

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБІНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха
Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ЖУРНАЛ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЇ «MENTAL VIBE»

Студентки IV курсу, групи 4Ж
Освітньої програми *Журналістика*
Галузі знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Грубової Вікторії Володимирівни

Науковий керівник: Гандзюк В.О.
доцент, кандидат наук із соціальних
комунікацій

Розширена шкала _____
Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

АНОТАЦІЯ

Грубова В. Журнал сучасної психології «Mental Vibe». Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського, Вінниця, 2026.

Кваліфікаційна робота присвячена проектуванню, розробці та випуску журналу сучасної психології «Mental Vibe». Метою проекту є створення безпечного, легального та інтерактивного інформаційного простору для сучасної молоді, спрямованого на дестигматизацію психологічних проблем, руйнування культу «токсичної продуктивності» та популяризацію практичних інструментів саморегуляції в умовах тривалого стресу.

У роботі детально проаналізовано вплив цифрового середовища та алгоритмів сучасних соціальних мереж на емоційне благополуччя особистості (зокрема, ефект «екранного терапевта» у TikTok), досліджено нейробіологічні механізми міжособистісних конфліктів та зміщеної агресії, а також науково обґрунтовано використання альтернативних методів психологічного відновлення: арт-терапії, музикотерапії та терапевтичної фотографії.

Журнал побудовано за модульним принципом із чіткою диференціацією тематичних блоків: аналітичного («POV: Я і мій мозок»), соціально комунікативного («Неокрінжові стосунки»), технологічного (вплив штучного інтелекту на ризик виникнення депресивних станів) та практико орієнтованого («Mental Aid Kit»). Проект реалізовано з урахуванням сучасних тенденцій медіадизайну: поєднання мінімалістичної верстки та еkleктичного візуального стилю (колажі на основі античного поп-арту).

Ключові слова: *Mental Vibe, ментальне здоров'я, художньо публіцистичне видання, глянцеви́й журнал, психологічна стійкість, ефект екранного терапевта, емоційне вигорання, Mental Aid Kit, музикотерапія, терапевтична фотографія, античний поп-арт, верстка медіа.*

ABSTRACT

Hrubova, V. Mental Vibe: A Magazine of Modern Psychology. Vinnytsia

This qualification work is dedicated to the design, development, and publication of the magazine “Mental Vibe”. The project aims to create a safe, authentic, and interactive media space for contemporary youth, focused on destigmatizing mental health issues, dismantling the culture of “toxic productivity”, and promoting practical self-regulation tools under the conditions of prolonged wartime stress.

The work provides a detailed analysis of how digital environments and modern social media algorithms affect personal emotional well-being (specifically, the “screen therapist” effect in TikTok), explores the neurobiological mechanisms of interpersonal conflicts and displaced aggression, and scientifically substantiates the application of alternative psychological recovery methods, such as art therapy, music therapy, and therapeutic photography.

The magazine is structured on a modular basis with a clear differentiation of thematic sections: analytical (“POV: Me and My Brain”), socio-communicative (“Neo-cringe Relationships”), technological (the impact of generative artificial intelligence on depression risks), and practice-oriented (“Mental Aid Kit”). The project was implemented using contemporary media design trends, blending minimalist layouts with an eclectic visual style based on antique pop-art collages.

Keywords: *Mental Vibe, mental health, creative and journalistic edition, glossy magazine, psychological resilience, screen therapist effect, emotional burnout, Mental Aid Kit, music therapy, therapeutic photography, antique pop-art, media layout.*

4

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	5
1.1. Обґрунтування проєкту	5
1.2. Теоретична база	7
1.3. Мета і завдання роботи	10
1.4. Джерела фактів	11
1.5. Технічні й програмні засоби	13
1.6. Апробація.....	15

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКА РОЗРОБКИ ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ

«MENTAL VIBE»	16
2.1. Структура медіапродукту.....	16
2.2. Обсяг та наклад видання	20
2.3. Ідейно-смісловий задум	20
2.4. Специфіка аудиторії та візуальна концепція	21

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

IV. Макет журналу сучасної психології «Mental Vibe».....	27
--	-----------

5

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Обґрунтування проєкту

Актуальність кваліфікаційної роботи, що полягає в розробці та випуску журналу сучасної психології «Mental Vibe», зумовлена низкою глибоких соціокультурних, психологічних та медійних трансформацій, які переживає сучасне українське суспільство, зокрема молодіжна аудиторія.

У період повномасштабної війни рівень фонові тривоги, психологічного виснаження та емоційного вигорання серед молоді досяг критичних показників. Інформаційний простір перенасичений важким, травмуючим контентом та хроніками воєнних подій, що призводить до явища «втоми від співчуття» та вторинної травматизації. У цих умовах виникає гостра потреба у створенні якісного художньо-публіцистичного контенту, який виконуватиме не лише інформаційну, а й екологічну та терапевтичну функції. Журнал «Mental Vibe» проєктовано як легальний безпечний простір, своєрідну «ментальну гавань», яка допомагає читачеві віднайти внутрішній баланс, не вдаючись до ескапізму, а навпаки, через усвідомлену рефлексію та самоаналіз.

Сучасні медіа та соціальні мережі (зокрема Instagram, TikTok) сформували викривлені стандарти життєдіяльності особистості, засновані на токсичній продуктивності, штучних фільтрах та ілюзії бездоганності. Це

породжує у молоді хронічний дефіцит самооцінки, відчуття меншовартості та сорому через невідповідність екранному глянцю. Медіапродукт «Mental Vibe» виступає з маніфестом автентичності під гаслом «*Real talk over flawless illusions*» («Реальна розмова замість бездоганних ілюзій»). Він спрямований на деконструкцію «ідеальних фальшивок» та пропонує натомість концепцію прийняття власного реального, неідеального, але глибокого «Я».

Сьогодні спостерігається небезпечний тренд, коли алгоритми соціальних мереж перетворюються на ерзац-кабінети психотерапевтів. Молодь масово шукає відповіді на складні внутрішні питання у коротких

6

відеороликах, що призводить до пасток самодіагностики, посилення тривожності та формування дофамінової залежності від скролінгу. Обґрунтування нашого проєкту полягає у переході від пасивного та хаотичного споживання медіаконтенту до практичного використання науково доведених інструментів саморегуляції. Рубрики журналу трансформують теоретичні знання медіапсихології у прикладний набір – «*Mental Aid Kit*» (ментальну аптечку), що включає експертні рекомендації з медіа-аскези, терапевтичної фотографії, медитації та музикотерапії.

Формат художньо-публіцистичного глянцевого видання обрано з огляду на психологію сприйняття інформації молодіжною аудиторією. Він дозволяє гармонійно поєднати глибокі аналітичні лонгріди на базі наукових досліджень (наприклад, матеріали про взаємозв'язок використання ІІІ та ризику депресії, нейробіологію гніву) із легкою, емоційно розвантажувальною публіцистикою та експертними інтерв'ю.

Використання колажної техніки у стилі античного поп-арту та яскравого неонових колориту має на меті залучити візуально орієнтоване покоління. Поєднання класичних скульптур (як символу вічної людської психіки) із сучасними цифровими атрибутами (наушниками, смартфонами, касетами) створює міцний художній концепт, що підкреслює головну ідею журналу – перетин класичної психології та викликів діджитал-ери.

Повноколірне видання формату А4 обсягом 28 сторінок орієнтоване на

чітко диференційований сегмент читачів: студентську молодь, молодих спеціалістів (віком 18–35 років), які відчують симптоми професійного вигорання, кризу у міжособистісних стосунках або шукають екологічні шляхи подолання стресу.

Таким чином, розробка журналу «Mental Vibe» є актуальною та практично доцільною відповіддю на суспільний запит щодо медіапродукту, який пропагує ментальну гігієну, інформаційну грамотність та емоційну стійкість української молоді.

7

1.2 Теоретична база

Теоретична база художньо-публіцистичного журналу про ментальне здоров'я та психологічну стійкість «Mental Vibe» науково обґрунтовується через дослідження сучасних тенденцій у медійній, журнальній та мистецькій сферах, а також використання різноманітних методик роботи над аналітичними й прикладними матеріалами проєкту.

При вивченні особливостей розробки психологічного видання як специфічного типу журнального продукту, було проаналізовано фундаментальні праці В. Богдановича [2], В. Здоровеги [8], В. Карпенко [10], які досліджують історичний розвиток, типологічні характеристики, структурно-композиційні моделі періодичних та неперіодичних збірок і журнальних модифікацій в інформаційному просторі України.

Також у ході роботи над проєктом було проведено ґрунтовний аналіз сучасних журналістських, психологічних та мистецьких тенденцій для визначення потенційних тематик та напрямків для «Mental Vibe». Це включало дослідження популярних жанрів, стилів та тем у сучасній інтернет журналістиці та періодиці (зокрема, наукові розвідки У. Лешко [12] щодо жанрової архітекτονіки цифрових медіа), а також трендів у сучасному мистецтві, графічному дизайні періодичних видань та ілюстраціях (праці О. Андрощук [1], В. Богданович [2]).

У ході роботи також було вивчено різні журналістські та мистецькі техніки, такі як метафора, експресивні засоби мовлення, засади візуальної

композиції, архітектоніки смуг та поєднання текстового й графічного контенту (зокрема, на основі досліджень Л. Давиденко [4]), для використання їх під час написання лонгвідів та впровадження у загальну вибірку журналу.

У цілому, теоретична база психологічного журналу «Mental Vibe» ґрунтується на наукових дослідженнях, аналізі сучасних медійних тенденцій та використанні різноманітних творчих методик, що допомагають розвивати та реалізувати свою творчу лабораторію в контексті проєкту.

8

У сучасному інформаційному, соціокультурному та освітньому просторі спеціалізований журнал (альманах) зберігає свою актуальність як форма презентації творчих, дослідницьких, психологічних та культурно просвітницьких матеріалів. Попри зміну форматів подання інформації та стрімку діджиталізацію, друковані та глянцева видання і сьогодні виконують важливу функцію глибокого експертного діалогу, презентації нових поглядів на психосоматику, дестигматизації ментальних проблем та осмислення наукового спадку.

За своєю суттю, журнал такого типу – це періодичне або одноразове видання, у якому зібрано добірку художніх, публіцистичних, аналітичних і/або науково-популярних матеріалів, об'єднаних спільною тематикою або концепцією.

Таке художньо-публіцистичне видання має низку характерних рис. Усі матеріали об'єднані навколо однієї стрижневої ідеї, у випадку «Mental Vibe» це ментальне здоров'я, автентичність та психологічна самопомога особистості. Такий принцип структурування надає виданню цілісності. В одному випуску можуть гармонійно співіснувати наукові розвідки, публіцистичні статті, життєві кейси, спогади, інтерв'ю з менторами, критичні огляди цифрових трендів, фотодокументи та практичні інструкції. Видання може включати тексти різних авторів та експертів, що забезпечує різнобічне висвітлення теми й стимулює діалог думок. Важливим елементом є естетичне оформлення: обкладинка, шрифти, ілюстрації, верстка, що безпосередньо працюють на загальну ідею та концепцію видання.

Журнал як форма художньо-публіцистичного видання є потужним інструментом популяризації культури психологічної гігієни, взаємодії між поколіннями дослідників, збереження емоційного балансу суспільства та формування смислових горизонтів читача. У педагогічній, журналістській та студентській практиці він також набуває критично важливого значення як практикоорієнтована форма узагальнення набутих наукових знань і творчої самореалізації особистості [9].

9

Для того щоб завершити теоретичну базу та детально проаналізувати кращі зразки медійних проєктів, які успішно функціонують у сучасній психологічній та журнальній смугах мас-медіа, ми звернулися до авторитетних світових та вітчизняних видань про ментальне здоров'я, психологію та діджитал-культуру.

Розглянемо приклади таких проєктів, аналіз яких надав корисний контекст для розробки нашого глянцю «Mental Vibe».

«Psychology Today» – найвідоміше у світі науково-популярне медіа, яке виходить як у форматі друкованого глянцевого журналу, так і у вигляді масштабного цифрового порталу. Видання спеціалізується на адаптації складних академічних досліджень із нейробіології, психотерапії та поведінкової психології у доступні для широкого загалу лонгріди. Проєкт є еталоном інтеграції експертної думки у масовий медіапростір. Офіційний веб ресурс: psychologytoday.com.

«Mental Floss» – популярне цифрове та раніше друковане видання, що досліджує роботу людського мозку, історію, науку та поп-культуру. Журнал активно використовує інтерактивні формати, інфографіку та елементи легкого рефлексивного гумору для залучення молодіжної аудиторії та стимулювання когнітивного інтересу читачів [23].

Серед українських медіапроєктів, які ми проаналізували, було виділено: «Українська правда. Життя» – провідний вітчизняний онлайн-ресурс, що містить регулярні спеціалізовані підрубрики, присвячені ментальній гігієні, психологічній самопомозі та подоланню воєнного стресу. Ресурс успішно

поєднує практичні поради експертів, покрокові інструкції з медитації та аналіз емоційного стану суспільства [19]

«Платформа "Ти як?"» – масштабний всеукраїнський комунікаційний проєкт та онлайн-портал, створений для формування культури піклування про ментальне здоров'я в умовах війни. Ресурс функціонує як інтерактивна «аптечка» самопомоги, пропонуючи психологічні розвантаження, техніки

10

дихання та методи боротьби з тривогою, що перегукується із практичним модулем нашого журналу [18].

Аналіз цих світових та вітчизняних проєктів дозволив виявити найефективніші стратегії поєднання наукової верифікації з яскравою глянцевою подачею, що лягло в основу створення нашого медіапродукту.

1.3. Мета і завдання роботи

Мета кваліфікаційної роботи – теоретично обґрунтувати, спроектувати та експериментально реалізувати модель видання «Mental Vibe» як інтерактивного, екологічного та безпечного медіапростору, спрямованого на популяризацію ментальної гігієни, дестигматизацію психологічних проблем та підвищення психологічної стійкості молодіжної аудиторії в умовах сучасних цифрових та соціокультурних викликів.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі *завдання*: – проаналізувати сучасні тенденції розвитку українського ринку художньо-публіцистичної періодики та наукові підходи до висвітлення тем ментального здоров'я в мас-медіа.

– дослідити психологічні та нейробіологічні чинники впливу цифрового середовища (алгоритмів соціальних мереж, генеративного штучного інтелекту) на емоційний стан, когнітивні здібності та міжособистісні комунікації сучасної молоді.

– розробити цілісну концепцію, тематично-модульну структуру (рубрикацію) та ідейно-смісловий задум журналу «Mental Vibe» під гаслом «*Real talk over flawless illusions*».

– підібрати, відредагувати та структурувати високоякісні аналітичні, художньо-публіцистичні й практико-орієнтовані текстові матеріали, що базуються на верифікованих наукових даних і задовольняють інформаційні та емоційні запити цільової аудиторії.

– сформувати комплексний прикладний інструментарій самопомоги в межах спеціалізованого блоку «Mental Aid Kit» (експертні

11

рекомендації з медитації, арт-терапії, музикотерапії та терапевтичної фотографії).

– розробити оригінальну візуально-графічну концепцію видання, що поєднує засади мінімалістичного дизайну з еkleктичною колажною технікою в стилі античного поп-арту.

– здійснити макетування, технічне редагування та архітекtonіку 28-сторінкового повноколірного примірника глянцевого журналу «Mental Vibe» у форматі А4 за допомогою сучасних програмних засобів, підготувавши його до друку та цифрової дистрибуції.

1.4. Джерела фактів

У процесі підготовки та формування контенту журналу «Mental Vibe» було використано розгалужену й багатогранну джерельну базу. Для забезпечення високої точності, наукової верифікації та публіцистичної переконливості матеріалів фактична база видання була сформована на перетині академічних медичних досліджень, міжнародної фахової періодики, авторитетних психологічних платформ та провідних українських мас-медіа. Усі використані джерела фактів можна поділити на кілька ключових категорій.

Для аналізу технологічних викликів діджитал-ери та їхнього впливу на психіку було залучено результати масштабних соціологічних та медичних опитувань. Зокрема, у матеріалі про взаємозв'язок штучного інтелекту та депресії ключовим джерелом фактів стала наукова стаття в авторитетному американському медичному журналі JAMA Network Open, що базується на онлайн-опитуванні понад 20 тисяч громадян США. Також використано

наукові метааналізи та систематичні огляди, опубліковані у провідних фахових виданнях, таких як *Psychological Bulletin* (дослідження динаміки задоволеності стосунками) та *International Journal of Environmental Research and Public Health* (аналіз ролі новизни та привабливості у довготривалих парах).

12

Теоретичне й практичне підґрунтя аналітичних статей журналу спирається на розвідки світових експертів у галузі психології. Важливим джерелом фактів стали публікації американського психолога Марка Треверса для фінансово-економічного журналу *Forbes*, присвячені дослідженню емоційної близькості як головного захисного фактора проти рутини. Матеріали рубрики «Неокрінжові стосунки» сформовані на основі аналітичних оглядів експертів наукового порталу *Psychology Today*, які досліджують руйнівну силу «білої брехні», секретів та тактики мовчання в парі. Також залучено концепції відомих фахівців, зокрема психологині Елен Бершайд щодо «взаємозалежних планів» у соціумі.

Для адаптації матеріалів під запити та специфіку сприйняття вітчизняного читача було опрацьовано та верифіковано публікації провідних медіа-платформ України. Матеріали щодо нейробіології гніву, префронтальної кори та механізмів зміщеної агресії базуються на аналітиці інформаційного порталу *ТСН.ua* (матеріали Ганни Носової) [16]. Фактологічна база та практичні поради для початківців щодо технік правильного дихання, пози лотоса та ранкових практик медитації запозичені з досвіду публікацій ресурсу «Українська правда. Життя» (матеріали Катерини Хорошак). Оцінка довгострокових маркерів міжособистісних взаємин та шлюбних криз верифікована за матеріалами інформаційного агентства УНІАН (матеріали Катерини Шварц) [21].

Аналіз ефекту «екранного терапевта» у соціальних мережах та сценаріїв цифрового вигорання спирається на публікації платформ *glavred.net* (Даяна Швець) та *pravdahub.com.ua* (Дарина Марченко) [14].

Розважально-рефлексивний блок (мем-терапія) інтегрує медійні тренди

та добірки розважального порталу fun.lux.fm (матеріали Людмили Онуфреїв) [17].

Для прикладного блоку «Mental Aid Kit» джерелами візуальних та методичних фактів стали міжнародні терапевтичні онлайн-платформи. Серед них професійний ресурс дослідниці Джуді Вайзер (засновниці методу

13

фототерапії), а також сайт і мобільний застосунок The One Project, які спеціалізуються на опрацюванні травматичних переживань через сторітелінг та терапевтичну фотографію. Специфікація впливу звукових вібрацій (етнічних барабанів джембе, калімби, глюкофонів та інструментів *Rainstick* чи *Birds Waterfall*) на рівень кортизолу була розроблена із залученням дослідницьких та прикладних матеріалів платформ asropolis.ua та blog.depositphotos.com (Марія Ложко) [13].

Окрім зовнішніх джерел, вагомим фактором достовірності видання є залучення внутрішньої експертизи – наукового консультування з боку фахівців медіасфери, а також професійного досвіду практикуючих психологів, менторів та спеціалістів із психосоматики (зокрема, Маріанни Гнаткевич). Команда укладачів журналу здійснила самостійну аналітичну роботу: систематизувала складні медичні й нейробіологічні терміни (робота амігдали, дофамінова толерантність) у доступну форму художньо-публіцистичного діалогу.

Завдяки інтеграції та критичній перевірці такої різноманітної джерельної бази, журнал «Mental Vibe» поєднує легкість сприйняття, притаманну глянцевої періодиці, із залізобетонною точністю реальних наукових фактів.

1.5. Технічні й програмні засоби

Реалізація проекту з розробки та випуску художньо-публіцистичного видання «Mental Vibe» вимагала створення комплексної технологічної екосистеми. Процес збору інформації, редагування текстів, створення складної візуальної концепції (колажів) та фінального макетування було

здійснено за допомогою сучасних апаратних і програмних засобів. Інтеграція цих інструментів дозволила забезпечити високу якість додрукарської підготовки (Pre-press) відповідно до технічних стандартів сучасної поліграфії.

14

До основного комплексу технічних та програмних засобів увійшло низка технічних засобів та програмне забезпечення для роботи з текстом та структурування контенту.

Персональний комп'ютер / ноутбук використовувався як базовий обчислювальний вузол для виконання всіх ресурсномістких операцій: написання текстових матеріалів, обробки растрової графіки високої роздільної здатності (300 DPI), рендерингу візуальних ефектів та верстки багатосторінкового макета.

Смартфон / джерело мобільного зв'язку застосовувався для оперативного моніторингу медіатрендів (зокрема, аналізу алгоритмів та контенту у TikTok), збору емпіричних даних, фіксації селфі та первинного тестування QR-кодів, інтегрованих у простір журналу.

Текстові редактори (Microsoft Word, Google Docs) були задіяні на етапі первинного формування текстового масиву журналу. Вони дозволили виконати базове редагування, коректуру, перевірку орфографії та граматики, а також структурувати лонґріди за рубриками («POV: Я і мій мозок», «Неокрінжові стосунки», «Mental Aid Kit») перед їх імпортом у графічний процесор. Google Docs додатково забезпечив хмарну платформу для взаємодії з науковим консультантом проєкту.

Adobe Photoshop / Pixlr відіграли ключову роль у створенні унікального візуального стилю журналу – колажів у стилі античного поп-арту. За допомогою цих інструментів проводилася глибока обробка фотоілюстрацій: ретушування, виділення контурів класичних мармурових скульптур, інтеграція сучасних цифрових елементів (навушників, касет, смартфонів), корекція кольору та накладання яскравих неонових шарів (рожевого, блакитного, жовтого) для досягнення психологічного ефекту візуального занурення.

Canva (онлайн-платформа для дизайну та верстки) послужила основним інструментом для архітекtonіки та макетування 28-сторінкового видання. Інтуїтивно зрозумілий інструментарій платформи дозволив налаштувати

15

модульну сітку, розставити текстові блоки, підібрати акцидентні та текстові шрифти, інтегрувати складні графічні елементи й забезпечити гармонійне поєднання білого простору та ілюстрацій. Також у середовищі Canva було згенеровано та імпортовано інтерактивні QR-коди, які зв'язують друковану версію з додатковими аудіо- та відеоматеріалами на YouTube (зокрема, у практиках медитації).

Adobe Acrobat Pro / Foxit PDF Editor використовувалися для фінального аудиту згенерованого PDF-файлу перед передачею до типографії. Програми дозволили перевірити правильність вбудовування шрифтів, точність передачі кольору (переведення в колірний профіль СМҮК), встановити випуски за обріз та перевірити роздільну здатність ілюстрацій.

Глобальна мережа Інтернет була критично важливою для пошуку достовірної інформації на міжнародних та вітчизняних платформах (JAMA Network Open, Psychology Today, Forbes, ТСН.ua), збору трендових психологічних мемів та комунікації.

Notion / Trello застосовувалися для планування етапів реалізації проєкту, контролю дедлайнів написання статей, створення дизайну обкладинки та верстки внутрішніх смуг.

Завдяки злагодженій взаємодії зазначених технічних та програмних засобів було створено високотехнологічний медіапродукт, який повністю відповідає заявленим технічним характеристикам: формат А4, повноколірний друк, обсяг – 28 сторінок контенту, адаптованих під м'яку обкладинку щільністю \$300~г/м^2\$ із глянцевою ламінацією.

1.6. Апробація

Результати дослідження представлено на Всеукраїнській студентській науково-практичній онлайн-конференції «Інтернет-журналістика та новітні

РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКА РОЗРОБКИ ГЛЯНЦЕВОГО ЖУРНАЛУ «MENTAL VIBE»

2.1. Структура медіапродукту

Архітектоніка та внутрішня структура психологічного журналу «Mental Vibe» підпорядковані його головній концептуальній ідеї, деконструкції штучних цифрових ілюзій та поверненню сучасної людини до автентичного, гармонійного «Я». Проект розроблено за модульним принципом, де кожен текстовий блок та візуальний елемент функціонують у синергії, задовольняючи емоційні, інтелектуальні та практичні запити читача. Видання має чітку послідовну структуру, що складається зі звернення головної редакторки Вікторії Грубової, деталізованого візуального змісту, основних текстових смуг, розподілених за тематичними блоками, та вихідних технічних даних. Повноколірний журнал містить комплекс авторських та адаптованих аналітичних матеріалів, художньо-публіцистичних нарисів та прикладних кейсів, розгорнутих на 28 сторінках основного контенту. Композиційну структуру медіапроекту формують такі тематичні модулі та рубрики:

Вступний модуль (с. 1–3). Відкриває журнал програмне звернення головної редакторки, яке виконує функцію смислового камертона всього видання. Тут декларується головний слоган проекту – «*Real talk over flawless illusions*». Текст вводить читача у проблематику випуску, критикуючи цифрові фальшивки, нав'язані алгоритмами, та пропонуючи натомість концепцію «безпечного легального простору» без токсичної продуктивності. На сторінці 3 розміщено оригінально оформлений «Зміст», де кожна позиція підкріплена візуальним Pop-Art індикатором.

Рубрика «*POV: Я і мій мозок*» (с. 4–7). Центральний аналітичний блок видання, спрямований на дослідження медіапсихології та когнітивних пасток діджитал-простору.

Матеріал *«Ефект "екранного терапевта": чому ми шукаємо психологічну підтримку в TikTok»* (с. 4–6). Ґрунтовний аналіз феномену перетворення соцмереж на віртуальні кабінети психотерапії. Матеріал структуровано за п'ятьма науковими ракурсами: теорія прив'язаності, когнітивно-поведінковий маркер (КПТ), психодинамічний ракурс, трансактний аналіз (ослаблення его-стану «Дорослого») та нейробіохімія дофамінової гонки. Текст ілюструється трьома життєвими сценаріями цифрових криз (ілюзія перезавантаження, пошук «прихованих токсинів» у стосунках, пастка соціального порівняння).

Стаття *«Мете Therapy: як мему рятують наше ментальне здоров'я»* (с. 7). Художньо-публіцистичний матеріал, який досліджує екологічний гумор як альтернативу групової терапії. Автор виокремлює 5 причин використання психологічних мемів (валідність почуттів, ментальний метч) та подає тривожні маркери («нічний мемопад», зміна тональності гумору), коли розвага перетворюється на крик про допомогу.

Рубрика *«Неокрінжові стосунки»* (с. 8–15). Соціально-комунікативний блок журналу, присвячений психології міжособистісних взаємин, руйнуванню деструктивних комунікативних патернів та пошуку емоційної близькості.

Стаття *«Як секрети та "біла брехня" непомітно руйнують стосунки»* (с. 8–10). Публікація досліджує психологічну ціну обману, трактуючи його як форму прихованого контролю. Виокремлено 8 прихованих рахунків за мовчання (Total blackout близькості, психосоматичний апперкот, газлайтинг) та чітко окреслено межу між приватністю та зрадою.

Стаття *«Що насправді тримає пари разом: Несподівані висновки вчених»* (с. 11). Науково-популярний огляд досліджень Марка Треверса, де доводиться, що емоційний зв'язок є сильнішим і стабільнішим предиктором тривалих стосунків, ніж фізичний потяг чи краса, які з часом руйнуються під впливом рутини.

Стаття *«Чому ми злимося на близьких сильніше, ніж на чужих: Шість відомих та несподіваних причин»* (с. 12–14). Психологічна розвідка

нейробиологічних механізмів гніву. Стаття детально розкриває 6 причин сімейних спалахів агресії: зняття захисної маски, сприйняття партнера як частини власної нервової системи, тягар невидимих очікувань, робота амігдали («архів образ»), окситоциновий парадокс та феномен зміщеної агресії. Наприкінці подано прикладний алгоритм «Як гніватися грамотно» через фізіологічну витримку (правило 20 хвилин) та створення буферних зон.

Сторінка 15 функціонує як візуально-концептуальний роздільник під гаслом «*Real talk over flawless illusions*», що закликає будувати комунікацію на залізобетоні фактів.

Технологічний блок. Штучний інтелект та депресія (с. 16). Стаття «*У регулярних користувачів штучного інтелекту виявився вищим ризик депресії*» (с. 16). Важливий інформаційно-аналітичний матеріал, що спирається на свіжі дослідження JAMA Network Open. Стаття розкриває ризики щоденного використання генеративного ШІ (ChatGPT та чат-ботів) для особистих потреб, фіксує підвищення ризику депресії на 30%, зниження критичного мислення та вразливість особистості до дезінформації.

Професійно-типологічний блок. Психологія особистості (с. 17–20). Стаття «*Типи темпераменту та його вплив на життя і кар'єру*» (с. 17–20). Матеріал поєднує історичний екскурс (теорії Гіппократа та Галена, вплив генетики, серотоніну й дофаміну на психіку) із детальним описом чотирьох класичних типів особистості (холерик, сангвінік, меланхолік, флегматик). Окрему увагу приділено прикладному аспекту – «Як будувати кар'єру представникам усіх типів темпераменту» через призму соціальних взаємодій за методологією PSY2.0.

Практичний модуль. «*Mental Aid Kit*» / *Ментальна аптечка* (с. 21–29). Прикладний блок самопомоги, покликаний трансформувати отримані теоретичні знання у дієві психологічні навички.

Гід «*Як медитувати: Прості кроки для практики медитації для початківців*» (с. 22–23). Покрокова інструкція з регуляції вегетативної нервової системи, що містить опис фізіологічних правил (прямий хребет,

вільна грудна клітина) та конкретну вправу на концентрацію з використанням інтегрованого QR-коду для аудіосупроводу.

Стаття *«Що таке терапевтична фотографія та як вона може вам допомогти»* (с. 24–25). Окреслює різницю між аматорською терапевтичною фотографією (самолікуванням) та клінічною фототерапією під наглядом лікаря. Подано перелік психічних проблем, які нівелює цей метод (депресія, соціофобія, стрес).

Кейс *«5 ідей терапевтичної фотографії для гарного самопочуття»* (с. 26). Практичний набір щоденних вправ (поточкова зйомка тривожних думок, щоденні селфі для самооцінки, сторітелінг на основі знімків та створення фотокарт).

Стаття *«Музикотерапія як метод боротьби з тривогою»* (с. 27–29). Досліджує активну та рецептивну музикотерапію. Описує унікальний вплив звукових вібрацій на зниження рівня кортизолу через гру на автентичних інструментах: джембе (стабілізація серцевого ритму), калімбі (сон та релаксація), глюкофоні (глибока медитація) та використанні звукових ефектів (*Rainstick, Birds Waterfall*).

Вихідні дані (с. 28 / Обкладинка). Закриває видання технічний блок, де зафіксовано редакційну колегію, наукового консультанта професора Віталія Гандзюка, юридичну адресу на базі ВДПУ та офіційні поліграфічні параметри тиражу.

Така чітка, логічно вибудована та збалансована структура медіапродукту дозволяє журналу «Mental Vibe» утримувати увагу читача, плавно переводячи його від складних нейробіологічних розвідок до легких рефлексій та реальних практичних вправ для відновлення ментального здоров'я.

20

2.2. Обсяг та наклад видання

Художньо-публіцистичний журнал «Mental Vibe» спроектовано як щомісячне періодичне видання, технічні параметри якого повністю відповідають стандартам сучасного глянцевого сегмента періодики.

Видання розгорнуто на 28 сторінках основного повноколірного

контенту формату А4. Такий обсяг є оптимальним для сприйняття молодіжною аудиторією, оскільки дозволяє збалансовано розмістити глибокі аналітичні лонгріди, інтерактивні модулі (QR-коди), інфографіку та велику кількість художніх ілюстрацій, не перевантажуючи при цьому увагу читача.

Друк видання є повністю повноколірним, що критично важливо для точної передачі складної кольорової гами неонового поп-арту. Обкладинка журналу розроблена як м'яка, виконана на папері високої щільності 300~г/м². Для захисту від механічних пошкоджень та надання виданню преміального естетичного вигляду застосовано технологію глянцевої ламінації.

Експериментальний наклад пілотного випуску складає 5 примірників. Такий обсяг накладу є раціональним для кваліфікаційного медіапроєкту, оскільки він дозволяє забезпечити розповсюдження видання серед фокус-груп цільової аудиторії, презентувати продукт на кафедрі журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю ВДПУ, а також передати примірники до наукової бібліотеки університету для подальшого аналізу.

2.3. Ідейно-смісловий задум

Ідейно-сміслові ядро журналу «Mental Vibe» кристалізується навколо концепції психологічної стійкості, емоційної зрілості та інформаційної гігієни сучасної людини. Головна філософія медіапроєкту закладена у його програмному слогані – «Real talk over flawless illusions» («*Реальна розмова замість бездоганних ілюзій*»).

Задум видання полягає у послідовній деконструкції «успішного успіху», токсичної продуктивності та штучних фільтрів, які щомиті транслюються

21

цифровим глянцем та алгоритмами соціальних мереж, заганняючи молодь у пастки хронічної тривоги та дефіциту самооцінки. Журнал прагне стати для читача легальним безпечним простором, де говорити про свої слабкості, кризи у стосунках чи вигорання є нормою, а не приводом для сорому.

Сміслові наповнення проєкту не обмежується лише критикою

цифрового середовища. Навпаки, ідея полягає у переході від пасивного скролінгу до активної самопомоги. Журнал виступає як медійний провідник до гармонійного та глибокого «Я», пропонуючи читачеві зібрати власну «Mental Aid Kit» («Ментальний набір допомоги»). Ця аптечка містить прикладні, науково обґрунтовані інструменти (від медитації до музикотерапії), які повертають людині внутрішній баланс та контроль над власним життям.

2.4. Специфіка аудиторії та візуальна концепція

Медіапродукт «Mental Vibe» орієнтований на чітко диференційований сегмент читачів. Основне ядро аудиторії становить молодь віком від 18 до 35 років (студенти, молоді спеціалісти, представники креативних індустрій).

Це покоління є активним користувачем генеративного штучного інтелекту та соціальних мереж (зокрема TikTok), через що безпосередньо перебуває у зоні ризику формування дофамінової залежності, цифрового вигорання та депресивних станів.

Читач «Mental Vibe» – це рефлексуюча особистість, яка прагне розібратися у причинах внутрішнього дискомфорту, шукає екологічні комунікаційні патерни для розв'язання конфліктів у сім'ї та відчуває потребу в автентичності.

Візуальний образ журналу є невіддільною частиною його терапевтичного впливу і розроблений з урахуванням психології сприйняття «кліпового» мислення сучасної молоді. Дизайн видання базується на еkleктичному поєднанні мінімалістичної верстки та візуальних концептів у стилі античного поп-арту.

Авторська графічно-колажна концепція журналу, побудована на домінуванні образів античних мармурових скульптур. Вибір саме такої візуальної мови не

22

є суто естетичним рішенням, а має глибоке психотерапевтичне та медіапсихологічне обґрунтування, засноване на двох ключових чинниках.

Феномен «психологічної безлико́сті» та мінімізація тригерного поля. Головна мета використання статуй замість фотографій реальних сучасних людей (моделей, інфлюенсерів) – уникнення візуальних тригерів та ефекту

нав'язаного типажу. Коли читач бачить обличчя конкретної людини, його мозок на підсвідомому рівні миттєво запускає процеси соціального порівняння («Вона виглядає щасливішою за мене», «У нього ідеальна шкіра/зовнішність», «Вона нагадує мені когось із мого минулого»). Це автоматично блокує стан безпеки та провокує фонову тривожність і сором. Антична статуя володіє так званою архетиповою безликістю. Вона позбавлена індивідуальних маркерів сучасної людини (кольору очей, мімічних зморшок, расової чи етнічної специфіки, ознак конкретного соціального статусу чи моди). Завдяки цьому візуальний образ не диктує читачеві, *хто саме* перед ним, і не викликає відторгнення чи заздрощів. Статуя стає універсальним, нейтральним екраном, який не тригерить психіку.

Ефект психологічної проєкції та максимальна ідентифікація. Через те, що мармуровий образ є «знеособленим», запускається класичний психологічний механізм проєкції. Читач не сприймає зображення як «чужого», а легко та безперешкодно може спроектувати власне «Я» на місце цієї фігури. Статуя починає символізувати кожну людину одночасно – незалежно від її віку, статі чи життєвого досвіду. Мармур асоціюється із чимось монолітним і стійким, але на колажах ми бачимо, як ці статуї «тріскаються» (як на с. 14), «плачуть» фарбою або розділені навпіл (як на с. 5, 6). Це створює потужну метафору: *навіть найстійкіша, монументальна психіка може зазнавати руйнувань від стресу та цифрового тиску, і в цьому немає нічого сороміцького.*

Зняття опору через художнє дистанціювання. У психотерапії існує поняття «дистанціювання» людині значно легше рефлексувати над проблемою, якщо вона втілена в об'єкті мистецтва, а не в реалістичному побутовому фото. Бачити внутрішній біль чи кризу стосунків через призму величної античної

23

скульптури, яка заплуталася в неонових проводах від навушників (с. 17, 25, 27), це спосіб м'яко, екологічно і безболісно підійти до опрацювання власних травм. Мистецтво знижує захисні бар'єри префронтальної кори, дозволяючи змісту статті проникнути глибше у свідомість читача.

Таким чином, заміна реальних людських облич на образи античного поп-арту

виконує найважливішу функцію журналу «Mental Vibe» – створює абсолютно безпечно візуальне середовище, де читач захищений від деструктивного порівняння, не відволікається на чужі типажі й може повністю зосередитися на головному: чесній розмові з самим собою.

Візуальне середовище журналу оперує контрастами: монохромні зображення скульптур поєднуються зі спалахами насичених неонових кольорів (рожевого, яскраво-жовтого, синього, глибокого червоного). Це привертає увагу читача до ключових смислових зон сторінки, стимулює виділення дофаміну від естетичного споглядання та підкреслює молодіжний, зухвалий характер видання, повністю нівелюючи академічну нудьгу.

24

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрощук О. Художнє оформлення поезійних збірок: методи і техніки. Літературознавчі праці. 2018. с. 67-73.
2. Богданович В. Ілюстрація в поетичних виданнях: сучасні тенденції. Мистецтво України. 2020. с. 112-118.
3. Василенко М. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах. URL: [http : journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&/](http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=rozdily&/) (дата звернення: 02.02.2026).
4. Давиденко Л.Ф. Засоби художньої виразності: традиції та інновації. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету*. 2014. с. 115-118.
5. Дроботенко В. Взаємозв'язок аудиторних очікувань і медіапрактики. *Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку: збірник наукових праць*. Черкаси, 2007. С. 319–322.
6. Дух і Літера. URL: <https://duh-i-litera.com/> (дата звернення: 09.04.2026).
7. Ефект «екранного терапевта»: чому ми шукаємо психологічну підтримку в ТікТок [Електронний ресурс]. *Академія Обушна*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://academy.obushna.pro> (дата звернення: 08.05.2026).

8. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2004. 316 с.

9. Іващук А. Трансформація жанру нарис у нових медіа. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2019. Вип. 46. С. 297–303 10.
Карпенко В. Газетні жанри як комунікативні форми журналістики: текст лекції для студентів Ін-ту журналістики. Київ: Інститут журналістики, 2002. 37 с.

11. Кузнецова О. Аналітичні методи в журналістиці: навч. посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 120 с.

25

12. Лешко У. Типологія жанрів інтернет-журналістики: теоретичні аспекти. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2018. Випуск 44. С. 246–253. Літературознавчі праці. 2018. с. 67-73.

13. Ложко М. Що таке терапевтична фотографія та як вона може вам допомогти [Електронний ресурс]. *Блог Depositphotos*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://blog.depositphotos.com> (дата звернення: 08.05.2026).

14. Марченко Д. У регулярних користувачів штучного інтелекту виявився вищий ризик депресії [Електронний ресурс]. *ПравдаХАБ*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://pravdahub.com.ua> (дата звернення: 08.06.2026)

15. Музикотерапія як метод боротьби з тривогою [Електронний ресурс]. *Акрополіс*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://acropolis.ua> (дата звернення: 08.05.2026).

16. Носова Г. Чому ми злимося на близьких сильніше, ніж на чужих: шість відомих та несподіваних причин [Електронний ресурс]. *TСH.ua*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://tsn.ua> (дата звернення: 08.05.2026).

17. Онуфреїв Л. як меми рятують наше ментальне здоров'я [Електронний ресурс]. *Люкс ФМ*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://fun.lux.fm> (дата звернення: 08.05.2026)

18. Ти як? : [вебсайт]. Режим доступу: <https://howareu.com> (дата звернення: 05.05.2026).

19. Українська правда. Життя : [вебсайт]. Режим доступу:

<https://life.pravda.com.ua> (дата звернення: 04.05.2026).

20. Хорошак К. Як медитувати: прості кроки для практики медитації для початківців [Електронний ресурс]. *Українська правда. Життя*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua> (дата звернення: 08.05.2026).

21. Шварц К. Що насправді тримає пари разом: несподівані висновки вчених [Електронний ресурс]. *УНІАН*: [інформаційне агентство]. Режим доступу: <https://unian.ua> (дата звернення: 08.05.2026).

26

22. Швець Д. Як секрети та «біла брехня» непомітно руйнують стосунки [Електронний ресурс]. *Главред*: [вебсайт]. Режим доступу: <https://glavred.net> (дата звернення: 08.05.2026).

23. Mental Floss : [вебсайт]. Режим доступу: <https://mentalfloss.com> (дата звернення: 04.05.2026).

24. Psychology Today : [вебсайт]. Режим доступу: <https://psychologytoday.com> (дата звернення: 07.05.2026).

27

IV. Макет журналу сучасної психології «Mental Vibe»

ЕФЕКТ «ЭКРАННОГО ТЕРАПЕВТА»

ЧТОБЫ НЕ ВЫПАДАТЬ ИЗ КОЛЛЕКТИВНОЙ ВЕЩАНИКИ В ЦЕЛЫХ

Создать эффект «экранного терапевта» можно с помощью различных приемов. Например, использовать яркие цвета, крупные шрифты, выразительные фотографии и видео. Важно также использовать эмоциональные приемы, которые помогут привлечь внимание аудитории и вызвать у нее интерес к материалу.

Важно также использовать эмоциональные приемы, которые помогут привлечь внимание аудитории и вызвать у нее интерес к материалу.

Важно также использовать эмоциональные приемы, которые помогут привлечь внимание аудитории и вызвать у нее интерес к материалу.



1. Как использовать текст

Использование текста в рекламе должно быть кратким и емким. Важно использовать простые и понятные формулировки, которые помогут донести основную мысль до аудитории.

2. Как использовать видео

Видео является одним из самых эффективных инструментов для привлечения внимания. Важно использовать качественные кадры и интересные сюжеты, которые помогут вызвать у аудитории интерес и желание узнать больше.

3. Как использовать фотографии

Фотографии должны быть яркими и выразительными. Важно использовать качественные снимки, которые помогут привлечь внимание аудитории и вызвать у нее интерес к материалу.




Meme Therapy

Использование мемов в рекламе является эффективным способом привлечения внимания. Важно использовать популярные и узнаваемые образы, которые помогут вызвать у аудитории интерес и желание узнать больше.




Неоклассицизм

СГОСУНКИ






Три темпераменту в мистецтві

Три темпераменту в мистецтві

Три темпераменту в мистецтві



Три темпераменту в мистецтві

Типи темпераменту

Типи темпераменту

Типи темпераменту



Типи темпераменту

Ментальний

Ментальний

Ментальний



Ментальний



Ментальний

Ментальний

Ментальний



Mental Aid Kit

Mental Aid Kit



Як медитувати

Як медитувати

Як медитувати



Ментальний

Ментальний

Ментальний



Ментальний

Ментальний

Ментальний

Ментальний







Legal assessment government
 ...
 ...
 ...



Legal assessment government
 ...
 ...
 ...





Legal assessment government
 ...
 ...
 ...






Legal assessment government
 ...
 ...
 ...



Legal assessment government
 ...
 ...
 ...




Legal assessment government
 ...
 ...
 ...

