

Важливою умовою для підвищення культури екранного мовлення є формування норм та правил для перекладу та дублювання іншомовного контенту. Вважаємо цей напрям досліджень перспективним та розкриватимемо у подальших дослідженнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сегол Р. І. Редагування перекладу текстів англомовних телесеріалів : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій. : 27.00.05 – теорія та історія видавничої справи та редагування / Р. І. Сегол. – К., 2010. – 206 с.
2. Braun S. Creating Coherence in Audio Description [Web-resource] / Sabine Braun. – URL : <https://www.erudit.org/fr/revues/meta/2011-v56-n3-meta043/1008338ar/>
3. Orero P. Topics in audiovisual translation [Web-resource] / Pilar Orero. – URL : http://npv.edu.ua/!e-book/book/djvu/A/iif_kgpm_Orero%20P..pdf

Гутник А. М.,
студент,
Вінницький державний педагогічний
університет імені Михайла Коцюбинського

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЖУРНАЛІВ ДЛЯ АВТОМОБІЛІСТІВ

Традиційно журнальне видання має вигляд блоку закріплених в корінці аркушів друкованого матеріалу визначеного формату, в обкладинці чи палітурці. Характерними особливостями журналу є великий формат сторінок та двоколонний набір [1, 115–116]. Серед інших ознак журнальних видань визначають:

- регулярність виходу в світ номерів через певні проміжки часу;
- наявність опублікованих матеріалів у формі статей;
- журнал має певний тематичний напрямок змісту, статей, які його складають;
- особливе поліграфічне оформлення [3, 108].

Досить часто при класифікації журналів застосовується принцип цільового призначення, який характеризує саме видання, визначає видання за читацькою аудиторією, конкретизує характер і тип видання.

Спеціальні журнали, незалежно від галузевої належності, розраховані переважно на фахових працівників або широке коло спеціалістів. Відповідно до цього такі журнали можна поділи-

ти на фахові та інформаційні. Вони, у свою чергу, поділяються на такі типи: 1) наукові, серед яких вирізняють академічні, вузькі, галузеві; 2) фахові – поділяються на теоретичні, практичні та масові; 3) інформаційні – на реферативні та фахово-інформаційні [4, 122].

Мета дослідження – розглянути спеціалізовані автомобільні журнали України за різними ознаками: характером подачі інформації, жанрово-змістовим наповненням, поліграфічним оформленням.

Об'єктом нашої уваги стали українські друковані видання для автомобілістів «Автоцентр» та «Автомир».

Журнал «Автоцентр» – український автомобільний журнал. Виходить двічі на місяць загальним накладом 105 тис. екземплярів. Видання спеціалізується на подачі інформації для автомобілістів та людям, які безпосередньо цікавляться автомобілями. Основний контент розподілено за такими рубриками: «Автосалон», «Автополигон», «Концепции», «Авторынок», «Автобизнес», «События».

У рубриці «Автополигон» журналісти дають детальну характеристику автомобілям, описують плюси та мінуси машини. У рубриці «Новости» публікуються актуальні новини зі світу автоспорту, технологій. Постійною є рубрика «Проверено временем», у якій порівнюються два вживаних автомобілі. Окрім того, що журналіст описує їх, власну характеристику дають і власники.

Окремої уваги заслуговує подача реклами, якої у виданні досить-таки багато. Видавці подбали, щоб вона була органічною, інтегрованою в сам журналістський матеріал. Більшість реклами стосується автомобільної тематики, і часто ця інформація є корисною та цікавою для читачів. До прикладу, в № 8 за 2016 рік подано матеріал, у якому розповідається про те, як поводитись себе автомобілі на різних типах шин (зношених, нових), та який контакт вони мають з дорогою на низьких та високих швидкостях. При цьому, у матеріалі чітко названі певні виробники шин, що є т. зв. нативною рекламою. Приємним бонусом для автофанатів є те, що зазвичай в першому кварталі кожного року виходить номер з календарем подій: спортивні заходи і події, розклад всесвітньовідомих гонок – таких, як WRC (Чемпіонат світу з ралі) та F1 (Чемпіонат світу з кільцевих гонок на автомобілях з відкритими колесами).

Щодо жанрів журналістики, переважають інформаційні: замітки, звіти, репортажі, огляди тощо. Рідко можна зустріти на сторінках журналу і художньо-публіцистичні жанри, наприклад, подорожні нариси – у рубриці «Автотуризм».

«Автомир» – український автомобільний журнал, який теж виходить двічі на місяць. Інформація у виданні досить різна: від репортажів із міжнародних автосалонів до порівняльних тест-драйвів автомобільних шин та різних мастил. Журнал регулярно приділяє увагу автомобільному праву, практичним порадам з ремонту автомобіля та купівлі запчастин – загалом все те, що цікаво для кожного власника авто.

Обидва журнали на ринку мають досить велику конкуренцію (насамперед, один з одним), але це не заважає їм успішно функціонувати та розвиватися. Більше того, журналісти з цих двох видань співпрацюють один з одним, спілкуються та діляться досвідом. До прикладу, головний редактор журналу «Автомир» Віталій Новак неодноразово ділився своїми думками на сайті журналу «Автоцентр». Співпрацю видань також можна простежити в тому, що часто матеріали та тест-драйви в обох виданнях досить схожі, та на одну тематику, але подання інформації досить різне. Також у двох журналах є схожі рубрики. До прикладу, в «Автоцентр» – «Проверено временем», де розповідається про вживані авто, а в рубриці «ТЕТ-А-ТЕТ» у «Автомир» подається інформація про нові автомобілі одного і того ж класу, розповідається про головні переваги та недоліки та інші технічні дані.

В обох журналах матеріали публікуються російською мовою, і це пов'язано з тим, що російськомовної аудиторії на території розповсюдження видань більше, аніж української. Схожі вони також і за наповненням, подібними тест-драйвами, версткою, проте подача інформації досить різна. На відміну від «Автоцентр», у «Автомир» дещо гірша якість паперу, але це не свідчить про гіршу якість матеріалів. На відміну від «Автоцентр», у виданні «Автомир» дещо краща ситуація з художньо-публіцистичними жанрами: у подорожніх нарисах журналісти не тільки розповідають про автомобіль, який вони тестують, а й детально описують місцевість та наводять цікаві факти з відповідного регіону. До прикладу, у № 20 за 2016 рік розміщений нарис, у якому розповідається про подорож по Швейцарії відомим «GrandTour».

На відміну від «Автоцентр», журнал «Автомир» часто у своїх матеріалах, що стосуються техніки, подають думку експертів. Також відмінним є те, що «Автомир» має рубрику «Авторынок», у якій журналіст розповідає про вживаний автомобіль, його коротку історію та технічні характеристики, подають графік змін вартості на вторинному ринку. Перевагою також рубрики є те, що наприкінці матеріалу подаються поради від людей, які мали, або ж мають автомобіль, про який йдеться, що свідчить про те, що автори для більшої об'єктивності залучають думку і власни-

ків автомобілів. «Автоцентр» у своєму розпорядженні має рубрику «Автоспорт», де подається інформація не тільки українського спорту, а й новини з F1 та WRC.

Ці два видання досить схожі між собою, проте вони також мають характерні індивідуальні риси. Журнали дозволяють читачу не тільки дізнаватися різні новини з автомобільного світу, а й дають поради як з експлуатації й обслуговування автомобіля, інформують про зміни у ПДР. Навіть попри те, що журнали орієнтовані на одну і ту ж аудиторію, їм з легкістю вдається розвиватися та співпрацювати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Карпенко В. Преса і незалежність України: практика медіа-політики 1988–1998 рр. : навч. посіб. / В. Карпенко. – К. : Ін-т журн-ки КНУ ім. Т. Шевченка, 2003. – 356 с.
2. Кузнецов Г. В. ТВ-журналістика: критерии профессионализма / Г. В. Кузнецов. – М. : РИП-холдинг, 2004. – 284 с.
3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.
4. Михайлюта О. Ложа преси : нариси, статті, інтерв'ю (творча майстерня журналіста: постаті, діалоги, роздуми) / О. Михайлюта. – К. : Журналіст України, 2002. – 344 с.
5. Тимошик М. С. Видавнича справа та редагування / М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука : Ін-Юре, 2004. – 224 с.

Кузовова О. В.,

студентка,

Запорізький національний
технічний університет

СПЕЦИФІКА ПОДАЧІ ІНТЕРВ'Ю В ЖУРНАЛІ «COSMOPOLITAN»

Жанр (франц. genre) – тип твору в єдності специфічних властивостей його форми і змісту. «Жанр, – наголошують В. Н. Вакуров, М. М. Кохтев, Г. Я. Солганик – це відносно стійка композиційно-мовленнєва (композиційно-синтаксична) схема, яка реалізує певне абстраговане ставлення до дійсності, тобто форму образу автора, визначає спосіб відображення, характер ставлення до дійсності, ступінь і глибину охоплення матеріалу (масштаб висновків), і створювана відносно стійким з'єднанням компонентів авторської мови, а також елементів авторської й чужої мови» [2, 19]. Л. Є. Кройчик вважає, що жанр – це «особлива