

Поліщуки надзвичайно близькі з природою, вони є маленькою частинкою свого краю. У казці їх репрезентує дід Марко, котрий захищав гнізда чайок від шулік, умів розмовляти з пернатими і саме від них дізнався про пташину традицію святкування Великодня.

І. Галак у згадуваній вище статті зазначає, що пейзажі у творах Ф. Одрача є антропоцентричними. Науковиця має рацію, адже саме через діда Марка, який уміє спілкуватися зі світом природи, перед читачем розкриваються традиції й духовний світ поліського краю.

Отже, поліський край постає у творі Федора Одрача через змалювання неповторних пейзажів і поєднання містичного з реальним, що у своєму злитті творять світогляд поліщука. Хоча основну частину тексту присвячено опису природи та розповіді про містичне пізнання Великодня птахами, центром «казки» постає людина, що й вказує на антропоцентричний характер доробку митця.

Список використаної літератури

1. Галак І. Особливості літературного моделювання світу природи в прозі Федора Одрача. Наук. часопис НПУ ім. М.П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство). Вип. 11'2019. С. 57-60.
2. Одрач Ф. Наше Полісся. Частина 2. Вінніпег, Ман., Канада/ за заг. ред. інж. І. Гордіюка. 1955. 72 с.
3. Одрач Ф. Покинута оселя. Торонто: укр. Видаництво «Добра книжка», 1960. Випуск 162. 305 с.
4. Федір Одрач: вебсайт «Вікіпедія». <https://uk.wikipedia.org/wiki>

Колногузова Діана

студентка Вінницького державного педагогічного університету. Науковий керівник – кандидат філологічних наук, старший викладач Цепкало Тетяна

СПЕЦИФІКА ТА КОНТЕНТ ЖУРНАЛУ «VOGUE»

Однією з аксіом журналістики стверджується, що людина не може жити без інформації. Носієм цієї інформації виступають засоби масової інформації. Телебачення та журнали відіграють найбільшу роль. Варто зазначити, що характерною рисою журналів є «зорієнтованість на вузьку аудиторію зі спільними соціальними чи професійними ознаками, стилем життя, хоббі» [3, с. 118]. Отже, журнали призначаються для задоволення індивідуальних інтересів та потреб читачів. Відповідно «існує розмаїта класифікація журналів за читацькою адресою, цільовим призначенням та періодичністю» [3, с. 119]. Але поняття «глянцевий журнал» несумісне з жодним з наведених вище критеріїв.

Вживаючи термін «глянцевий журнал», доцільно зазначити, що дається визначення лише слову «глянцевий» (лощений, під блиском, лаковий, полірований). Саме слово «глянець» позначає блиск вилощеної, відполірованої поверхні.

На думку О. Лаврик: «Глянцевий журнал – це журнал, який розрахований на певну читацьку аудиторію, основною метою якого є формування певного стилю життя у читача та допомога у досягненні успіху шляхом висвітлення різних аспектів діяльності сучасного міського життя, фокусуючись на красі та гендерних комунікаціях» [2, с. 19].

Глянцеві журнали «як складники системи моди також доречно називають споживчими журналами» [5, с. 100]. Це пов'язано з високим рівнем авторитетності фешн-видань серед аудиторії, особливо жіночої. Задачами редактора в них є добір рубрик, котрі будуть знайомити читача з модними тенденціями, а також «вдовольняти його потребу в отриманні інформації про стиль життя суб'єктів, що їх споживають» [5, с. 99]. Тобто журнал повинен містити не тільки одяг, а й відображати інтереси відповідної ланки суспільства: літературу, культуру, звички, аспекти особистого та соціального життя тощо.

Проаналізуємо українську версію видання «Vogue» за наступними аспектами: тематика та рубрикація, лексика, ілюстративний матеріал, наявність рекламних публікацій, верстка та трансмедійність.

«Vogue» – культовий глянце́вий журнал декількох поколінь естетів і модниць по всьому світу. За даними опитування Соціопо́ліса серед цільової аудиторії видань про моду, вона має найбільший рівень відомості та є найавторитетнішою серед конкурентів [4].

1 вересня 2012 року президент UMH Group Борис Ложкін повідомив, що головним редактором українського видання Vogue стане Маша Цуканова, яка останні 6 років працювала редактором журналу «Коммерсант-Weekend». Директором відділу моди призначено Філіпа Власова, редактором – Юлію Пеліпас. «Vogue UA» видається щомісячно і виходить тиражем у 50 000 примірників. 21 лютого 2013 року у продаж надійшов перший номер журналу Vogue Україна. Дебютний номер коштував 33 гривні та складався з понад 300 сторінок і був присвячений Україні та її успіхам у світі моди [1].

Редакція журналу складається з наступних підрозділів: мода, краса, культура та стиль життя, арт, vogue.ua (робота з сайтом) і відділ реклами. До видання входять наступні структурні елементи: змісту, в якому вказано рубрики, заголовки та подано короткий опис публікацій; вихідні відомості; «Editor`s letter» – лист від редактора; «Contributors» – перелік міжнародних співробітників, які працювали над номером; рубрик «Live», «Bodyskapes», «Culture», «Jewellery», «Beauty», «Well», «Destination»; «English summary» – короткий опис матеріалів примірника англійською мовою; «Addresses» – список адрес усіх зазначених у виданні брендів; «Horoscope» – астропрогноз для читачок.

Зважаючи на зазначену рубрикацію, можна зробити висновок про спеціалізацію глянце́: акцентується мода, культура та краса. Перевагою структури видання є послідовність розташування матеріалу відповідно до рубрик.

Список використаної літератури

1. Vogue Ukraine. URL : https://uk.wikipedia.org/wiki/Vogue_Ukraine. (дата звернення: 03.02.2023 р.).
2. Лаврик О. Основи журналістики : навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика». Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2008. 73 с.
3. Михайлин І. Основи журналістики : підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
4. Оцінка відомості та популярності провідних журналів про моду і модну індустрію, що видаються в Україні: перерозподіл сфер впливу на ринку преміум-глянцю. *Соціополіс* : URL : https://sociopolis.ua/news_item/150. (дата звернення : 01.02.2023 р.).
5. Рябінова І., Колосніченко М. Дослідження друкованих видань як сегменту продуктів моди. *Київський нац. ун-т технологій та дизайну*. С. 99-100. URL : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/14485/3/PIONBUG_20191004_P099-100.pdf. (дата звернення : 29.01.2023 р.).
6. Vogue Ukraine. №2-3. 02/2022. 274 с.

Михалків Христина

студентка групи СОУМ-41 факультету філології і журналістики Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Науковий керівник – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української та зарубіжної літератур і методик їх навчання Бородіца Світлана

ПСИХОЛОГІЗМ РАННІХ НОВЕЛ ВАЛЕРІЯ ШЕВЧУКА

Валерій Шевчук – відомий український письменник, яскравий представник покоління шістдесятників. На думку Л. Тарнашинської, Валерій