

Используя «путевые заметки» (или «путевые очерки») как жанр, мы склоняемся к мысли, что они спроецированы реакцией на информационно насыщенный мир антиномий и контрастов, в котором динамика перемещения – главная составляющая [2].

Библиографические ссылки

1. Вакулик, И. И. О развитии идей гуманизма в контексте европейской научной мысли / И. И. Вакулик // Современные научные исследования и инновации. – 2017. – № 9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2017/09/84382>. – Дата доступа : 07.06.2018.
2. Вакулик, І. І. Нотатки із мандрів у контексті тревел-журналістики / І. І. Вакулик // Науковий вісник НУБіП України. Серія: Гуманітарні студії. – 2017. – № 274. – С. 167–174.
3. Вакулик, І. І. Писемні пам'ятки XV–XVI ст. як віддзеркалення наукової картини світу / І. І. Вакулик // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. – Вип. 6. – Дніпропетровськ : ВПЦ «Дніпропетровський Університет», 2013. – С. 48–52.
4. Вакулик, І. І. Спілкування як екзистенція людського буття / І. І. Вакулик // Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. – 2012. – № 2 (4). – С. 160–162.
5. Іщенко, В. Дорожні нотатки: чужоземці про Україну та українці про світ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.dnipro-ukr.com.ua/rubrik_description-5676.html. – Дата доступа : 30.08.2018.
6. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие / А. А. Тертычный [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text2/01.htm>. – Дата доступа : 30.08.2018.
7. *Evolutsiia zhanru podorozhi u polskii literature* [Elektroniczny zasób]. – Tryb dostępu : <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/31832/08/chornous.pdf?sequence=1>. – Data dostępu : 30.08.2018.
8. *Memuary* [Electronic resource]. – Mode of access : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%BC%D1%83%D0%B0%D1%80%D0%B8>. – Date of access : 30.08.2018.

Екатерина Витиорец

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ FASHION-ИЗДАНИЙ

Традиционно мода изучалась исследователями в контексте культурологии, искусствоведения, истории, философии и социологии. При этом fashion-журналистика практически не рассматривалась в качестве ретранслятора социокультурных процессов. Однако сейчас, в эпоху интенсивного развития модной индустрии, все больше исследователей

рассматривают материалы данной тематики как неотъемлемый элемент массовой культуры.

Сегодня fashion-журналистику отождествляют и со специализированной, и с досуговой, и с lifestyle-журналистикой. Это является доказательством серьезной функциональной нагрузки данного типа изданий.

Несмотря на то, что fashion-журналистика стала массовым явлением, внутри данного сегмента прессы существует четкое деление на подтипы.

Помимо традиционной градации изданий по характеру аудитории (по полу, возрасту, характеру социальных групп и т. п.), fashion-пресса ранжируется в зависимости от уровня дохода ее потенциальных читателей. Издания можно условно разделить на три категории.

К первой относятся издания, рассчитанные на читателя с высоким уровнем дохода и положением в обществе, ориентированного на потребление товаров и услуг «люксового» сегмента. Такие издания делают ставку не на количественные, а на качественные характеристики потенциальной аудитории. Как правило, содержание данного типа изданий ограничено единой тематикой (только мода, например), материалы изобилуют профессиональной лексикой, представлена широкая жанровая палитра, визуальная составляющая превалирует над текстовой. Номера издания подчинены строгой композиционной структуре. Особый акцент делается на уникальность контента. Печать осуществляется на высококачественной глянцеваы бумаге. С появлением новых медиаплатформ расширилась аудитория данного типа издания: его digital-версия носит демократичный характер, учитывает потребности более молодой аудитории, тем самым расширяет круг потенциальных читателей; она динамична, персонифицирована, интерактивна.

Вторая категория ориентирована на читателя со средним уровнем дохода, потребителя сегмента «масс-маркет». Данный тип изданий характеризуется большим тематическим разнообразием (это сближает их с lifestyle-изданиями), практической направленностью, упрощенной лексикой, меньшей степенью визуализации. Издания отличаются интертекстуальностью и высокой степенью диалогизации. Широко представлена социально-бытовая проблематика. Электронная версия издания дополняется уникальным контентом.

Третий тип рассчитан на читателя с уровнем дохода ниже среднего. Данный тип изданий стремится к унификации информации. Отличается тематической несогласованностью, визуальным наполнением низкого качества, в материалах превалирует разговорный стиль изложения. Ана-

литические и художественно-публицистические жанры не представлены. Печать осуществляется на бумаге низкого качества. Digital-версия не отличается уникальным контентом, как правило, лишь дублирует содержание печатной версии издания.

Подобное сегментирование дает возможность fashion-изданиям охватить максимальную аудиторию, а быстрое развитие цифровых медиа – увеличить территорию и упростить процесс распространения. Данное обстоятельство приводит к тому, что на данный момент это самый массовый из существующих сейчас сегментов прессы.

Виталий Герцев

Белорусский государственный университет (г. Минск, Беларусь)

ПРИОРИТЕТНАЯ ПРОБЛЕМАТИКА СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО ВЕЧЕРНЕГО ИЗДАНИЯ

Для выявления приоритетов в проблематике современного белорусского вечернего издания нами было проведено контент-аналитическое исследование. Его объектом стало содержание городских общественно-политических газет «Вечерний Минск» и «Минский курьер». Предметом – тематический профиль этих изданий.

Генеральную совокупность исследования составили номера названных газет, которые вышли с 1 января по 31 декабря 2016 г. Элементами генеральной совокупности выступали любые публикации независимо от жанра, которые вышли в свет в обозначенный отрезок времени (кроме рекламы, объявлений, телепрограммы, анонсов номера и т. п.). Минимальный объем текста, который позволяет квалифицировать его как публикацию, не устанавливался. Если публикация состояла из нескольких частей, размещенных на различных страницах, она рассматривалась как единый материал.

В популяцию выборки были включены все без исключения материалы, опубликованные в изданиях в обозначенный период. Единицей анализа стала отдельная публикация, единицей учета – каждый материал, включенный в популяцию выборки (объем газетной площади, которую он занимает). Применялась случайная многоступенчатая систематическая выборка.

Несмотря на то, что и «Вечерний Минск», и «Минский курьер» относятся к городским изданиям, принадлежат они одному учредителю, Минскому горисполкому, наблюдается выразительное отличие в соотношении политической, экономической и социально-бытовой тематики.