UA: Перший – Режим доступу до ресурсу: http://1tv.com.ua/programs/shemy.

Дарина Зюзіна,
студентка 4 курсу
факультету філології та соціальних комунікацій
Наук. керівник: **Л. О. Кондакова,** канд. філол. наук, доцент

СВОЄРІДНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ФЕШН-ЖУРНАЛІВ

Актуальність. Індустрія моди не стоїть на місці, створюються численні модельні агентства, відвідувати модні покази вважається престижним, соціально-економічні чинники дозволяють сучасним поколінням дизайнерів втілювати свої найрізноманітніші ідеї у життя, тому висуваються і нові вимоги до фешн-видань. Відповідно до умов, які склалися, вважаємо доцільним дослідити особливості фешн-журналів України.

Метою роботи є аналіз фешн-журналів України і визначення основних їхніх характеристик.

Виходячи з мети були сформульовані такі завдання:

– дати визначення основним поняттям дослідження;

– виявити основні фактори, що впливають на оформлення фешн-журналів;

– вивчити ринок фешн-видань України;

– з'ясувати роль журналіста при підготовці матеріалів до фешн-журналів.

Серед вчених та дослідників вивченням феномену моди займалися, зокрема, Блуммер Г., О.Гофман, Ванштейн О., Дихнич, Ю., Камінська Н., Кібалова Л., Кинг Ч. Легенький Л., Ніколаєва Т., Прилипко Я., Філд Д. та ін. Специфіці журналів як виду видавничої продукції приділяли Михайлин І., Шевченко В. , Тимошик М.

Методи дослідження. Під час роботи було використано метод аналогії; метод сходження від абстрактного до конкретного; аналіз і синтез, дедукцію, метод узагальнення.

І. Михайлин зазначає, що журналом може називатись «періодичне друковане видання, яке містить статті й матеріали з різних суспільно-політичних, наукових, виробничих та інших питань, публікує літературні та публіцистичні твори, літературно-критичні праці, ілюстрації та фотоматеріали. На відміну від газет, спрямованих на оперативну інформацію, журнали дають змогу більш детально й за більш значні терміни охопити події сучасного суспільного, політичного, культурного та наукового життя, вміщують обширні наукові статті, художні твори великого обсягу. Журнал – носій аналітичної, фундаментальної інформації; у цьому його головна відмінність від газети» [2]. З огляду на вищесказане, фешн-журналі – це журнал про культурне життя, що вміщує в собі переважно великі за обсягом матеріали про моду, стиль, одяг представлений знаменитостями тощо.

Завданням цього виду спеціалізованих друкованих засобів масової

інформації є просування модних стандартів та ідей у привабливій для аудиторії формі. Часто фешн-видання ототожнюють з глянсовими журналами, для яких характерне високоякісне поліграфічне виконання – повноколірний друк; крейдований папір; УФ-лакування. Таке видання вигідно вирізняється серед інших, виконаних менш якісно з точки зору поліграфії, наприклад, газет, та привертає увагу цільової аудиторії, зокрема, і за рахунок яскравої обкладинки. Редакційна політика подібних часописів та манера подання інформації також відрізняються від, наприклад, суспільно-політичного видання. На сторінках журналу публікуються удосконалені, змінені за допомогою компютерних графічних редакторів фотографії, споживачам пропонуються поліпшені зображення не лише продуктів, одягу, аксесуарів, а й людей [3, с. 153].

Особлива роль відводиться журналістові, який працює у фешн-журналі. Дослідниці Давидова О. та Хадирова Е. зазначають, що автор матеріалу, використовуючи розповідь й опис, створює ефект живої особистої комунікації. Він є безпосереднім спостерігачем або свідком якоїсь модної події і саме його очима описуються модні тенденції, яскраві явища у фешн-індустрії. У своїх репортажах він ділиться враженнями, ідеями та думками, ніби, відкриває читачам двері до світу моди [1, с. 102].

Отже, для створення якісного фешн-журналу необхідно знати основні аспекти створення спеціалізованого друкованого видання, яке б вирізнялося якістю матеріалів, фотографій, дизайну, паперу та композиційної структури загалом. Результати роботи будуть корисними студентам під час таких курсів як «Газетно-журнальне виробництво», «Фотожурналістика», на спеціальних семінарах і школах з газетно-журнальної справи, фахівцям у сфері виробництва фешн-журналів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Давидова О. Лінгвістичні особливості фешн-текстів / Давидова О. Хадирова Е. // Наукові записки. Серія «Філологічна». – Вип. 37. – 2013. – С. 102-103.

2. Михайлин І. Основи журналістики: підручник [Електронний ресурс] / І. Л. Михайлин. – Київ : ЦУЛ, 2002. – Режим доступу до ресурсу: http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-159.html

3. Яненко Я. Реклама в сучасних «глянсових» журналах як засіб соціалізації / Я. Яненко // Прикладні комунікаційні технології у системі соціальної діяльності. Образ. – Вип. 1 (16). – 2015. – С. 152-158.

Артем Ковальов,
студент 2 курсу
факультету філології та соціальних комунікацій
Наук. керівник **В. А. Бабак**, асистент (БДПУ)

МІСЦЕ ЛОНГРІДУ СЕРЕД ПУБЛІКАЦІЙ «УКРІНФОРМУ»

Сьогодні, враховуючи очевидний розвиток журналістики в Інтернеті, традиційна система ЗМІ поряд з усіма різновидами інтернет-видань, безумовно, доповнена. На сучасному етапі з'явилися нові формати