

Інна Снігур,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка

Науковий керівник –

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики

Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка

Наталія Дашенко

ПЛАНУВАННЯ КОНТЕНТУ

ДЛЯ ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ ДЛЯ ЖІНОК

Глянцеві жіночі журнали виконують складну місію – бути водночас джерелом інформації, натхнення та естетичного задоволення. Саме тому планування контенту має поєднувати редакційну стратегію з творчим баченням. Успішний журнал не просто інформує, а створює особливий емоційний простір для читачки.

Планування контенту є фундаментом створення глянцевого журналу, особливо коли йдеться про жіночу читацьку аудиторію. Такий процес вимагає системного підходу до добору тем, рубрик, візуального наповнення та стилістики, адже саме контент формує обличчя видання, його характер, упізнаваність.

Цільова аудиторія – ключовий орієнтир у плануванні контенту. Жінки різного віку, з різними життєвими пріоритетами, шукають у глянцевих виданнях теми, що відображають їхні інтереси: моду, красу, здоров'я, кар'єру, психологію, особистісний ріст, культуру, мистецтво та стиль життя. Відповідно до цього формується і рубрикація журналу.

Рубрики мають бути логічно структуровані та постійні, що дозволяє читачці легко орієнтуватися у змісті номера. Наприклад, серед типових рубрик: «Мода», «Краса», «Психологія», «Інтерв'ю з героїнею номера», «Подорожі», «Натхнення», «Кар'єра і бізнес», «Тіло і здоров'я», «Культура». Кожна з них виконує свою функцію: від практичних порад до мотиваційного або розважального контенту.

Особливу увагу потрібно зосереджувати на візуальній концепції, оскільки саме образність є однією з головних характеристик «глянцю». Важливо, щоби візуальні матеріали (фотографії, інфографіка, інші

ілюстрації) були не лише естетичними, а й змістовними, відповідали темі публікацій і стилю видання загалом. Гармонія між візуальним і текстовим компонентом – запорука привабливості журналу.

Планування контенту передбачає створення контентного календаря: графіка виходу матеріалів з урахуванням сезонності, актуальних тем, свят, подій тощо. Це допомагає забезпечити ритмічність, тематичну різноманітність і своєчасність публікацій. У глянцеvih виданнях випуски часто планують заздалегідь – на квартал або навіть пів року наперед.

Сучасні журнали існують не лише в друкованому, а й у цифровому форматі, тому важливо враховувати їх мультиплатформність. Частина контенту може адаптуватися для сайту, соціальних мереж, електронної розсилки. Це відкриває нові можливості взаємодії з аудиторією, водночас вимагає гнучкості у контент-плануванні.

Редакційна стратегія також охоплює типи контенту: авторські статті, інтерв'ю, колонки експертів, фотосерії, репортажі, опитування, рекомендації, аналітику. Чітке планування дозволяє уникнути повторень, підтримувати баланс жанрів та ритміку читання.

Планування допомагає будувати імідж і довіру до видання. Читачка повертається до журналу, коли відчуває, що контент створено саме для неї, з повагою до її часу, запитів й естетики. Тому планування – це не лише організаційний процес, а й спосіб комунікації з аудиторією.

В умовах високої конкуренції та цифрової насиченості планування контенту набуває ще більшого значення. Лише добре спроектоване, осмислене й емоційно заряджене видання може зберегти інтерес, залучити нову аудиторію й утримати її увагу.

Список використаної літератури

1. Верстка каталогів, журналів, брошур. *Від А до Я*. URL: <https://vidadoya.com.ua/верстка-каталогів-журналів-брошур/>
2. Зеленковська А. С. Тенденції розвитку ринку глянцеvih журналів про моду. *Матеріали науково-практичної конференції*. Запоріжжя: Молодий вчений, 2023. URL: <https://molodyivchenyi.ua/omp/index.php/conference/catalog/download/25/508/1044-1?inline=1>
3. Корнієць Н. В., Вовк О. В. Сучасні прийоми верстки та дизайну як засоби підвищення ефективності сприйняття навчального матеріалу. *Молодіжна школа-семінар*. Харків: ХНУРЕ. URL:

<https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/302bd425-d591-4f24-bdc9-ffa5a3be166f/content>

4. Тема законів, принципів, методів і способів сучасної верстки телевізійних новин. *Електронна бібліотека Інституту журналістики*. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1995>

5. Хмілярчук О. І., Чепурна К. О. Технології видавництва та поліграфії. Редакційно-видавничі процеси: комп'ютерний практикум: навч. посіб. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 91 с. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/030fe27c-c350-4f3c-9fa2-9facbff92140/content>

6. Що таке верстка і навіщо вона потрібна?. mediastudent.online. URL: <https://mediastudent.online/video/4663-shcho-take-verstka-i-navishcho-vona-potribna.html>