося. Крім того, така галузь, як медично-соціальна журналістика, практично не досліджена.

Однак у межах соціальної журналістики нею зацікавлюються, у суспільстві обговорюють проблеми охорони здоров’я вагітних. Проблеми медицини завжди будуть хвилювати читачів, викликати дискусії.

**Об’єктом дослідження** є організація друкованих періодичних видань для вагітних.

**Предметом дослідження** стали тематична концепція й композиційно-графічна модель друкованого періодичного видання для вагітних.

**Метою дослідження** є створення проекту друкованого періодичного видання для вагітних «ВагітнаЯ».

Для виконання заданої мети необхідно виконати наступні **завдання**:

* з’ясувати стан дослідження періодичних видань для жінок;
* охарактеризувати становлення друкованого періодичного видання для вагітних;
* проаналізувати специфіку друкованих видань для вагітних;
* описати ідею журналу «ВагітнаЯ»;
* визначити композиційно-графічну модель проєкту – стилістичні особливості, ескізне проєктування.

**Теоретико-методологічні основи дослідження.** Теоретичну базу дослідження склали вітчизняні наукові роботи в сфері вивчення жіночої преси, соціально-медичних видань, зокрема і друкованих видань, їх типології, особливостей, цільового призначення, контенту. Зокрема ці теми досліджували Боннер-Смеюха В., Василенко М., Козиряцька С., Коцур Н., Кузнець Т., Левченко К., Мудра І., Кіца М., Поберезська Г., Плющ В., Садівничий В., Скотникова Т., Сушкова О., Тишкевич К. І., Кузьмінець М., Туркевич К., Татарчук Т., Цимбалюк В., Федоров А., Ямпольська Р.

**Методи і прийоми дослідження**: робота над проєктом зумовила використання методів порівняльного і системного аналізу, методів конструювання та візуального аналізу, журналістських методів роботи з документами, інтерв’ю.

**Структуру роботи** складають вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел. У Вступі обґрунтовується актуальність і новизна, формулюється мета і завдання роботи, а також описуються теоретична, емпірична й методологічна бази дослідження.

У першому розділі «Періодичне друковане видання для вагітних як об'єкт дослідження**»** проведено огляд наукової літератури про стан вивчення друкованих видань для вагітних, досліджено історію виникнення та розвитку такого виду часописів.

Другий розділ «Тематична концепція та композиційно-графічна модель друкованого періодичного видання для вагітних “ВагітнаЯ”»присвячено опису тематичної концепції і композиційно-графічної моделі проєкту друкованого періодичного видання для вагітних. У Висновках узагальнено результати роботи над бакалаврським проєктом.

Список джерел містить 26 найменувань.

**РОЗДІЛ 1**

**ПЕРІОДИЧНЕ ДРУКОВАНЕ ВИДАННЯ ДЛЯ ВАГІТНИХ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ**

**1.1. Стан вивчення проблеми**

Інтенсивність проникнення медіа в усі галузі суспільства, насиченість інформаційними продуктами та активне зацікавлення ними ставить проблему об’єктивності, точності, актуальності інформації для читачів і розвитку їхньої медіакомпетентності. Поберезська Г. зазначає, що поширення соціально важливої інформації у секторі галузі охорони здоров’я та медицини, з одного боку, покладає велику відповідальність на ЗМІ за якість видань медичної тематики, з іншого – потребує розвитку у читачів умінь аналізувати, оцінювати, використовувати та передавати повідомлення в різноманітних формах [10, с. 73].

Скотникова Т., досліджуючи специфіку сприйняття аудиторією фахових видань (спеціалізованих) доходить висновку, що відповідність інформаційної насиченості тексту і доступності викладу матеріалу рівню компетентності читача – одна з найважливіших умов успішної комунікації [16, с. 232]. При цьому Козиряцька С. зазначає, що у випадку з виданнями медичної тематики можливо зробити поправку. Адже медицина (зокрема і тематика щодо вагітності, пологів, репродуктивного здоров'я тощо) – це та сфера, що може цікавити широку аудиторію й орієнтація у таких виданнях лише на коло вузьких спеціалістів не завжди бажана. Козиряцька С. пропонує виокремити «фахові» видання (для медичних спеціалістів) та «спеціалізовані» видання (наприклад, медична тематика) [4, с. 482].

Відтак періодичні друковані видання для вагітних можуть бути віднесені до спеціалізованих видань, які повинні поєднати в собі медичну тематику для широкої аудиторії без спеціальних знань. Адже їхня аудиторія – це не лише медичні фахівці, а й пересічні громадяни без медичної освіти.

У науковій літературі існує ряд досліджень медичної журналістики. Так, Коцур Н. вказує, що медична періодична преса завжди була джерелом інформації про медичні знання, засобом ознайомлення лікарів з новими методами профілактики, діагностики й лікування хвороб. Як і громадсько-політична періодика, але на вищому кваліфікаційному рівні вона інформувала читачів про стан здоров’я населення, його залежність від умов життя та інших соціальних і біологічних чинників, висвітлювала діяльність закладів охорони здоров’я, досягнення і недоліки у стані медичної допомоги. Періодичні медичні видання поширювали санітарну просвіту серед широких мас населення, друкували поради про збереження і зміцнення здоров’я людей. Їх роль у формуванні і поширенні соціально-медичних ідей має вагоме значення [5, с. 138].

Предметом наукових пошуків Коцур Н. є:

* формування і поширення соціально-медичних ідей в Україні на сторінках періодичних видань (друга половина ХІХ – 20-і рр. ХХ ст.) [5].
* науково-практичні аспекти гігієни та епідеміології на сторінках періодичних видань (друга половина ХІХ – початок ХХ ст. [6].

О. Федоров вказує: «Медіаосвіта – це процес розвитку особистості за допомогою засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки» [23, с. 341].

На основі цього Поберезська Г. приходить до висновку, що медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження та права на інформацію та є інструментом підтримки демократії. Отже, медіаосвітні можливості публікацій у нефахових періодичних виданнях із медицини вбачаємо у можливості: ознайомлення читачів із порадами щодо дотримання здорового способу життя, традиційного лікування різних хвороб та нових методів лікування; критичного осмислення та збагачення їх знань із нетрадиційної медицини. Актуальну інформацію читачі отримують зі статей, інтерв’ю, консультацій – відповіді на запитання читачів до редакції [10, с. 85].

Також опосередковано відношення до теми періодичних видань для вагітних мають дослідження в сфері медичної тематики, зокрема:

* Кузнець Т. досліджувала періодичні видання кінця ХІХ – початку ХХ ст. про медичне обслуговування населення Уманщини [7];
* науковими пошуками Плющ В. є медична преса в Україні [12];
* Садівничий В. досліджує соціокомунікативні параметри медичної преси підросійської України (середина ХІХ – початок ХХ ст. [14], медичну пресу Наддніпрянської України середини ХІХ – початку ХХ ст.) [15].;
* Туркевич К. розроблено класифікацію медичних періодичних інтернет-видань України [21].

Цимбалюк В. і Татарчук Т., здійснивши дослідження «Репродуктивна Ендокринологія» – перше спеціалізоване медичне видання, що використовує технологію «доповненої реальності», вказують, доповнена реальність (англ. augmented reality, AR) все більше входить у повсякденне життя. Завдяки розвитку мобільних комунікацій та з появою нових ґаджетів (окулярів, шоломів доповненої реальності тощо) технологія набуває поширення і в професійних сферах [22, с. 8].

Особливо перспективним є застосування AR у високотехнологічній медицині. На сьогодні розроблені роботизовані малоінвазивні системи, які за допомогою програмного забезпечення дозволяють здійснювати оперативні втручання на мікрорівні. Відтак, ознайомлення з технологічними новинками у сфері медицини, зокрема що стосуються вагітності, пологів, також новинно-тематично освітлюватися на сторінках періодичних видань для вагітних.

Призначенням періодичних друкованих видань для вагітних є комунікація з читачем, якому цікава тема вагітності, пологів, репродуктивного здоров’я тощо. Зокрема, таким читачем є жіноча аудиторія, що зумовлює розглянути особливості дослідження жіночої преси.

Серед досліджень жіночої преси варто виокремити Сушкову О., яка в дисертаційному дослідженні характеризувала динаміку розвитку та концептуальні особливості періодичних видань для жінок в Україні. Зокрема, дослідниця приходить до висновку, що виділення преси для жінок в окрему групу відбувалося шляхом публікації відповідних тематичних сторінок у громадсько-політичних газетах та створення нових спеціально призначених для жінок видань [18].

У вивченні періодичних видань для жінок також варто виокремити напрацювання наступних вчених:

* Мудра І. – дослідження еволюції українських жіночих журналів [9];
* Левченко К. – дослідження прав жінок: зміст, стан та перспективи розвитку [8].

Серед російських дослідників періодичних видань для жінок (жіночої преси) варто виокремити В. Смеюху. Соціологічна значущість публікацій науковця полягає в тому, що, ґрунтуючись на аналізі типологічної структури жіночої преси, вона проводить дослідження умов і факторів зародження і розвитку жіночої періодики в процесі зміни суспільства [1]. Проблему типологізації періодичних видань для жінок розробляла також Р. Ямпольська. Як основи для класифікації видань нею було запропоновано різні принципи: характер викладу, склад аудиторії, обсяг, формат, цільове призначення, характер інформації, що публікується та ін [25].

**1.2. Становлення друкованого періодичного видання для вагітних**

Друкована періодика є невід’ємною складовою сучасного життя багатьох жінок. У складі цієї періодики можливо виділити друковану періодику для вагітних. При цьому, періодичні друковані видання для вагітних за типологію можливо віднести до стику соціально-медичної журналістики, яка потребує детального вивчення.

Тема здоров’я сім’ї, матері та дитини, їхнього соціального захисту та благополуччя, вагітності завжди була присутня в друкованій періодичні всіх історичних періодів. Існують певні зміни в формі подачі подібної інформації: з часом розширюється тематика матеріалів, а також кількість видань, які висвітлюють тему сімейного здоров'я та введення вагітності.

Інтерес до теми здоров’я, зокрема здоров’я жінок та перебігу вагітності, у засобах масової інформації виникає ще в XVIII в. Уже в газеті «Санкт-Петербурзькі відомості» з 1728 по 1742 рр. в додатку «Історичні, генеалогічні і географічні примітки» публікувалися медичні рекомендації. Утім, тема вагітності не виокремлювалася в окреме періодичне друковане видання. Вона висвітлювалася у складі медичної журналістики того часу. Наприклад, передплатниками журналу «Санкт-Петербурзькі лікарські відомості», пілотний номер якого вийшов в 1792 р., були не тільки лікарі та аптекарі, а й масові читачі. У виданні висвітлювалися передові медичні ідеї, викладалися рекомендації щодо здорового способу життя. Велике значення приділялося темі сімейного здоров’я, материнства і дитинства: пропагувалося грудне вигодовування новонароджених; висвітлювалися методи догляду за дітьми з перших місяців життя; розповідалося про дитячі хвороби [18].

Пізніше стали з’являтися все більше спеціалізованих медичних видань: «Загальний журнал лікарської науки» (1811–1813, 1816), «Військово-медичний журнал» (1823–1917), «Московський лікарський журнал» (1847–1858), «Московська медична газета» (1858–1878), «Архів судової медицини та громадської гігієни» (1865–1871), тижневик «Лікар», який підтримував земську медицину і консультував з питань лікарської етики.

Крім спеціалізованих медичних видань, виникла науково-популярна медична періодика: «Популярна медицина» (1860–1862), «Дитина» (1905), «Супутник здоров’я» (1898–1905), «Здравіє сім’ї» (1902–1917).

Наприкінці XIX – на початку XX ст. на теренах України вже існували спеціалізовані ЗМІ практично за всіма медичними галузям, видавалося понад 150 медичних видань. Велика кількість нових видань про медицину виникли в перші роки радянської влади, наприклад, журнал «Лікарська справа» (1918).

Зрозуміло, в цей період тема вагітності, здоров’я сім'ї, матері та дитини знаходила місце не тільки в спеціалізованих виданнях про медицину. Наприклад, на зламі XIX–XX ст. виходить суспільно-політичне видання «Вогник», який від самого початку позиціонували як щотижневий ілюстрований літературно-мистецький додаток до газети «Біржові відомості», де в перших номерах у рубриці «Медицина» публікувалися матеріали, присвячені темі здоров’я (1901). [6, с. 92].

Видання для жінок також приділяли велике значення темам жіночого здоров’я, здоров’ю дітей. Великою популярністю серед читачок на початку XX ст. користувався «Жіночий журнал», який охоплював різні сфери жіночого побуту. В регулярній рубриці «Здоров’я сім'ї» публікувалися матеріали про причини виникнення і лікування різних захворювань, а також корисні поради. У цій рубриці часто розміщувалися матеріали, присвячені збереженню чоловічого і жіночого репродуктивного здоров’я. Так, наприклад, неодноразово виникала тема абортів. У 1930 р. у виданні публікується стаття доктора І. Левіна «Біологічна стерилізація жінки. Запобігання від вагітності». Матеріал ґрунтувався на ідеї небезпеки аборту: кількість абортів зростає з кожним днем, а вони «калічать і спотворюють здоров’я жінки» і для того щоб скоротити їх число, необхідно знайти метод, який зможе зробити жінку «тимчасово безплідною».

Тема репродуктивного здоров’я сім'ї досить яскраво представлена у жіночих журналах довоєнного періоду. Що стосується тематики матеріалів, то в основному це захворювання репродуктивної системи, онкологічні захворювання молочних залоз, попередження вагітності і питання профілактики венеричних захворювань, вагітність і післяпологовий період в житті жінки. Окрема увага приділяється питанню аборту в СРСР і за кордоном [16].

Відзначимо, що в радянський період тема сімейного здоров’я, здоров’я матері і дитини, перебігу вагітності набуває особливої значущості. Цінностями державної ваги були проголошені зразкова фізична підготовка населення і здоров'я людини, активно просувалася ідея здорового способу життя. Велика кількість радянських плакатів, які поширювалися в тому числі і за допомогою друкованих ЗМІ, агітували займатися спортом і вести здоровий спосіб життя (правильно харчуватися, дотримуватися особистої гігієни), наприклад, плакати «Здорові батьки – здорове потомство» (1946) тощо.

Здоров’я матері й дитини в Радянському Союзі були одними з найважливіших аспектів, тому окреме місце займали плакати на тему материнства і дитинства. Наприклад, плакат Миколи Валеріанова «Годуйте дитину грудьми» (1957) або плакат Ніни Ватоліної «Чистота – головне в догляді за новонародженим» (1958).

Особлива увага того періоду друкованих видань для вагітних приділялася плакатам, що закликають жінок уважно ставитися до свого репродуктивного здоров’я. Такі плакати з’являлися вже в період з 1921 по 1924 р.: плакати «Вагітна і мати з новонародженим – йди в консультацію», «Народи в лікарні, бабка калічить твоє здоров’я».

Уже в радянські часи виникає прототип сучасної соціальної реклами проти абортів – плакати Г. Рошенбурга «Аборт шкідливий для здоров’я» (1957) і А. Доброва «А я хотіла зробити аборт» (1961). Увага також приділялася радянським плакатам, присвяченим темі венеричних захворювань: у 1920-і рр. виникає серія плакатів, що попереджають про те, що «випадкові статеві зносини – головне джерело поширення венеричних хвороб», «венеричні хвороби виліковні, і тим швидше, чим раніше розпочати лікування». У Радянському Союзі з’являлися і плакати, присвячені темі вибору жіночих протизаплідних засобів, наприклад, плакат 1938 р. «Протизаплідні засоби продаються в аптеках» [8, с. 176].

Популярними виданнями для жінок середини XX ст. були видання «Радянська жінка», «Крестьянка», «Робітниця», де також існували спеціальні рубрики про здоров’я сім'ї. Наприклад, в журналі «Робітниця» в рубриці «Поради лікаря» в 1963 р. був опублікований матеріал кандидата медичних наук Є. Новикової «Дитина народилася раніше терміну», де розповідається про те, як доглядати за дітьми, які народилися недоношеними, як правильно годувати і одягати їх, крім того, окремий абзац присвячений розгляду причин, за якими відбуваються передчасні пологи. До них автор відносить аборти, інфекційні хвороби, а також занадто молодий або, навпаки, похилий вік породіллі.

Варто звернути увагу на те, що для України радянського періоду матеріали, складові жіночих журналів післявоєнного періоду і присвячені питанням здоров'я, представляють життя жінки благополучної і спокійної, вони дають зрозуміти, що держава піклується про жінку і її дитину й особливо уважно ставиться до майбутніх мам.

Якщо говорити про спеціалізовану пресу медичної спрямованості середини XX ст., то великою популярністю користувався журнал «Здоров’я» Міністерства охорони здоров’я СРСР і РФСФР, що виходив з 1955 р. Спочатку журнал був інструментом пропаганди здорового способу життя, але пізніше став повноцінним науково-популярним виданням, де публікувалися матеріали про наукові відкриття в сфері медицини, матеріали з медичних круглих столів і конференцій, статті про різні захворювання та методи їх лікування. У журналі «Здоров’я» неодноразово порушувалися теми материнства, здоров'я майбутньої мами, молодої мами і малюка, тема репродуктивного здоров’я сім'ї [8].

Журнал для батьків «Сім’я і школа» виходив з 1946 р. У журналі зачіпається безліч тем: виховання дитини, дитяче читання, здоров'я дитини і сім’ї (рубрика «Поради лікаря»). Велика увага приділялася питанням допомоги сім'ї від держави, розглядаються сімейні проблеми та шляхи їх вирішення. У 1989 р в № 9 в рубриці «Очима демографа» була опублікована стаття В. Борисова «Чи потрібен приріст населення?», де автор розмірковує про зниження народжуваності і його причини: «Сьогодні переважає праця поза сім’єю, з індивідуальною заробітною платою, розмір якої не залежить ні від числа дітей, ні від наявності сім’ї взагалі. Тому потреба в числі дітей зменшується, оптимальним стає наявність в сім'ї двох, а то і однієї дитини» [Цит. за: 8].

У 1990-і рр. багато в чому трансформуються і спосіб подачі інформації, і сприйняття аудиторії ЗМІ. Знижується інтерес до проблем соціальних, гуманітарних, в тому числі і до теми здоров’я сім’ї, матері і дитини, перебігу вагітності. На цей період припадають зміни традиційного вигляду сім’ї як соціального інституту, демографічна криза, в тому числі різке падіння народжуваності. На порядку денному жіночих видань тема збереження репродуктивного здоров’я стає епізодичною [8]. Наприклад, аналіз публікацій журналу «Робітниця» 1990-х рр., який був поширений на Україні показує наступне: видання стало позиціонувати себе вже не як суспільно-політичне, а як родинне. У ньому як і раніше популярними залишаються питання виховання дітей і сімейних взаємин, але крім образів сім’ї, ми все частіше зустрічаємо публікації про розлучення і подружньої невірності. Можливо, вперше за багато років у жіночих журналах так відверто і розгорнуто йдеться про інтимні стосунки. Також велика увага починає приділятися психологічному стану жінки: з’являються рубрики «Сімейні таємниці», «Делікатна тема», «Сама собі психолог».

Що стосується теми збереження репродуктивного здоров’я сім’ї, перебігу вагітності та пологів, то вона з’являється на сторінках «Робітниці» 1990-х рр. зрідка.

З початку XXI ст. кількість джерел інформації збільшується. Сьогодні матеріали про здоров'я вагітної жінки, новонародженої дитини публікуються у великій кількості видань, розрахованих на різну цільову аудиторію. Наприклад, тема жіночого здоров’я і здоров’я дитини широко поширена у виданнях для майбутніх мам і молодих батьків, у виданнях для жінок про красу і здоров’я. Тема збереження здоров’я сім’ї порушується не тільки в спеціалізованих журналах, але і в загально-політичних виданнях, які виходять як в друкованому вигляді, так і в електронному.

Таким чином, тема здоров’я вагітної жінки була присутня в друкованій періодиці ЗМІ різних історичних періодів. Існують зміни в формі подачі подібної інформації: з часом розширюється тематика матеріалів, а також кількість видань, які висвітлюють тему сімейного здоров'я.

**1.3. Особливості періодичних друкованих видань для вагітних**

Проблема збереження репродуктивного здоров’я жінки, її вагітності вимагає значної уваги. На сьогоднішній день питання, пов'язані зі збереженням здоров’я і репродуктивного потенціалу сім'ї, широко висвітлюються засобами масової інформації. Ця тема представлена в спеціалізованих виданнях для майбутніх мам і молодих батьків («9 місяців», «Мама і малюк», «Чекаю малюка», «Моя дитина»), а також в спеціалізованих журналах про здоров'я ( «Жіноче здоров’я», «Ваш гінеколог», «Здоров’я» та ін.). Неодноразово питання збереження репродуктивного здоров'я піднімаються в журналах для жінок, які сьогодні представлені на медіаринку: «Ліза», «Жіночі поради», «Краса і здоров’я». Крім того, все частіше тема збереження здоров’я сім’ї та репродуктивного потенціалу населення виникає на сторінках універсальних видань, спрямованих на широку аудиторію. Велика кількість матеріалів присвячено питанню штучного переривання вагітності, допоміжних репродуктивних технологій, здоров’ю жінки, найчастіше в матеріалах ці теми перегукуються зі збереженням сім’ї як важливого соціального інституту [8].

Важливо відзначити, що при вивченні виявлені специфіки висвітлення теми здоров’я сім’ї, перебігу вагітності жінки необхідно звертатися до матеріалів періодичних видань (або до їх електронних версій). Варто погодитися з точкою зору М. Маккомбс, який стверджував, що різні типи медіа виконують принципово різні функції у встановленні інформаційного порядку денного. Друковані ЗМІ задають загальний тон і складають якийсь «рейтинг» проблем, а аудіовізуальні ЗМІ відрізняються більш мозаїчною політикою: звертають увагу аудиторії то на одну, то на іншу подію. При цьому газети та журнали мають кумулятивний ефект, що виявляється через довгий час, а аудіовізуальні впливають короткостроково. Тому це дослідження спирається на аналіз друкованих ЗМІ, які відрізняються довготривалим ефектом за характером впливу на аудиторію [6, с. 36].

У сучасному суспільстві з кожним роком збільшується кількість молодих мам, які стикаються з величезною кількістю проблем: це і вибір життєвого шляху, і здобуття та реалізація професії, і підвищення кваліфікації, і пошук улюбленої роботи та багато іншого – все це загальна спрямованість сучасної молодої мами. І, відповідно, щоб їх позбутися, потрібно бути освіченим.

Просвітництво розглядається як забезпечення найбільш сприятливих умов розвитку кожної людини за допомогою передачі знань з інформування та консультування молодих з найважливіших питань життєдіяльності, що сприяє соціальному становленню особистості, набуття всіх видів, свобод і повноцінної участі в житті суспільства.

Просвітництво – різновид освітньої діяльності, розрахована на велику, офіційно незареєстровану і неформальну аудиторію, зазвичай не розчленовану на стійкі навчальні групи. Основне завдання освіти – поширення знань та інших досягнень культури, що сприяє правильному розумінню життя в цілому або його окремих сторін, а також пропаганда тих чи інших ідей, їх впровадження у свідомість людей з метою залучення та участі в їхньому втіленні через лекції, бесіди, виступи в засобах масової інформації, різного роду популярних виданнях. Відтак, періодичні друковані видання для вагітних за своєю суттю є виданнями що несуть інформацію для молодих мам, а також для молодих сімей. Фактично, це друковане видання є соціально-медичним.

Соціально-медичне просвітництво є однією з основних технологій соціальної роботи з молодими сім’ями. Технологія соціально-медичної освіти застосовується для попередження соціально залежних станів здоров’я: соціально значущих і особливо соціально обумовлених захворювань. Сюди відносяться всі профілактичні технології, що застосовуються в сферах охорони здоров’я, освіти, соціального обслуговування та в силових структурах для попередження порушень соматичного, психічного й репродуктивного здоров’я, формування установок на здоровий спосіб життя, забезпечення доступу до інформації з питань здоров’я, участь в розробці цільових програм медико-соціальної допомоги на різних рівнях [7, с. 35].

Періодичні друковані видання для вагітних як соціально-медичне просвітництво розглядаються як новий вид професійної діяльності медичного, психолого-педагогічного та соціально-правового характеру, спрямований не тільки на передачу знань, а й на збереження та зміцнення здоров'я матері та дитини, а також сім'ї в цілому. Соціально-медичне просвітництво принципово змінює характер комплексної допомоги в сфері охорони здоров’я, припускаючи системні медико-соціальні впливи на різних етапах розвитку хвороби й соціальної дезадаптації, що є потенційними причинами важких ускладнень.

Мета періодичних друкованих видань для вагітних – за допомогою передачі знань досягти максимально можливого рівня здоров’я (зокрема психічного і соціального) матері та дитини. Адже вагітні, молоді мами, їхні сім’ї повинні в доступній формі отримувати інформацію про шкоду тих чи інших факторів, про правильне використання отриманих знань. Добре організована пропаганда знань серед населення сприяє зниженню захворюваності та передчасної смертності, допомагає виховувати здорове, фізично міцне покоління.

За своєю суттю соціально-медичне просвітництво тісно пов’язане з медичною допомогою і діяльністю органів охорони здоров’я в цілому. При цьому ця технологія не перевищує межі своєї компетенції, не претендує на виконання лікувально-діагностичних функцій, а лише передбачає тісну взаємодію з медичним персоналом і чітке розмежування сфер відповідальності [8, с. 222].

На жаль, дуже часто соціально-медичне просвітництво в періодичних друкованих виданнях для вагітних ведеться формально. Це відбувається через недооцінку журналістами знання просвітницької роботи, через відсутність знань у тій чи іншій області, що призводить до порушення основного принципу подання соціально-медичної інформації.

Так, наприклад сайт Vox виділяється серед інших щодо нових медіа США завдяки своїй увазі до медичної і пояснювальної журналістики. В опублікованій в 2015 році статті старший медичний кореспондент веб-сайту Джулія Беллуз перерахувала три причини, чому журналістика повинна висвітлювати теми громадського здоров’я. На її думку, по-перше, коли мова заходить про здоров’я, люди більше звертають увагу на те, що говорять журналісти.

По-друге, хороша журналістика допомагає інформувати уряд: «Люди, які приймають рішення, покладаються на журналістів і чекають, що ті розкажуть їм, що нового і важливого відбувається в світі медицини» [Цит. за: 27], – написала вона.

Крім того, хороша журналістика, яка висвітлює проблеми громадського здоров'я, підтримує підзвітність уряду: «Система охорони здоров’я – це бізнес, і цей бізнес повинен бути підзвітний. Четверта влада <...> це не тільки опора функціонуючої демократії, це опора громадського здоров’я» [7, с. 38].

Четверта причина, чому для журналістів важливо висвітлювати теми громадського здоров’я, зокрема і теми, що стосуються здоров’я майбутньої матері та дитини, перебігу вагітності та пологів, – стан громадського здоров’я показує, наскільки добре (або наскільки неефективно) уряд служить громадянам своєї країни.

Журналістика, яка висвітлює теми громадського здоров’я, допомагає інформувати всі зацікавлені сторони – і адміністрацію, і громадян – про ситуацію і про те, що необхідно робити, щоб рухатися вперед.

При цьому варто врахувати проблемні моменти реалізації періодичних друкованих видань для вагітних – чому поширення цих спеціалізованих видань стикається з певними труднощами.

По-перше, цьому не вчать в школах журналістики. Потрібні роки, щоб досягти досконалості в цій галузі; існує не так багато можливостей знайти кого-то, хто поділиться досвідом. Цій професії не вистачає суспільного визнання. Також ця тема зазвичай не входить в число пріоритетних для редакторів і видавців. До того ж, потрібно співтовариство медичних журналістів.

Усе частіше йде мова про кризу сім’ї, зростає кількість молодих сімей, які за власним бажанням відмовляються народжувати дітей і живуть «для себе». Відтак, періодичні друковані видання для вагітних мають на меті донести доступну інформацію для майбутніх мам. Фактично ці видання повинні бути психологічною підтримкою та порадником для жінки, яка потенційно може стати матір’ю.

Тема збереження репродуктивного потенціалу сім’ї в останні роки стає все більш актуальною, можна позначити ряд причин: демографічні проблеми – зниження народжуваності; зростання числа виявлених патологій органів репродуктивної системи у молодих людей, наслідком яких є діагноз «безпліддя»; трансформація свідомості молодого населення – прагнення до самореалізації за рахунок відмови від народження дітей та ін [8, с. 207].

У сучасній періодиці акценти зміщуються на висвітлення психологічного клімату в сім’ї і способів вирішення сімейних проблем, популяризується відповідальне материнство та батьківство. Преса продовжує акцентувати увагу читачів на значенні сім’ї в житті людини, важливості турботи про своє здоров’я і здоров’я близьких, про збереження репродуктивного здоров’я для народження дітей.

**Висновки до розділу 1**

Таким чином, можна прийти до висновку, що проблемно-тематична орієнтованість жіночої періодики обмежується наступними цільовими установками: допомогти жінці виглядати красиво, відповідно до модних стандартів, бути здоровою, нормалізувати особисті відносини, допомогти у вихованні дітей, налагодити сімейний побут. Це стосується універсальних жіночих журналів.

При цьому особливості жіночої преси дозволяють розглядати популярні жіночі теми в інформаційному, інформаційно-аналітичному та художньо-публіцистичному напрямах. Наприклад, тематичний аспект здоров'я відбивається в інформативних нотатках, присвячених новим медичним препаратам, методам лікування. Водночас періодичні друковані видання для вагітних поєднують особливості жіночих періодичних видань та медичної журналістики.

Призначенням періодичних друкованих видань для вагітних є комунікація з читачем, якому цікава тема вагітності, пологів, репродуктивного здоров'я тощо. Зокрема, таким читачем виступає переважно жіноча аудиторія, що дозволяє віднести періодичні видання для вагітних до жіночої преси.

**РОЗДІЛ 2**

**ТЕМАТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ТА КОМПОЗИЦІЙНО-ГРАФІЧНА МОДЕЛЬ ДРУКОВАНОГО ПЕРІОДИЧНОГО ВИДАННЯ ДЛЯ ВАГІТНИХ - ЖУРНАЛУ «ВАГІТНА-Я»**

**2.1. Ідея створення часопису**

Після вивчення спеціалізованої літератури, контенту веб-майданчиків, робіт дизайн-студій і багатосторінкових друкованих видань для жінок як вітчизняних, так і зарубіжних, був зроблений висновок, що глобальна тенденція в графічному дизайні, архітектурі та мистецтві спрямовані на інтерактивний, мультимедійний простір, з іншого боку, набирає популярність тактильний дизайн, заснований на приємному відчутті від взаємодії з об’єктом дизайну.

Завдяки тенденції переходу в цифровий простір і взаємодії з ним багато сфер переглядають свою спрямованість і змінюють акценти. Особливо цей вплив спостерігається в сфері друкованих видань. На сьогодні щотижневі газети вже не є актуальними, тому вони переформувались в щомісячний журнал, які часто перетворюються в об’єкт колекціонування, отримання глобальних новин, інформації та інтерв’ю, а щоденні новини читач тепер отримує через їх сайт або додаток [2, с. 45].

У цих же умовах відбуваються і зворотні процеси; за останні роки кількість популярних незалежних журналів збільшилася. У таких журналах йде ставка саме на матеріальність, естетичність і акуратність, що дозволяє їм ставати своєрідними «артефактами матеріальності» і об’єктами колекціонування властивості через форму.

Першочергова задача створення випуску періодичного друкованого видання – журналу «ВагітнаЯ» – це те, що він може стати стилістичною основою для інших носіїв великої платформи в плані верстки, роботи з текстом, надання контенту. Ще одне завдання цього проекту – розробити обкладинку для номеру, оформлення стилю і прийомів які будуть використовуватися і ще для визначення тем для наступних випусків.

Тематика материнства, вагітності, пологів знаходить своє відображення на сторінках різних медіа. Коло питань, з якими стикається жінка, що планує стати матір’ю, дійсно величезний. І багато хто з цих тем є не тільки сферою інтересів окремої соціальної категорії, а й предметом для освітлення в ЗМІ. При цьому в різних засобах масової інформації розрізняється не тільки коло висвітлюваних тем, але й виділяються деякі особливості подачі.

Процес вагітності як соціальне явище так само обговорюється на сторінках різних видань. При цьому особливістю подачі цього явища в переважній більшості ЗМІ є акцент не на його медичну складову, а на психологічний стан жінки в процесі появи дитини на світ і роботу пологових будинків.

При створенні контенту проекту випуску журналу «ВагітнаЯ» було враховано, що цей журнал повинен доносити позитивну інформацію, фактично бути порадником та психологом для жінки, яка планує стати матір'ю. Це є надзвичайно важливим, адже аналіз інших видань дає привід говорити про наявність негативу в публікаціях про вагітність та пологи: велика частина матеріалів не інформує або нейтрально висвітлюють це питання, фактично формує негативне ставлення аудиторії до цього процесу.

При розробці контенту проєкту було відступлено від загальної тенденції поширення інформації у формі акції допомоги жінкам, які пережили психологічне або фізичне насильство з боку персоналу пологових будинків. Адже після прочитання окремих реальних історій читач формує власне ставлення до проблеми, осмислює її, порівнює з особистим досвідом. При описі подібних тем можна говорити про те, що ЗМІ виступають не тільки як ретранслятор думок і переживань героїв, а й як своєрідний «стимулятор» суспільної свідомості і поведінки. Завдяки публікації про проведення акції і існування спільноти дізналося значно більше людей. А значить, більшій кількості людей стало зрозуміло, що може відбуватися за стінами пологового будинку, і, можливо, вони захотіли б поділитися своїми історіями. При цьому загальний негативний посил матеріалу здатний сформувати негативне ставлення до явища у читацької аудиторії, що може сприяти демотивації жіночої аудиторії до пологів [28].

Для аудиторії часопису «ВагітнаЯ» – вагітних або жінок, що планують вагітність – такий контент не бажаний, адже може викликати страх, негатив.

Тож можна говорити про складнощі, що стоять перед журналістом при висвітленні цієї проблематики. Саме тому необхідно було вирішити одночасно дві задачі: правдиво описати процес вагітності та пологів, але не спровокувати страх, і, як наслідок, відторгнення до материнства в потенційної аудиторії.

Материнство варто розуміти не тільки як громадський і соціально-значимий феномен. Роль і важливість цієї жіночої ролі не можна до кінця зрозуміти поза зв’язком «мати-дитина». Підтему «відносини матері і дитини» слід розуміти у всьому різноманітті взаємодій між жінкою і її дитиною, а не тільки в рамках їх міжособистісного спілкування [26]. Тому в майбутніх випусках журналу «ВагітнаЯ» плануються теми, пов’язані з відносинами між мамою і дитиною, їх комунікація.

Крім того, проєкт має на меті розкрити психологію материнства. Ця смислова підтема тісно пов’язана як з темою «відносини матері і дитини», так і з багатьма іншими проблемами (зокрема, в контексті психології осмислюються питання пологів). Психологічний аспект материнства осмислюється на сторінках глянцевої періодики, питання психології традиційно є однією з ключових тем жіночих журналів, а материнство в цьому випадку виступає як одна із соціальних ролей, властивих жінкам.

**2.2. Композиційно-графічна модель проєкту: стилістичні особливості, ескізне проєктування,**

Стилістичні особливості проєкту «ВагітнаЯ» полягають в тому, що це видання є глянцевим, тому необхідне, щоб дизайн і система верстки в ньому були сучасними, органічними і відбивали актуальні тренди, але все ж це видання більше про читання (інформація про вагітність), ніж про картинки. Цей журнал має бути приємно і головне зручно читати.

*Назва*створеного періодичного друкованого видання обрана, виходячи з тематики його публікацій (теми, що стосуються питання вагітності і пологів). Виокремлення великою літерою останньої літери Я («ВагітнаЯ») зумовлено фактичним особистим виокремленням читачки та позначенням її стану – стан вагітності.

На титульній сторінці розміщено назву видання. У підзаголовкових даних розміщено відомості про вид видання – видання для вагітних, його періодичність – щомісячник, порядковий номер видання й рік випуску,

В правому верхньому кутку відведено місце для ISSN – унікального номеру, що ідентифікує це друковане періодичне видання.

*Титульна сторінка*. Виходячи з позиціонування журналу, використано класичну модель створення обкладинки: тематична фотографія, основні розділи і логотип-назва посередині зверху (скріншот 1).

*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» [19, с. 137]. У журналі «ВагітнаЯ» колонцифри розміщені внизу сторінки, парні сторінки – в лівому куті, непарні сторінки – у правому куті.

*Колонтитул* **–** «заголовкові дані (назва твору, частини, розділу тощо), що розміщуються над текстом (верхній колонтитул) або під текстом (нижній колонтитул) кожної сторінки видання» [19, с. 136]. У колонтитулах журналу «ВагітнаЯ» відображено назви основних рубрик. Це дозволяє читачу орієнтуватися в часописі.



Скріншот 1. Обкладинка журналу «ВагітнаЯ».

Колонтитули набрані шрифтом чорного кольору. Основними рубриками створеного випуску є:

* Слово редактора;
* Ти змінюєшся;
* Твій малюк;
* Головна тема;
* Проблеми та їх вирішення.

У вихідних відомостях на 3 сторінці вміщено надвипускні дані – відомості про вид видання, назва, порядковий номер, рік заснування, мову, членів редакційного колективу:

*№ 8 березень 2020*

*Щомісячний журнал для вагітних «ВагітнаЯ»*

*Видається з 2020 року*

*Українською мовою*

*Головний редактор: Бондар Наталія*

Випускні дані вміщують:

*Замовл. № 1*

*Наклад — 1 тис.*

*Адреса редакції: м. Сєвєродонецьк,*

*вул. Гагаріна, 104.*

*Телефон: +38 (095) 182-05-38*

*Web-сайт: \_vagitnaya\_magazine.ua*

*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» [19, с. 132]. Вступна частина журналу «ВагітнаЯ» представлений словом редактора «Мій восьмий місяць!». Особливістю слова редактора є те, що редактор сама вагітна і пише про свої відчуття під час вагітності на різних термінах. Слово редактора задає загальну інтонацію кожного окремого номера. Оскільки глянцеві журнали двонаправлені: як на вербально-смислове і на візуально-образне сприйняття, то фотографія і вступ редактора в нашому проєкті змістовно об’єднали статті, матеріали, фотосесії та рекламні групи випуску в єдиний інтонаційний інформаційний потік [3, с. 241].

*Основна частина –* «це головний елемент змісту всього видання, який складається власне з авторських текстів, поділених на логічно завершені і співмірні за розмірами структурні підрозділи» [19, с. 134].

У випуску передбачено 8 тем:

1. МІЙ ВОСЬМИЙ ТИЖДЕНЬ.
2. ПРИВІТ, 8 МІСЯЦЮ!
3. З КОЖНИМ ДНЕМ ТВІЙ МАЛЮК ВСЕ БІЛЬШЕ.
4. КОВІД 19 У ВАГІТНИХ.
5. БЕЗСОННЯ.
6. БІЛЬ У СПИНІ.
7. СКЛАДАЄМО СУМКУ ДО ПОЛОГОВОГО.
8. ДИТЯЧА. ПОЧИНАЄМО ГОТУВАТИ КІМНАТУ ДЛЯ МАЛЮКА.

Журнальний заголовок – складне комунікативне явище, що характеризує як мову відправника, так і його вплив на сприйняття одержувача, що викликає його реакцію у вигляді емоційного співпереживання та інтелектуальної обробки інформації [20, с. 129].

Відтак, заголовки тем проєкту були розроблені з урахуванням того, що наявність діалогічних відносин між адресатом і адресантом за допомогою адресованих їм заголовків дозволяє говорити про те, що заголовки жіночих глянцевих журналів припускають активність сприйняття їх читачами. Заголовки випуску становлять собою специфічний жіночий дискурс, оскільки вони складені жінкою для жінки, що дозволяє створити фрагмент колективного мовного портрета сучасної вагітної жінки на підставі їх аналізу [17].

Журнал «ВагітнаЯ» містить рекламу. Так, друга і двадцята сторінки відведенні для реклами дитячого інтернет-магазину з його контактним даними і реклами дитячих товарів.

Важлива особливість журнальної верстки – велика кількість зображень. Якщо для газетної статті (коротшої, що займає частину смуги) достатньо однієї-двох ілюстрацій, то журнальні статті вимагають більшої кількості ілюстративного матеріалу.

Відповідно розміщення трьох-чотирьох великих ілюстрацій на одній сторінці або на розвороті одночасно і важче, і цікавіше для дизайнера, так як є можливість використовувати різні варіанти поєднання тексту і зображень [24].

Зображення в проєкті відповідають ряду вимог:

1. Дотримання авторського права.

2. Застосування форматів зображень, що підходять для імпорту в використовуються програми роботи над ними:

3. SVG – для векторних зображень;

4. JPEG – для нерухомих растрових зображень з переважанням плавних колірних переходів (фотографії, репродукції художніх творів).

Вибір колірної гамми випуску – поєднання рожевого та голубого тонів зумовлене психологією сприйняття цих кольорів (скріншот 2). Фактично, означає очікування хлопчика (голубий колір) чи дівчинки (рожевий колір) [11].

 

Скріншот 2. Колірна гамма. Скріншот 5. Сітка журналу.

При створенні проєкту було прийнято рішення, що друковане видання міститиме безліч експериментів, розроблено декілька видів сіток: 1 колонка, 2 колонки, 3 колонки. До такого рішення підштовхнула ідея Р. Брінгхерста; «Створюючи сувору структуру в журналі ви можете працювати більш вільно дотримуючись і порушуючи всі встановлені вами правила, вибираючи сітку з непарної кількості колонок, верстальник стоїть перед вибором створювати архетипічні розвороти схожі один на одного або ж працювати з напругою і динамікою при цьому потрапляючи в пастки, щодо неоднорідності структури сторінок, і чим більше винахідливішими дизайнер зможе з них вибратися, тим більше унікальним буде його видання» [13, с. 56]. Переважно була застосована розбивка на 2 колонки, втім також застосовано і розбивку на 3 колонки.

Ґрунтуючись на базових ідеях журналу, типографіка проєкту розроблялася для зручності читання, при цьому основний складальний текст - 12 pt. Цей кегль випливає з ідеї, що журнал покликаний до спокійного читання. Для підзаголовків, дрібних підписів було прийнято рішення використовувати шрифт курсив, з відтіненням.

Протягом роботи над проєктом базовий шрифт змінювався декілька разів, а така зміна зумовлює зміни розмірності сітки, тому доводилося все переверстувати, створюючи найбільш оптимальний варіант ескізу.

Верстка проєкту відбувалася в Figma.

**Висновки до розділу 2**

З урахуванням проведеного особливостей періодичних друкованих видань було створено тематичн-графічну концепцію нового журналу для вагітних «ВагітнаЯ», який відрізняється кількома особливостями і може посісти гідне місце на ринку друкованих періодичних видань. Це спеціалізований засіб масової інформації, який публікує матеріали для жінок з питань вагітності та пологів. Концепт журналу не виключно на медичну тематику, а й є фактично психологічною підтримкою і порадником жінки, яка планує стати матір’ю.

Визначившись з концепцією видання, було вибудувано композиційно-графічну модель журналу «ВагітнаЯ» відповідно до сучасних тенденцій у візуальному оформленні ЗМІ. Піл час роботи над проєктом було урізноманітнено верстку видання: текст верстається на одну, дві і три колонки. Обкладинка позбавлена великої кількості анонсів, що перенесло увагу читача на зображення, поставило ілюстрацію на перший план. Робота з кольором полягала в продуманому використанні в блоках рубрик двох кольорів: рожевого і голубого, пов’язаних з тематикою матеріалів (очікування хлопчика / дівчинки).

**ВИСНОВКИ**

Піл час дослідження було проаналізовано теоретичний матеріал – наукові роботи в сфері вивчення жіночої преси й соціально-медичних видань, зокрема і друкованих видань, їх типології, особливостей, цільового призначення, контенту, закрема таких науковців, як: Боннер-Смеюхи В., Василенко М., Кнабе Г., Козиряцької С., Коцур Н., Кузнець Т., Левченко К., Мудрої І., Поберезської Г., Плющ В., Садівничого В., Скотникової Т., Сушкової О., Тишкевич К., Кузьмінець М., Туркевич К., Татарчук Т., Цимбалюк В., Федоров А., Ямпольської Р.

Жіночі журнали є сферою функціонування й розвитку тендерного дискурсу, відображення і створення норм і стандартів поведінки груп. Розвиток і становлення системи жіночих журналів пов’язано з мінливими уявленнями соціуму про категорії жіночності, функціонально-рольових характеристиках жіночого сегмента, що веде до модифікації тендерного дискурсу, типологічних характеристик видань.

Інтерес до теми здоров’я, зокрема здоров’я жінок та перебігу вагітності у засобах масової інформації виник ще в XVIII ст. Спеціалізовані медичні видання набули розвитку на початку XIX ст. Наприкінці XIX – на початку XX ст. на теренах України вже існували спеціалізовані ЗМІ практично за всіма медичними галузями. В радянський період видавалася жіноча періодика, яка містила окремі розділи щодо медицини, здоров’я.

Дослідження показало, що на сучасному етапі відбулася трансформація системи вітчизняних жіночих журналів і медичної періодики. Поширення набувають періодичні друковані видання для вагітних. Особливістю цих видань є те, що соціально-медичне просвітництво розглядається як новий вид професійної діяльності медичного, психолого-педагогічного та соціально-правового характеру, спрямований не тільки на передачу знань, а й на збереження та зміцнення здоров’я матері та дитини, а також сім’ї в цілому. Для періодичного видання для вагітних жінок важливим є збереження основного концепту жіночого журналу. Часопис передбачено поширювати на всій території України з щомісячною періодичністю.

Основною ідеєю журналу «ВагітнаЯ» стало те, що процес вагітності як соціальне явище обговорюється на сторінках різних видань. При цьому особливістю подачі цього явища є акцент не на його медичну складову, а на психологічний стан жінки в процесі появи дитини. Запропонована ідея майбутнього медіа відбита у п’яти постійних рубриках – Слово редактора, Ти змінюєшся, Твій малюк, Головна тема, Проблеми та їх вирішення.

Було створено композиційно-графічну модель друкованого періодичного видання для вагітних – проаналізовано стилістичні особливості, ескізне проектування. У композиційно-графічній моделі проєкту активно використовується колір, шрифти, тематичні зображення. В ході роботи над візуальним оформленням цього проекту було визначено технічні характеристики видання, розроблено сітку верстки (1, 2 і 3 колонки), визначено стильові графічні прийоми, розроблено структуру обкладинки. Таким чином, були вирішені всі поставлені завдання і досягнута мета цього проєкту.

**Список використаних джерел**

1. Боннер-Смеюха В. В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин. *Филологический вестник РГУ.* 2010. № 2. С. 50-56.
2. Василенко М. Друковане видання та інтернет-версія. Взаємодія чи конкуренція? *Образ*. 2017. Вип. 1. С. 41-48.
3. Кнабе Г. А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Москва: Вильямс, 2006. 736 с.
4. Козиряцька С. А. Спеціалізовані видання з медицини як складова веб-каталогів медичних сайтів. *Діалог: медіа-студії*. 2014. Вип. 18-19. С. 480-491.
5. Коцур Н. І. Формування і поширення соціально-медичних ідей в Україні на сторінках періодичних видань (друга половина ХІХ – 20-і рр. ХХ ст.). *Наукові записки з української історії*. 2019. Вип. 46. С. 136-146.
6. Коцур Н. І. Науково-практичні аспекти гігієни та епідеміології на сторінках періодичних видань (друга половина ХІХ – початок ХХ ст.). *Переяславський літопис*. Вип. 11. 2017. С. 91-99.
7. Кузнець Т. Періодичні видання кінця ХІХ – початку ХХ ст. про медичне обслуговування населення Уманщини. *Емінак*. 2019. № 4. С. 34-45.
8. Левченко К. Права жінок: зміст, стан та перспективи розвитку: монографія. Харків: Вид-во НУВС*,* 2001. 348 с.
9. Мудра І. М., Кіца М. О. Еволюція українських жіночих журналів. *Молодий вчений*. 2018. № 6 (1). С. 45-49.
10. Поберезська Г. Г. Медіаосвітній потенціал медичних періодичних видань. *Обрії друкарства*. 2016. № 1. С. 71-80.
11. Психология цвета в маркетинге: обзор 9 популярных оттенков // LPgenerator LLC. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2017/11/28/psihologiya-cveta-v-marketinge-obzor-9-populyarnyh-ottenkov/#rozovyj-fuksiya>
12. Плющ В. Медична преса в Україні. *Матеріали до історії української медицини.* Нью-Йорк, Мюнхен, 1995. Т. 1. С. 161-190.
13. Роберт Брингхерст. Основы стиля в типографике. Москва: Издатель Д. Аваронов, 2006. 480 с.
14. Садівничий В.А. Соціокомунікативні параметри медичної преси підросійської України (середина ХІХ – початок ХХ ст. *Наукові записки Інституту журналістики.* Том 56. 2014. Липень-вересень. С. 377-383.
15. Садівничий В.А. «Відродження розпочинається із гласності…» (медична преса Наддніпрянської України середини ХІХ – початку ХХ ст.): монографія. Дніпропетровськ: Середняк Т.К., 2015. 360 с.
16. Скотникова Т. Підходи до редагування повідомлень у спеціалізованих часописах (на матеріалах бухгалтерської преси). *Стиль і текст*. 2006. Вип. 7. С. 232-241.
17. Стивен Хеллер. Образование иллюстратора. URL: <http://educationofillustrator.tumblr.com/contents>
18. Сушкова О. М. Періодичні видання для жінок в Україні: динаміка розвитку та концептуальні особливості: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 ; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. Львів, 2005. 17 с.
19. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: [практ. посіб.] / Микола Тимошик. 2-ге вид. стереотипне. К. : Наша культура і наука, 2006. 560 с.
20. Тишкевич К. І., Кузьмінець М. П. Графічна організація тексту друкованих рекламних видань. *Культура і сучасність*. 2020. № 2. С. 128-133.
21. Туркевич К. Класифікація медичних періодичних інтернет-видань України. *Вісник Львівського університету.* Серія: Журналістика. 2018. Вип. 44. С. 254-259.
22. Цимбалюк В. І., Татарчук Т. Ф. «Репродуктивна Ендокринологія» – перше спеціалізоване медичне видання, що використовує технологію «доповненої реальності». *Репродуктивна ендокринологія*. 2018. № 2. С. 8-9.
23. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. Ростов: Изд-во ЦВВР, 2001. 708 с.
24. Элис Туэмоу. Графический дизайн: фирменный стиль. Москва.: Астрель, 2007. 256 с.
25. Ямпольская Р. М. Тенденции развития типологической структуры женской прессы. *Вестник МГУ.* Серия 10: Журналистика.  1995.  № 6. С. 15-25.
26. Steve Heller. The End of Illustration? URL: http://www.illustratorspartnership.org/01\_topics/article.php?searchterm=000

**SUMMARY**

to the bachelor's project of student Natalia Bondar on the topic: "Development of the project of a printed periodical for pregnant women."

The bachelor's project is dedicated to the creation of a printed periodical for pregnant women. The journal raises the following questions: how the body and body of a woman changes during pregnancy, how the baby develops and grows in the belly, what difficulties a woman may face during pregnancy, as well as various important issues related to pregnancy and upcoming childbirth.

The project is a magazine for pregnant women. The purpose of the magazine is to convey important information for pregnant women, to give the necessary advice.

For the layout of the magazine, the program "Figma" was used, the magazine itself is decorated in blue-pink colors with a moderate amount of photographs and illustrations.

Such colors associated with the gender of the unborn child are blue - a boy, pink - a girl.

The total length of the explanatory note is 33 pages and 26 references.