

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерської роботи

на тему **«ОСОБЛИВОСТІ ПОРТРЕТНО-БІОГРАФІЧНОГО ДИСКУРСУ В**
РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОМУ ВИДАННІ»

Виконав: студент II курсу, групи СН-311м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Слинько Родіон Олександрович
(прізвище та ініціали)

Керівник: к.ф.н., доц. Панченко С.А.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к. н. соц. ком., доц. Трегуб А.С.
(прізвище та ініціали)

Запоріжжя – 2022 р.

6. Консультування розділів роботи

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Панченко С.А.		27.12.21		27.12.21
I	Панченко С.А.		10.03.22		10.03.22
II	Панченко С.А.		10.05.22		10.05.22
III	Панченко С.А.		03.06.22		03.06.22
Висновки	Панченко С.А.		17.10.22		17.10.22

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2021	
2	Аналіз журналістикознавчого матеріалу	жовтень 2021	
3	Написання вступу	грудень 2021	
4	Написання розділу 1	березень 2022	
5	Написання розділу 2	травень 2022	
6	Написання розділу 3	червень 2022	
7	Написання висновків	жовтень 2022	
8	Оформлення роботи	листопад 2022	
9	Захист роботи	грудень 2022	

Студент

Слинько Р.О.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

Панченко С.А.
(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДИСКУСІЇ ПРО ПОРТРЕТНО-БІОГРАФІЧНИЙ ДИСКУРС У СУЧАСНОМУ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВІ.....	14
1.1 Характеристика художньо-публіцистичних жанрів.....	14
1.2 Портретний та біографічний нарис, портрет, есе, життєва історія як публіцистичні жанри біографічного спрямування. Гнучкість жанрів.....	19
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ТИПУ ВИДАННЯ НА ВИБІР ЖАНРІВ.....	27
2.1 Структурно-типологічні особливості журналу «VIP club».....	27
2.2 Жанрова політика інформаційно-рекламного журналу «VIP club».....	31
РОЗДІЛ 3. ПОРТРЕТНО-БІОГРАФІЧНИЙ ДИСКУРС У ЖУРНАЛІ «VIP CLUB».....	37
3.1 Риси біографічного нарису та есе в колонці головного редактора.....	37
3.2 Синтез жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування.....	43
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Особливості портретно-біографічного дискурсу в рекламно-інформаційному виданні» становить 73 сторінки. Для виконання дослідження опрацьовано 78 джерел.

Предмет дослідження – портретно-біографічний дискурс в рекламно-інформаційному виданні «VIP club».

Об'єкт дослідження – журнальні тексти різних жанрів у журналі «VIP club» за 2018-2022 рр.

Мета роботи: розглянути особливості портретно-біографічного дискурсу в інформаційно-рекламному виданні «VIP club».

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання:**

- систематизувати науковий досвід вивчення портретно-біографічного дискурсу;
- окреслити особливості художньо-публіцистичних жанрів;
- визначити основні ознаки портретного та біографічного нарисів, портрету, есе, життєвої історії як гнучких публіцистичних жанрів біографічного спрямування;
- довести, що тип видання впливає на вибір жанрів, з'ясувати особливості жанрової політики інформаційно-рекламного журналу «VIP club»;
- виявити структурно-типологічні особливості цього видання;
- розглянути жанрову специфіку колонки головного редактора;
- окреслити особливості синтезу жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування (життєва історія, портретний та біографічний нарис, есе, інтерв'ю).

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як С.В. Белькова, М.Ю. Воронова, О.В. Голік, В.Й. Здоровега, О.В.

Пашник, К.Л. Сізова, О.І. Харитоненко, С.В. Шебеліст та ін., вони окреслюють проблеми функціонування, модифікації, взаємовпливу, трансформації журналістських жанрів.

Методи дослідження: типологічний, описово-аналітичний, проблемно-тематичний, спостереження.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що була здійснена одна зі спроб поглиблення наукових уявлень про портретно-біографічний дискурс, своєрідність жанрових інновацій в інформаційно-рекламному журналі «VIP club».

Сфера застосування: матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з курсів: «Теорія журналістики», «Вступ до спеціальності», «Газетно-журнальне виробництво», «Теорія і методика журналістської творчості» у закладах вищої освіти, а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

ЖУРНАЛ, ЖАНР, ХУДОЖНЬО-ПУБЛІЦИСТИЧНІ ЖАНРИ, ТРАНСФОРМАЦІЯ, МОДИФІКАЦІЯ, ДИФУЗІЯ, ІНТЕРВ'Ю, ЕСЕ, НАРИС, ПОРТРЕТ, КОЛОНКА ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА, ЖИТТЄВА ІСТОРІЯ

ВСТУП

У публіцистичному, науковому, художньому, мемуарному дискурсах представлено безліч матеріалів та публікацій, в яких надаються біографічні відомості про події, факти життя людей. Матеріали такого спрямування досить часто використовуються у глянцеvih виданнях, які зорієнтовані на відображені успіху відомих, успішних людей.

У журналістикознавстві виділено й описано певні жанри, які дотичні до біографічної публіцистики. Це портретний нарис, портрет, біографічний нарис, есе, життєва історія. Н. Торкут, В. Марінеско, аналізуючи біографічний дискурс, пропонують розглядати біографію як метажанр, оскільки твори біографічного характеру пишуться в різних жанрах і «біографічна модальність суттєво впливає на природу» цих жанрів [63, с. 5].

Найпопулярніший жанр біографічного спрямування – нарис, біографічний чи портретний, в якому розповідається про життя публічних персон (політиків, спортсменів, зірок шоу-бізнесу, бізнесменів тощо), демонструється специфіка діяльності персони, еволюція її характеру, психологічні особливості вчинків та взаємодії з оточуючими. Важливим є те, що у нарисі йдеться про шляхи досягнення успіху, називаються умови та фактори, події, які вплинули на формування особистості. Природу нарису вивчали Ів. Аньєс [2], М. Воронова [11-14], В. Здоровега [24-26], В. Карпенко [27], І. Михайлин [23; 31], О. Тертичний [60; 61] та ін.

Дослідники М. Воронова [14], А. Чічановський та В. Шкляр [68], С. Шебеліст [71] як один із різновидів портретного нарису розглядають портрет. Як цілком самостійний жанр його виділяють європейські журналісти, розглядаючи політичний портрет як жанр, у якому є риси аналітики, який включає в себе риси інших жанрів, наприклад, репортажу, інтерв'ю [16].

М.Ю. Воронова вважає, що портрет – незалежний, самодостатній, самобутній жанр в системі публіцистичних жанрів, у своїх дослідженнях вона розробляє класифікацію жанру портрета, розмежовує портрет і різні дотичні до нього жанри, розглядає засоби творення кожного окремого портретного типу, його композиційні і стилістичні особливості [13]. Дослідниця у монографії «Теорія та практика публіцистичного портрета» розглядає публіцистичний портрет не тільки як журналістський жанр, а й як соціокультурний феномен. Авторка виділяє наступні види цього жанру: літературний, політичний, історичний, творчий, публіцистичний портрет та ін. [14].

Ми погоджуємось з О. Харитоненко, яка вважає портрет і портретний нарис близькими жанрами, майже синонімами [65, с. 154] та з С. Бельковою, яка наголошує на тому, що політичний портрет є «модифікованою формою, що утворилася на основі портретного нарису внаслідок посилення аналітичного елемента. Характерним фактом є наявність таких творів на шпальтах якісних видань (або видань, що претендують на цей статус) «Дзеркало тижня», «День» [4, с. 220].

Цікавий жанр у межах публіцистичної біографіки – есей, який характеризується суб'єктивністю автора, вільною композицією, фрагментарністю, асоціативністю. С. В. Шебеліст виявляє жанрові особливості есею та його типологічні різновиди, встановлює місце есеїстики в системі журналістських жанрів, з'ясовує причини поширення есею в пресі. Він справедливо вважає, що есей є «відкритою формою для контактів з іншими журналістськими жанрами» [70].

Біографічні відомості містяться і в життєвій історії, хоча, зрозуміло, що цей жанр не призначений для того, щоб передати всю біографію людини, тут висвітлюються тільки один чи декілька значимих епізодів її життя. [О.І. Харитоненко](#) в статті «Життєва історія як жанр сучасної публіцистики: види,

структура, особливості редагування» проводить системний аналіз жанру життєвої історії, розглядає види, функції, структуру, особливості редагування цього типу творів [66]. К. Сізова у статті «Жанр життєвої історії як індикатор тенденцій розвитку сучасних друкованих ЗМІ» аналізує жанрові особливості цього жанру, зокрема, сюжетну сферу, систему персонажів і заголовковий комплекс [54].

О. Тертичний в монографії «Жанри періодичного друку» порівнює цей жанр з «міні-історією» та оповіданням. Він зазначає: «На відміну від власне художніх творів життєві історії, які пишуть журналісти, мають більш приземлений, близький до документального характер відображення дійсності, відзначаються схематизмом у розвитку сюжету, використанням властивих газетному мовленню штамів, сталих стилістичних зворотів» [60, с. 275].

С. Шебеліст у статті «Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів» характеризує життєву історію як частковий замінник нарису: «Поступовий, утім, усе-таки не остаточний занепад колись поширених журналістських жанрів (нарис, фейлетон, памфлет) пов'язаний із їхньою неорганічністю і невідповідністю реаліям життя... Однак це не зменшило читацького інтересу до... „маленької людини“. ... Матеріали про неординарних сучасників подають, зазвичай, у формі інтерв'ю, репортажу, життєвої історії чи в їхній комбінації» [71, с. 277–278].

Більшість дослідників наголошують на взаємопроникненні, модифікації, синкретизмі, трансформації жанрів біографічного спрямування (публікації, які присвячені цим питанням: «Модифікації портретного нарису в сучасній українській газетній практиці (на матеріалі загальноукраїнських та регіональних видань початку ХХІ ст.)» (С. Белькова) [4], «Портрет і біографія. Гранична сутність жанрів», «Теорія та практика публіцистичного портрета» (М. Воронова) [12], «Внутрішньожанрова типологія нарису» (О. Гусєва) [20], «Жанр

життєвої історії як індикатор тенденцій розвитку сучасних друкованих ЗМІ» (К. Сізова) [54], «Біографістика як метажанр: спроба теоретико-літературної ідентифікації феномена» (Н. Торкут і В. Марінеско) [63], «Жанрові грані біографічного дискурсу в сучасній періодиці» (О. Харитоненко) [65], «Політичний портрет як різновид нарису в сучасній українській газеті» (М. Варич) [6], «Авторська колонка як жанровий різновид есею» (С. Шебеліст) [69]).

В. Л. Погребна, Р.С. Байрамов у статті «Своєрідність жанрової палітри журналу «VIP club» слушно зазначають: «... будь-який жанр є поєднанням усталених ознак зі змінними, варіативними. Їх складна взаємодія й забезпечує функціонування та розвиток жанрів. Сучасна жанрова структура характеризується динамізмом, синкретичністю, розмиванням меж між жанровими моделями, схильністю до дифузії, модифікацій, експериментів» [47, с. 207].

Кардинальні зміни в системі сучасних жанрів потребують вивчення та узагальнення, зокрема, потребують осмислення жанрові інновації в публікаціях біографічного спрямування в інформаційно-рекламному журналі «VIP club», що пояснює **актуальність нашої роботи.**

Предмет дослідження – портретно-біографічний дискурс в рекламно-інформаційному виданні «VIP club».

Об’єкт дослідження – журнальні тексти різних жанрів у журналі «VIP club» за 2018-2022 рр.

Мета роботи: розглянути особливості портретно-біографічного дискурсу в інформаційно-рекламному виданні «VIP club».

Відповідно до поставленої мети були висунуті такі **завдання:**

- систематизувати науковий досвід вивчення портретно-біографічного дискурсу;

- окреслити особливості художньо-публіцистичних жанрів;
- визначити основні ознаки портретного та біографічного нарисів, портрету, есе, життєвої історії як гнучких публіцистичних жанрів біографічного спрямування;
- довести, що тип видання впливає на вибір жанрів, з'ясувати особливості жанрової політики інформаційно-рекламного журналу «VIP club»;
- виявити структурно-типологічні особливості цього видання;
- розглянути жанрову специфіку колонки головного редактора;
- окреслити особливості синтезу жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування (життєва історія, портретний та біографічний нарис, есе, інтерв'ю).

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці таких науковців, як С.В. Белькова [3-5], М.Ю. Воронова [11-14], О.В. Голік [17; 18], В.Й. Здоровега [24-26], О.В. Пашник [46], К.Л. Сізова [54], О.І. Харитоненко [65; 66], С.В. Шебеліст [69-71] та ін., вони окреслюють проблеми функціонування, модифікації, взаємовпливу, трансформації журналістських жанрів.

Методи дослідження: типологічний, описово-аналітичний, проблемно-тематичний, спостереження.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що була здійснена одна зі спроб поглиблення наукових уявлень про портретно-біографічний дискурс, своєрідність жанрових інновацій в інформаційно-рекламному журналі «VIP club».

Матеріали і висновки роботи мають **теоретичне і практичне значення:** вони можуть бути використані під час подальших наукових розробок, при підготовці лекційних та практичних занять з курсів: «Вступ до спеціальності», «Газетно-журнальне виробництво», «Теорія і методика журналістської

творчості» у закладах вищої освіти, а також при написанні курсових та дипломних робіт студентів.

За темою дослідження було опубліковано:

Слинько Р.О., Погребна В.Л. Синтез жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування. *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.)*. Ред.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 181-184.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі систематизується науковий досвід вивчення портретно-біографічного дискурсу у сучасному журналістикознавстві. У першому підрозділі цього розділу окреслюється специфіка художньо-публіцистичних жанрів, у другому – визначаються основні ознаки портретного та біографічного нарисів, портрету, есе, життєвої історії як гнучких публіцистичних жанрів біографічного спрямування.

Другий розділ складається з двох підрозділів. У першому з них виявляються структурно-типологічні особливості журналу «VIP club», у другому – доводиться, що тип видання впливає на вибір жанрів, з'ясовуються особливості його жанрової політики.

Третій розділ присвячено вивченню специфіки портретно-біографічного дискурсу у журналі «VIP club». У першому підрозділі цього розділу розглядається жанрова специфіка колонки головного редактора, у другому підрозділі третього розділу окреслюються особливості синтезу жанрових

різновидів у публікаціях біографічного спрямування (життєва історія, портретний та біографічний нарис, есе, інтерв'ю).

У висновках підводяться підсумки дослідження. Обсяг роботи – 73 сторінки. Список використаної літератури включає 78 найменувань.

РОЗДІЛ 1.

ДИСКУСІЇ ПРО ПОРТРЕТНО-БІОГРАФІЧНИЙ ДИСКУРС У СУЧАСНОМУ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВСТВІ

1.1 Характеристика художньо-публіцистичних жанрів

Жанр журналістики – це форма відображення дійсності, особливості тематико-змістовних характеристик журналістського твору, його композиції, стилю. Жанр в загальному сенсі – це форма відображення дійсності, тип твору, який склався історично і характеризується чіткими особливостями структури. І. Л. Михайлин зазначає: «Жанр (франц. *genre* — вид, стиль, від лат. *genus* – рід) – велика група текстів, наділених спільними ознаками. Жанр – це комунікативні канали для певного роду інформації, що відіграють важливу комунікативну роль у внутрішньому (редакційному) і зовнішньому (читацькому) журналістському спілкуванні. Жанр – це певним чином окреслений зміст, який знайшов найбільш зручну форму для свого втілення» [23, с. 58]. Жанр залежить від життєвого матеріалу, від завдань, які ставить перед собою журналіст.

Поділ журналістських матеріалів на жанри до певної міри умовний, має швидше не практичний, а теоретичний характер. Жанрові особливості на практиці розмиваються, в матеріалі одного жанру наявні елементи інших жанрів.

За традицією жанри за типологічними особливостями поділяються на такі основні групи: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Інформаційну, аналітичну та публіцистичну групи жанрів І Михайлин називає «журналістськими родами, бо рід об'єднує групу жанрів зі спільними ознаками» [23, с. 58].

На сьогодні існує декілька підходів до класифікації жанрів. Володимир Здоровега зазначає, що у науці про журналістику давно утвердилась думка, що об'єктивно існує не один, а декілька таких критеріїв. І першим з них є об'єкт відображення, тобто «конкретний життєвий матеріал, який стає основою журналістського твору» [26, с. 149].

Важливим критерієм поділу журналістських текстів на жанри є їх призначення. Якщо в матеріалі чітко і точно, оперативно та об'єктивно повідомляється про факт, подію, то це інформаційний жанр, якщо даються об'єктивні оцінки, автор аналізує події чи факти – це аналітика, якщо подія зображується крізь призму суб'єктивного сприйняття автора, який не нехтує тропами, то це жанр художньо-публіцистичний.

Третій критерій – масштаб охоплення дійсності. Якщо в інформаційних жанрах аналізується окремий факт, подія, то в аналітичних – декілька або багато фактів та подій, їх взаємозв'язки.

Четвертий критерій поділу на жанри пов'язаний з вибором інтонаційно-стилістичних та образних засобів.

Д. Прилюк вважає, що до інформаційних жанрів, які головним чином повідомляють факти, треба віднести замітку, звіт, репортаж, інтерв'ю [51, с. 219]. Інформаційні жанри покликані інформувати читача про те, що відбулося чи відбувається та називати, не коментуючи, факти з реального життя. Матеріали цього жанру відповідають на запитання: Хто? Що? Коли? Де? Як? Чому? Як правило, це стисла інформація, невелика за обсягом.

Основна функція аналітичних жанрів – аналіз, осмислення подій, фактів, явищ. Г. Вартанов, В. Шкляр до аналітичних жанрів відносить кореспонденцію, статтю, огляд, огляд преси, коментар, рецензію, лист [7, с. 27-39]. Саме у цих жанрах може домінувати критичний підхід, а також полеміка.

Художньо-публіцистичні жанри виділяються як окрема група жанрів і літературознавцями, і журналістикознавцями. Їх основні характеристики пов'язані з певною «свободою» цих жанрів (в текстах такого спрямування можна помітити образні та інтонаційно-синтаксичні засоби, суб'єктивні оцінки, чого не можна уявити в жанрах інформаційних та аналітичних). До художньо-публіцистичних жанрів відносять есе, нарис, замальовку, життєву історію, сатиричні жанри (сатиричний коментар, памфлет, фейлетон та ін.).

І. Михайлин при характеристиці цієї групи жанрів вказує на «організаційну роль образного ряду, у якому пріоритетного значення набуває образ автора-публіциста, поданий з ліричною прямолінійністю як «Я»; проведення певної філософської (ідеологічної, моральної) концепції, яка має самодостатнє значення і використовує різні типи аргументів, у т. ч. фактичні» [23, с. 58].

Замальовка (зарисовка) – художньо-публіцистичний жанр, у якому передаються емоції та враження журналіста, його переживання з приводу певної події. На відміну від інформаційної замітки, в якій об'єктивно відображаються факти та події, тут наявна образність.

Нарис – художньо-публіцистичний жанр, головні його риси – документалізм та фактографічність, що дає підстави віднести цей жанр до публіцистики. Хоча такі риси як ліризм, використання автором засобів художнього мовлення, образність, типізація, психологізм, активність авторської позиції свідчать про те, що нарис є жанром і художньої літератури.

Основні види нарису: портретний, проблемний, подорожній, науково-популярний тощо. Саме у нарисі поєднується індивідуальна історія життя та досвід, історія соціуму.

Основні жанри сатиричної групи – памфлет та фейлетон. Фейлетон один з найпоширеніших у ХХ столітті сатиричних жанрів. У наш час – це літературно-

публіцистичний твір, у якому за допомогою іронії, сатири, гумору викриваються та висміюються негативні явища, вади людського характеру.

Памфлет – сатиричний жанр публіцистики різко викривального характеру, у якому сатира переростає в сарказм, демонструється цілковите заперечення предмета відображення. Для памфлету характерні такі риси, як злободенність, документалізм, обрання для викриття значного суспільного явища.

На сьогодні є популярним жанр життєвої історії, що пов'язано з зацікавленістю дискурсом повсякденності, інтересом до індивідуального, а не колективного. І. Михайлин дає наступне визначення цього жанру: «Життєва історія – художньо-публіцистичний жанр, предметом якого є цікаві для загалу епізоди, ситуації, вчинки, колізії з життя звичайних і видатних осіб сучасності. Життєва історія створюється на документальному матеріалі за допомогою переважно художнього методу; в її основі – образне відтворення дійсності, а тому вона споріднена з документальним оповіданням» [23, с. 59].

С. Шебеліст вважає, що життєва історія – це один з нових жанрів, який «став настільки запотребованим, що для нього не тільки відводять місце у розважальних глянцевого, переважно жіночих, журналах (рубрики «Історії вашого життя», «Сімейні історії», «Історії успіху»), але і створюють спеціальні видання («Успіхи і поразки», «Історії з життя», «Караван історій», «Story»)» [71, с. 276].

Есей – жанр, у якому автор вільно аналізує будь-яку проблему, часто вдаючись до суб'єктивності, експресивності. Основні ознаки есе: вільна композиція, невимушеність викладу, використання образних, інтонаційно-синтаксичних прийомів.

О. Гусєва, розмірковуючи про сучасні трансформації публіцистичних жанрів, зазначає, що, завдяки посиленню ролі есеїстичності, сповідальності,

автобіографізму вони отримують «новий імпульс до свого подальшого функціонування в межах і журналістики» [20, с. 66].

Жанр може зберігати свої основні усталені риси, а може і видозмінюватися, що розмиває жанрові кордони. Що впливає на модифікацію та взаємовплив жанрів? О. Голік зазначає, що це: «... динамічність політичних процесів, ринкові умови існування преси; розвиток Інтернет, зарубіжних ЗМІ, суміжних із журналістикою сфер людської діяльності, взаємодія мас-медіа між собою, загальний культурний рівень аудиторії, професійна підготовка та майстерність журналістів» [17, с. 9].

С. Шебеліст вважає, що саме у 1990-2000 рр. : «гібридизація, дифузія і жанрове вібрування набули виразних обрисів і форм» [71, с. 276]. Репортаж, інтерв'ю, кореспонденція перестали чітко атрибутуватися як інформаційні чи аналітичні. Розпочався процес «перебудови жанрової системи». Деякі жанри втратили популярність, інші стали більш затребуваними: «на зміну поширеним у радянській пресі нарису, фейлетону, памфлету, звіту, передовій та агітаційній статтям прийшли інші форми – інтерв'ю, коментар, есей, авторська колонка, котру, по суті, можна розглядати як одну з модифікацій есею» [71, с. 276].

Досить часто науковці видозміни у жанровій царині називають трансформацією, модифікацією жанрів. У «Словнику іншомовних слів» наводиться наступне визначення терміну «трансформація»: «зміна, перетворення виду, форми, істотних властивостей чого-небудь» [59, с. 839]. Трансформаційність – ознака дієвості жанру, його затребуваності. При трансформації відбувається зміна істотних властивостей певного об'єкта (щодо жанру – жанрова трансформація), при модифікації сутність останнього залишається незмінною, нові ознаки не заважають ідентифікувати його (щодо жанру – жанрова модифікація).

Деякі вчені для пояснення поєднання рис, ознак, елементів декількох жанрів в одному матеріалі використовують термін «синкретизм». Так синкретичність має місце у сучасному нарисі звичними є елементи репортажу, замальовки; у життєвій історії можемо бачити елементи портретного нарису, інтерв'ю та ін.

1.2 Портретний та біографічний нарис, портрет, есе, життєва історія як публіцистичні жанри біографічного спрямування. Гнучкість жанрів

Біографія – публікація, в якій розповідається про головні події, факти життя людини. Вона представлена в офіційно-діловому, науковому, художньому, публіцистичному, мемуарному дискурсах. М. Воронова тлумачить біографію і як невід’ємний предмет опису в межах різних публікацій, і як цілком самостійний жанр: «Біографія може бути матеріалом, на основі якого творяться наукові й документальні тексти, і самим текстом, який має свої закони творення. Можливість використання біографії (фактів життя) певної особи як основи для певного жанру (портрета, нарису, есе) не позбавляє жанр біографії його самодостатності» [12].

Біографічні данні можуть містити різні журналістські жанри. У журналістикознавстві виділено й описано певні жанри, які дотичні до біографічної публіцистики. Це портретний нарис, портрет, біографічний нарис, есе, життєва історія. О. Харитоненко у статті «Жанрові грані біографічного дискурсу в сучасній періодиці» розглядає біографію як «метажанр, який реалізується в жанрових моделях статті, есе, життєвої історії, біографічного, портретного, проблемного, подорожнього нарисів, інтерв'ю та моноінтерв'ю» [65, с. 150].

Як зазначає В. Здоровега, нарис – «жанр, у якому досліджуються реальні життєві явища через людські долі та характеристики з метою впливу на соціальну практику...» [26, с. 245]. Нарис може бути літературним (белетризованим) і публіцистичним (документальним), науково-публіцистичним, науково-художнім. Саме у нарисах зображуються портрети людей, особливості їх поведінки, мови, стосунків з іншими людьми. Герої нарисів характеризуються як автором, так і персонажами, може бути наявна самооцінка героя, автор може змальовувати його міміку, жести, дії, використовувати пейзажі задля відтворення його внутрішнього стану тощо. Все це характеристики суто художні, що дає підстави відносити нарис не тільки до журналістики, а і до літератури.

Основні види публіцистичного нарису – проблемний, портретний, подорожній. О. Харитоненко у статті «Жанрові грані біографічного дискурсу в сучасній періодиці» називає види нарисів, які належать до біографічного дискурсу: «біографічний, портретний, ювілейний, портретно-проблемний, психологічний» [65, с. 153].

Біографічний нарис передбачає послідовний виклад усього життєвого шляху людини або основних віх її життя та діяльності. Ювілейний присвячений певній даті, події. Портретно-проблемний нарис дає уявлення читачеві не стільки про життя героя, скільки про історію його досягнень, творчих здобутків, вирішення різних проблем на життєвому шляху. Психологічний нарис направлений на розкриття внутрішнього світу героя.

Сучасний нарис – жанр гнучкий, тяжіє до синкретичності, жанрової дифузії, модифікується в різні форми, може об'єднувати ознаки інших жанрів. С. [Белькова у статті](#) «Модифікації портретного нарису в сучасній українській газетній практиці (на матеріалі загальноукраїнських та регіональних видань початку XXI ст.)» зазначає: «У сучасній українській газетній періодиці нарис

проявляє себе як доволі гнучкий жанр, здатний пристосовуватися до змін, які відбуваються в медіапросторі під впливом таких визначальних тенденцій, як конвергенція медіа та дифузія жанрів» [4, с. 219].

За традицією портретно-біографічний дискурс розглядається у проекції саме на портретний нарис (дослідження В. Здоровеги [26], В. Карпенка [27], І. Михайлина [31], О. Тертичного [60] тощо). Портретний нарис – публікація, в якій подається зовнішній портрет та риси характеру героя, жанр, через який автор публікації «відкриває головного героя, невідомі сторінки його життя, дозволяє проникнути до його приватного простору... Портрет спрацьовує однаково добре як для відомих публічних осіб... так і для невідомих» [2, с. 314].

Близьким до портретного нарису за характеристиками є біографічний нарис. Для біографічного нарису, як і для портретного, характерним є розкриття особистості героя через його вчинки, діяльність. Проте у біографічному нарисі великого значення набуває розповідь про шляхи, якими йшов до успіху герой, про те, що допомогло йому досягти своєї мети.

Серед негативних тенденцій розвитку сучасного біографічного нарису дослідники виділяють такі: розповсюдження нарисових форм, які відображають досвід людей звичайних, але дійсно непересічних, акцентування на сенсаційності, висування на перший план тих якостей героїв, які можуть привернути неабияку увагу читача, але надавати негативний приклад соціальної поведінки. При цьому матеріальний успіх, якого досягли герої, ставиться понад усе [4, с. 227].

Як один із різновидів портретного нарису наковці (В. Здоровега [26], В. Карпенко [27], І. Михайлин [31], О. Тертичний [60]) розглядають портрет. Як цілком самостійний жанр його виділяють європейські журналісти, розглядаючи політичний портрет як жанр, у якому є риси аналітики, який включає в себе

риси інших жанрів, наприклад, репортажу, інтерв'ю. Так, у французькому збірнику «Гід журналіста» наголошується, що портрет має риси аналітичних жанрів. Його автори зазначають: «Портрет є публіцистичним жанром, який об'єднує елементи репортажу, розслідування, інтерв'ю та аналізу. Він має довільну форму викладу й може змінювати свій обсяг» [16, с. 60].

М.Ю. Воронова вважає, що портрет – незалежний, самодостатній, самобутній жанр в системі публіцистичних жанрів, у своїх дослідженнях вона розробляє класифікацію жанру портрета, розмежовує портрет і різні дотичні до нього жанри, розглядає засоби творення кожного окремого портретного типу, його композиційні і стилістичні особливості [13]. Дослідниця аналізує наступні види портретів: «літературний (об'єкт зображення – письменник), політичний (об'єкт зображення – політик), історичний (об'єкт зображення – історично значуща особа), мистецький (інша назва – «творчий»; об'єкт зображення – представник творчої професії, професійний (інша назва – «соціальний»; об'єкт зображення – представник нетворчої професії). Вказано на гіпотетичне існування соціологічного портрета (інша назва – портретний нарис, об'єкт його зображення – представник соціального класу) та автопортрету» [13].

М. Воронова не відносить політичний портрет до нарису і взагалі не асоціює його з художньо-публіцистичними жанрами, оскільки вважає, що в цьому жанрі переважає аналітика. Погоджуємось з О. Харитоненко, яка вважає портрет і портретний нарис синонімами [65, с. 154] та з С. [Бельковою, яка наголошує на тому, що політичний портрет є «модифікованою формою, що утворилася на основі портретного нарису внаслідок посилення аналітичного елемента. Характерним фактом є наявність таких творів на шпальтах якісних видань \(або видань, що претендують на цей статус\) «Дзеркало тижня», «День» \[4, с. 220\].](#)

I. Аньєс виділяє наступні види портретів: портрет-інтерв'ю, портрет-репортаж, портрет-розслідування, ідентифікаційна картка, некролог, портрет-порівняння, фотоальбом [2, с. 315-316].

Ідентифікаційна картка – коротка публікація, що містить найважливішу інформацію про особистість.

Некролог – біографія або окремі відомості про людину, яка померла.

Портрет-репортаж – розповідь про героя, яка створюється під час зустрічі з ним.

Портрет-розслідування – матеріал, в якому розкриваються за допомогою знайдених журналістом джерел маловідомі факти життя і образу героя.

Портрет-інтерв'ю – публікація, в якій «за допомогою зустрічі або діалогу з головним героєм ми намагаємося висвітлити, вписати в поточний контекст його особистість та провідні лінії сюжету» [2, с. 315].

Портрет-порівняння публікація, яка містить порівняння кількох людей.

Фотоальбом – використання фотографій, які демонструють етапи життя та діяльності людини, «з власними коментарями особи або з поясненнями журналіста» [2, с. 315-316].

Цікавий і доволі перспективний у межах публіцистичної біографіки жанр – біографічний есей. «Есей, – зазначає І. Михайлин, – жанр, у якому вільно, не обов'язково вичерпно, але виразно індивідуально трактується певна подія, явище, проблема чи тема, а публіцистична суб'єктивність сягає апогею» [31, с. 383]. Визначальні ознаки публікацій у цьому жанрі: підвищена суб'єктивність автора, його роздуми (іноді парадоксальні) як предмет презентації, вільна композиція, афористичність, іронічність, фрагментарність, асоціативність, подекуди відкритість фіналу, опора на культурний контекст, брак задекларованих висновків, провокування читача до розмірковувань на певну

тему. С. В. Шебеліст справедливо вважає, що есей є відкритою формою для контактів з іншими журналістськими жанрами [70].

Ще один жанр, який пов'язаний з біографічним дискурсом, – це життєва історія, де людина постає в оточенні родичів, друзів, колег. Автор життєвої історії не розповідає всю біографію людини, а висвітлює найцікавіші епізоди її життя. О. І. [Харитоненко](#) зазначає: «На відміну від портретного чи біографічного нарису, життєва історія розкриває значущість не описуваного персонажа, а події (історії), що з ним відбулася... Зазвичай нарис – це характеристика визначної особистості в звичайних обставинах, а в життєвій історії описується пересічний громадянин в непересічній ситуації» [66, с. 155].

О. І. [Харитоненко](#) називає наступні риси цього жанру: «часткове використання художньо-публіцистичних засобів побудови тексту і організації мовлення (наприклад, сюжетність, літературність композиції – від зав'язки до кульмінації і розв'язки, наявність художніх деталей, вибудовування характеру персонажів, наявність діалогів і мовленнєва характеристика персонажів, емотивність авторського мовлення); моралізаторський, повчальний потенціал, який закладений в самій обраній для розповіді історії і нерідко – у авторських ліричних відступах і висновках...» [65, с. 161]. Життєві історії можуть доповнюватися коментарями фахівця.

Дослідниця наголошує на синкретичності цього жанру, який може наближатись до інших, споріднених із ним жанрів. Вона виокремлює «власне життєву історію, «життєву історію-сповідь», «життєву історію щоденникового типу», «життєву історію – біографічний нарис», «життєву історію-есе (роздум)», «життєву історію-лист», «життєву історію-усмішку (анекдот)» [66, с. 158]. О. І. [Харитоненко](#) справедливо вважає, що у кожному з цих випадків «жанр залишається самим собою, запозичується найчастіше тільки метод опису життєвих перипетій «маленької людини» [66, с. 158].

Життєві історії найчастіше представлені в жіночих журналах. [О. Харитоненко справедливо відмічає](#): «Специфічні предмет висвітлення (факти приватного життя людей) та характер відображення дійсності (надмірна і часто недоречно застосована образність) створили цьому жанрові неоднозначну репутацію: його вважають «низьким», популістським, хоч і доволі затребуваним. Можливо, саме тому і в журналістикознавстві його якщо й згадують, то побіжно» [66, с. 154].

Інтерес до біографій реальних людей (не лише видатних політиків, спортсменів, кінозірок тощо, а й таких людей, які живуть поряд з нами у нашому місті, яких ми знаємо, які досягли успіху у підприємницькій, освітній, спортивній, культурній діяльності, яким довелося долати труднощі на своєму життєвому шляху, перемагати обставини) є головною причиною популярності життєвої історії як жанру на сторінках журналу «VIP club».

Таким чином, загальноприйнятими критеріями поділу журналістики на жанри вважаються об'єкт відображення, призначення того чи іншого виступу, масштаб охоплення дійсності, масштаб узагальнення, особливості літературно-стилістичних засобів вираження задуму.

Журналістикознавці виділяють як окрему групу жанрів художньо-публіцистичні жанри. Вони одночасно можуть належати як журналістиці, так і літературі. Їх основні ознаки пов'язані з певною «свободою» цих жанрів (в текстах такого спрямування можна помітити образні та інтонаційно-синтаксичні засоби, суб'єктивні та емоційні оцінки автора, чого не можна уявити в жанрах інформаційних та аналітичних). До художньо-публіцистичних жанрів відносять есе, нарис, замальовку, життєву історію, сатиричні жанри (сатиричний коментар, памфлет, фейлетон та ін.).

Нова дійсність вимагає для свого відтворення нових виражальних засобів, що зумовлює дифузю існуючих та появу нових жанрів. Будь-який жанр є

поєднанням усталених ознак зі змінними, варіативними. Їх складна взаємодія й забезпечує функціонування та розвиток жанрів. Для пояснення трансформаційних процесів у системі журналістських жанрів використовують терміни: модифікація, синкретизм, дифузія.

Портретний нарис як жанр художньо-публіцистичний має риси художнього тексту (образність, суб'єктивність (авторське бачення героя нарису), емоційність тощо), але водночас репрезентує такі риси як фактографічність та документалізм, що свідчить про належність до публіцистики.

Жанри біографічного спрямування (портретний та біографічний нарис, портрет, есе, життєва історія) можуть функціонувати як окремі жанри. Оскільки ці жанри гнучкі, вони можуть і взаємодіяти, і модифікуватися, і використовувати елементи інших жанрів. У сучасній публіцистиці доволі частим явищем є поєднання в одному матеріалі елементів портретного чи біографічного нарису, життєвої історії, есе, інтерв'ю, репортажу.

РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ТИПУ ВИДАННЯ НА ВИБІР ЖАНРІВ

2.1 Структурно-типологічні особливості журналу «VIP club»

Журнал «VIP club» – перший глянцевиий кольоровий журнал Запоріжжя, який почав виходити з 2004 року. Це єдиний журнал в Запорізькій області, який стабільно працює вже понад 18 років. Виходить раз в два місяці, обсяг журналу – 88-100 сторінок. Випускається тиражем 5000 примірників. Сайт журналу : <http://www.vipclub.zp.ua>

Найменування журналу – важливий елемент його просування, його упізнаваності у регіональному колі. Що стосується назви видання «VIP club», яку можна інтерпретувати як «елітний клуб», вона є одним з елементів його концепції. На сторінках журналу представлені історії яскравих, помітних, успішних людей.

Основна читацька аудиторія: лідери громадської думки і люди, які приймають рішення; топ-менеджери і керівники середньої ланки; бізнесмени; творча еліта області.

Рубрикація журналу «VIP club» різноманітна, більшість рубрик постійні, хоча є і такі, які зустрічаються в окремих номерах. Основні рубрики у 2016-2022 рр.:

У рубриці «VIP-виробництво» (або: «VIP-компанія») VIP CLUB розповідає про діяльність підприємств та компаній Запорізької області.

У рубриці «VIP-професія» розповідається про представників популярних сучасних професій та їх успіхи, паралельно рекламується їх діяльність. Схожі рубрики «Біографія успіху», «VIP-зразок», «VIP-досвід», «VIP-допитливий» –

успішні люди нашого міста розповідають про шлях, який вони пройшли до визнання.

Рубрика [«VIP-колумністи»](#) – експертна колонка, де представлені корисні думки професіоналів різних сфер діяльності (юристи, банкіри, педагоги, медики, спортсмени тощо).

[«VIP-персона»](#) («Персона номеру») – рубрика, в якій розповідається життєва історія людини, яка, на думку редакції журналу, гідна представляти обкладинку видання.

[«Персона номеру Junior»](#) – рубрика, під якою розміщуються публікації про найталановитіших дітей.

У рубриці [«Найсмівіший VIP»](#) відомі запоріжці відповідають на десять особливих питань редакції. На це наважуються не всі, тому таких респондентів називають [«Найсмівішим VIPом»](#).

У рубриці [«VIP-експерт»](#) надається інформація та поради від авторитетних експертів з різних сфер діяльності (юристів, економістів, лікарів тощо), знавців своєї справи. Схожі матеріали розміщено під рубриками [«Топ-консультація»](#), [«VIP-послуга»](#), де рекламуються послуги банків, косметичних салонів, різних медичних клінік, сервісних центрів тощо.

Рубрики [«VIP-психологія»](#), [«VIP-тест»](#) присвячені порадам психологів. Тематично близькою до цих рубрик є рубрика [«VIP-прогноз»](#), де міжнародний експерт з Феншую, Наталія Журавель, дає поради читачам. Тести від [VIP-психолога](#) розміщуються під рубрикою [«Тест-асоціація»](#).

[Під рубрикою «Спадкоємець престолу»](#) містяться публікації про неординарних дітей. В останні два роки рубрика дещо змінила зміст і назву – [«Персона номеру Junior»](#), тут розміщуються матеріали про талановитих дітей.

«[Вільні серця](#)» («[VIP-холостяк](#)», «[VIP-холостячка](#)») – під цією рубрикою розміщуються життєві історії незаміжніх та вільних молодих людей, які демонструють своє бачення подружнього життя.

«[VIP-пара](#)» (варіанти: «VIP-тато», «VIP-мама») – ця рубрика містить розповідь про родинне життя вір-пар.

У рубриках «VIP-нагорода», «VIP-спортсмен» розповідається про нагороди, відзнаки, які отримали видатні запорожці.

«[VIP-освіта](#)» – у рубриці представляються найцікавіші учбові заклади світу.

«[На холодильник](#)» – рубрика, в якій читачі пропонують свої кулінарні рецепти з фотографіями. Лід рубрики: «Читачі готують, ми про це пишемо».

«[Чужа тарілка](#)» – ця рубрика містить розповіді туристів, які подорожують в інші країни, про їжу і кулінарні екзотичні блюда.

«[VIP в образі](#)» – рубрика, в якій вір-персони демонструють свої модні та стильні речі та розповідають про них.

«[VIP інтер'єр](#)» – рубрика, в якій виступають знавці нових тенденцій в інтер'єрному дизайні.

«Той, хто здорово живе» (інша назва «Здоровий VIP») – у цій рубриці з'ясовується, як бути успішними і залишатися здоровими.

«[VIP-подорож](#)» – у цій рубриці розповідається про незабутні подорожі та поїздки.

У рубриці «За порогами ЗР» представляються історії запоріжан, які переїхали на ПМЖ в інші країни і тепер будують там своє життя, а також про тих, хто їздить туди на заробітки.

«Один день з трупою» – рубрика, яку її автор позиціонує так: «... ми проводимо один день там, куди не всіх пускають, із тим, хто багато знає», тут

розміщуються публікації про різні театральні колективи, автор веде своєрідний репортаж під час вистави або репетиції.

У рубриці «Власник найцікавіших речей» (інша назва – «Сім речей») представляється історія про відому в регіоні людину, у якої є певні речі, які його характеризують або йому допомагають.

«Домашній улюбленець, який змінив людину» – рубрика, в якій розповідається про домашніх улюбленців, тварин.

«[VIP-гороскоп](#)» – у цій рубриці майстер Фен-шуй Наталія Журавель розповідає про те, що провіщають зірки, а також говорить, які дні будуть сприятливими, а які ні у найближчі два місяці.

«[VIP-подія](#)» та «[VIP-захід](#)» – рубрики, в яких розповідається про конкурси, презентації, виставки, в яких беруть участь vip-персони.

«Кінотека передплатників» – читачі журналу рекомендують подивитись фільми, які їх зацікавили, надають міні-рецензії

«Афіша кінотеатра ім. Довженка» – рубрика, в якій дається анонс фільмів, які будуть демонструватись у цьому запорізькому кінотеатрі.

«[VIP-казка](#)» – рубрика, в якій запорізькі автори презентують свої казки для дітей.

«Читацький клуб» – рубрика, в якій запорізькі автори презентують свої вірші, оповідання і навіть уривки з романів.

«Бібліотека передплатників» – читачі рекомендують прочитати книги, які їх зацікавили, надають міні-рецензії у формі полілогічного інтерв'ю.

«Авторський гумор» – рубрика, в якій запорізькі автори презентують афоризми, гумористичні висловлювання.

«[Це фото старше, ніж ви](#)» – рубрика, в якій публікується історичне фото, яке вразило редакцію журналу, і коментарі під ним.

У рубриці [«VIP-цінності»](#) представлена реклама обручок з діамантами від ювелірної фабрики «Arista», цю функцію може виконувати і рубрика [«VIP в образі»](#).

Зазначимо, що з 28 рубрик 16-18 мають назву, яка починається з [«VIP»](#), що демонструє читацькій аудиторії елітність, ексклюзивність і неповторність тих героїв сюжетів, про яких розповідається на сторінках видання.

2.2 Жанрова політика інформаційно-рекламного журналу «VIP club»

Журнал «VIP club» позиціонує себе як інформаційно-рекламне видання. Додамо, що він виконує і рекреативну функцію, про що свідчать рубрики [«VIP-психологія»](#), [«VIP-тест»](#) [«Тест-асоціація»](#), [«Чужа тарілка»](#), [«VIP-подорож»](#), [«VIP-гороскоп»](#), «Авторський гумор», [«Це фото старше, ніж ви»](#) та [ін. Дослідниця](#) О. Пашник вважає, що видання подібного типу характеризуються:

- 1) підпорядкуванням рекламній меті, а значить – відповідністю стандартам рекламних звернень у друкованих засобах масової комунікації (на комунікативному, функціонально-типологічному, лінгвістичному рівнях);
- 2) реалізацією розважальної функції як складової рекламно-розважальних видань;
- 3) втіленням інформації в певних жанрових варіантах із трансформацією формозмістових властивостей жанрової системи, традиційної для інших типів друкованих видань [46, с. 146].

В останні десятиліття значно зросла інформаційна потреба різних соціальних груп у виданнях, що рекламують ринок нерухомості, різної продукції і послуг. Саме тому зросла доля спеціалізованих рекламно-інформаційних та рекламно-розважальних видань, орієнтованих на

рекламодавця й задоволення інформаційної потреби населення у сфері надання послуг. Кожне видання орієнтується на свою читацьку аудиторію, відповідно до цього вибудовується структура видання, його рубрикація. Зрозуміло, що специфіка рекламно-розважальної інформації вимагає використання тих жанрів, які найліпше для цього підходять.

Основна мета журналу «VIP club» – задовольняти потребу населення в розважальній, «легкій» інформації, а також створенні образу певного стилю життя, пов'язаного передусім зі сферами роботи та відпочинку. У журналі подається інформація про товари й послуги, а також культурні події міста.

Якщо говорити про особливості стилістики текстів «VIP club», то це емоційність, легкість, невимушеність, особистісний підхід. Щодо поліграфічно-дизайнерського оформлення: це кольоровий фотоколажний продукт, ми бачимо високий рівень поліграфічного (глянцевого) втілення, складний кольоровий дизайн сторінок, багатство шрифтового оформлення, велика увага приділяється фотоматеріалам та графіці, загалом наочності й візуальним засобам впливу на аудиторію.

О. Пашник зазначає: «Журнал «VIP club» виходить під девізом «Особливий стиль життя» і є за своєю сутністю рекламно-інформаційним з розважальною функцією, оскільки практично всі публікації становлять собою відкриту або напівприховану рекламу різних фірм, туристичних агентств тощо. Крім рекламних інтерв'ю, нарисів чи науково-пізнавальних статей, у журналі розміщено багато прямої реклами. Як правило... це повноформатні фотографії, що в глянцевогому варіанті виглядають надзвичайно привабливо і стильно» [46, с. 147]. Власне рекламна складова репрезентована такою інформацією, як адреси та телефони лікарень, кафе, салонів, магазинів, пропозиції від фірм і компаній, перелік послуг і навіть подекуди ціни на них.

Оскільки журнал позиціонує себе як інформаційно-реklamний, в ньому більшість публікацій – саме рекламно-інформаційних. Вони представлені такими інформаційними жанрами як оголошення, анонс, рекламна кореспонденція або замітка.

У статті Погребної В. Л., Байрамова Р.С. «Своєрідність жанрової палітри журналу «VIP club» зазначається, що у цьому виданні «жанрові ознаки замітки та кореспонденції трансформуються, оскільки обов'язково містять елементи прихованої реклами (представлення товарів і послуг у вигляді інформаційного повідомлення). У журналі «VIP club» ці жанри представлені у рубриках «VIP-компанія», «VIP-експерт», «Топ-консультація», [«VIP-послуга»](#) [47, с. 186].

[Реклама може бути і неприхованою. Наприклад, у кореспонденції «ЖК «Kvartal» – новий простір для нового життя» \(VIP club, №87\), рекламується новий проєкт дніпровського забудовника «Sensar», який презентує сучасний 11-поверховий будинок із розкішними видами на місто Запоріжжя, річку Дніпро, власною парковкою, дитячим і спортивним майданчиками тощо \[\].](#)

Один із жанрів, які представлені в журналі, – анонс. Анонси наявні, наприклад, в рубриках «Кінотека передплатників» «Афіша кінотеатра ім. Довженка» (анонси фільмів).

Також використовується репортаж (рубрики [«VIP-подія»](#) та [«VIP-захід»](#)). Прикладом репортажу є матеріал Л. Панової, А. Онуфрієвої, Н. Никитчук, А. Шиманської «Тёплая вечеринка» (рубрика «VIP-подія», VIP club, 2020-2021, №87), в якому розповідається про дев'яту церемонію нагородження персон року за версією «VIP club». Репортаж розміщено на 6 сторінках. Його супроводжують 47 промовистих фото, які передають атмосферу свята. У цьому матеріалі представлені не тільки елементи звіту та репортажу, а й елементи коментаря, інтерв'ю (наприклад, коментарі таких видатних людей Запоріжжя, як: О. Мудраченко, О. Беладзе, Д. Бондаренко, О. Виротченко, Р. Лопатко) [45].

Найчастіше у виданні «VIP club» використовується інтерв'ю – і як жанр, і як метод. В. Л. Погребна, Р.С. Байрамов зазначають: «Часто інтерв'ю має й рекламний зміст, тому що за героями інтерв'ю здебільшого стоїть також інформація про компанію, яку очолює людина, про товари чи послуги, які надаються. Проте така реклама все-таки має більше статусний, іміджевий характер, ніж комерційний» [47, с. 192].

Монологічні інтерв'ю поділяється на певні блоки з підзаголовками, які найчастіше є цитатами інтерв'юваного. На початку матеріалу подається досьє (довідка з підпунктами, в якій дається інформація про статус, вік, освіту, сім'ю, вподобання, хобі, кредо героя публікації).

Формат журналу «VIP club» не передбачає серйозних аналітичних матеріалів (статей), в яких би аналізувалися соціальні, політичні проблеми, більшість публікацій у виданні – це інформаційно-рекламні повідомлення про товари, послуги, історії успішних людей. Подекуди журналісти використовують аналітичні жанри рецензії та огляду. О. Пашник зазначає «... використання жанру рецензії пов'язане насамперед із загальною спрямованістю... на розважальну інформацію, на розповідь про нові культурні продукти (фільми, комп'ютерні ігри, книги) або різноманітні послуги (ресторанна критика). Для цієї мети рецензія – з її спрямуванням на розкриття позитивних і негативних рис певного явища – підходить якнайкраще. Рекламна складова структури видання та загальна налаштованість на легкість і оптимізм, щоправда, дещо спрощують функціональне навантаження рецензії підкресленням здебільшого позитивних рис аналізованого явища...досить часто замість аналітичної рецензії в журналах репрезентована замітка-міні-рецензія, що вказує на перевагу інформаційної функції рецензії в рекламно-розважальних виданнях» [46, с. 149]. Цей жанр представлений у рубриках «Кінотека передплатників» (реклама фільмів), «Бібліотека передплатників» (реклама книжок).

Щодо художньо-публіцистичних жанрів, які представлені в журналі «VIP club», то це подорожній та портретний нарис, есей, життєва історія. Більшість названих жанрів портретно-біографічного спрямування, саме вони дають можливість журналістам створити уявлення про життя та діяльність, кар'єру та хобі наших неординарних сучасників, мешканців Запоріжжя та Запорізької області. Особливості їх функціонування в журналі «VIP club» буде розглянуть в наступному розділі.

Навіть художньо-публіцистичні жанри мають рекламну складову, що пояснюється форматом видання. С.В. Белькова зазначає : «Інтеграція журналістики та паблік рілейшинз призвела до набуття деякими журналістськими жанрами та їх різновидами невластивих їм функцій інструментів формування іміджевого капіталу» [4, с. 228-229].

С. Шебеліст вважає, що велика частина журналістських текстів про відомих людей часто має неприхований замовний PR-характер, про який ЗМК нерідко забувають нагадати традиційною у таких випадках позначкою «на правах реклами», що було б свідченням професійності та поваги до читача [70].

Таким чином, у журналі «VIP club», як показує спрямованість рубрик, наявна пізнавальна, розважальна та рекламна інформація у різних співвідношеннях. Цей журнал виходить під девізом «Особливий стиль життя» і є за своєю сутністю рекламно-інформаційним з розважальною функцією, оскільки практично всі публікації становлять собою відкриту або приховану рекламу різних фірм, товарів, послуг. Саме тому доречним є використання таких інформаційних жанрів, як оголошення, анонс, кореспонденція, замітка, репортаж, інтерв'ю, також аналітичних жанрів коментаря, рецензії та огляду.

Публікації можуть поєднувати ознаки декількох жанрів. Майже у всіх публікаціях є коментарі фахівців певних галузей і наявні вкраплення інтерв'ю.

Портретно-біографічний дискурс видання обумовлений бажанням журналістів розповісти про найвідоміших представників еліти запорізького краю.

РОЗДІЛ 3. ПОРТРЕТНО-БІОГРАФІЧНИЙ ДИСКУРС У ЖУРНАЛІ «VIP CLUB»

3.1 Риси біографічного нарису та есе в колонці головного редактора

Кожен номер журналу «VIP club» вже понад вісімнадцять років розпочинається зі слова головного редактора, Анни Нечіпуренко. Це авторська колонка вільного формату і стилю, матеріали на різноманітні теми, пов'язані зі святами, друзями, родичами, колегами, читачами, подорожами, чим і ким завгодно, що робить кожен номер цього видання неповторним та яскравим. Наприклад, у есе «Господа, пора зажечь. Начинаем с желания!» (VIP club, 2021, № 87) Анна Нечіпуренко розмірковує про те, що свято Нового року має свій вид, запах, звук і смак [39, с. 9].

Авторська позиція Анни Нечіпуренко декларується нею емоційно та зворушливо. Суб'єктивне авторське «я», ліризм, емоційність, автобіографізм свідчать про те, що ця жанрова форма наближена до есею.

Авторським текстам головного редактора аналізованого видання насамперед притаманна акцентована особистісна інтонація, широкий погляд на світ, удача побудова аналогій та їхня оригінальна прив'язка до поточного контексту. Не менш цінним видається і систематичне нагадування про здавалося б забуті високі моральні та духовні цінності.

Ефективність слова редактора залежить від уміння автора дібрати влучний, лаконічний заголовок, який вплине на читача. Зробити його цікавим та інтригуючим, точно передати зміст і допомогти читачеві зорієнтуватися в порушених проблемах – справа нелегка, що потребує багато зусиль, таланту, знань і досвіду, і слугує засобом персоналізації автора.

Редактор видання «VIP club» використовує, як правило, прості заголовки, які складаються з одного речення, виражають певну закінчену думку, наприклад: «В декабре – рожаю, в январе – мечтаю» (VIP club, 2022, № 93). Авторка часто використовує інтригуючі, метафоричні заголовки: «Вечірня помада чи помада на вечерю?!» (VIP club, 2022, № 94), «На третьем свидании пейте водку!» (VIP club, 2019, № 77), «Стихи с кактусом» (VIP club, 2019, № 80), «Гадание на телевизоре» (VIP club, 2020, №82), «Господа, пора зажечь. Начинаем с желания!» (VIP club, 2021, № 87). Зустрічаються і заголовки – прямі чи перероблені назви художніх творів, кінофільмів, мультфільмів: «Ребята, давайте жить дружно!» (VIP club, 2018, №74), «Подруги в большом городе» (VIP club, 2021, № 91). Такі заголовки емоційно впливають на аудиторію, визивають певні асоціації. Авторка ніби грає з читачем.

Одним із важливих жанроутворювальних факторів колонки є структурно-композиційні прийоми. В. Л. Погребна, Р.С. Байрамов зазначають: «У журналі «VIP club» редакторська колонка має чітко визначене розміщення. Вона – візитна картка видання, з неї розпочинається кожен номер. Це окрема сторінка журналу (сьома або дев'ята), яка має постійну назву «Слово редактора», ця назва сама по собі вказує на дифузійність заявленого матеріалу. Колонка поділяється на декілька частин (фото з зображенням редакторки, текст редакторської колонки, підпис редакторки, а також вказівка автора фото та місця зйомки)» [47, с. 200].

Коли читачі стикаються з назвою публікації Анни Нечипуренко «Ребята, давайте жить дружно!» (VIP club, 2018, №74), вони розуміють, що це слова кота Леопольда з мультфільму «Пригоди кота Леопольда» про доброго помаранчевого кота і шкідливих сірих мишей. Авторка ділиться досвідом, як вона вчилася переконувати своїх однокласників, співрозмовників. В неї це вийшло не відразу, але Анна засвоїла життєвий урок: «... перш ніж спробувати

вплинути на аудиторію, треба спочатку з'ясувати, чим вона живе» [42, с. 7]. З набуттям досвіду трибуна для виступів вже не лякає. Головне, щоб була «тема для трансляції, щирість і мікрофон» [42, с. 7].

Висновок авторки оптимістичний і позитивний. Вона звертається до читацької аудиторії, переконує її: «Ви впораєтесь. Все заплановане вийде. У вас для цього є все: старанність, сила і чистота думок. Я вірю в вас! І ще одне... «Ребята, давайте жить дружно!» [42, с. 7].

Тексти талановитої журналістки просякнуті глибокими та емоційними роздумами про важливі сторони нашого життя, що привертають до себе увагу небайдужого читача.

В. Л. Погребна, Р.С. Байрамов вважають, що колонка головного редактора журналу «VIP club» «виділяється з-поміж усіх інших матеріалів афористичністю мовлення, повчальним характером, автобіографізмом, сповідальністю. У ній синтезуються елементи декількох жанрів, зокрема статті, коментаря, есе. Таке своєрідне поєднання жанрових форм дає змогу автору колонки мати багато «вільного простору» для творчої реалізації авторського «Я» [47, с. 208].

Найчастіше Анна Нечіпуренко у редакторській колонці використовує жанр есею, який характеризується вільною композицією, емоційністю, суб'єктивністю, афористичністю, іронічністю, фрагментарністю, асоціативністю, «присутністю» автора в структурі оповіді: автор розповідає про себе, своїх близьких, знайомих. Авторка як би веде діалог з минулим і сучасним. Так, у матеріалі «В декабрі – рожаю, в январі – мечтаю» (VIP club, 2022, № 93) вона розмірковує про важливість мрій у житті кожної людини.

Початок публікації інтригуючий: «Два из 38 моих декабрей запомнились мне родами» [36, с. 7]. Анна Нечіпуренко розповідає, як вона запланувала у своєму чарівному щоденнику бажань зустріч з майбутнім чоловіком та

народження двох синів. Магію планування мрій редакторка журналу пояснює наступним чином: «Ці та інші значущі події, перед тим як відбутися, спочатку зароджувалися в моїх фантазіях на тлі улюбленої музики. А потім лягали нерозбірливим журналістським почерком до мого чарівного щоденника, доповнюючись різними малюнками, наклейками, вирізками з журналів. Глянцеві видання у моєму будинку досі займають окрему велику полицю. І тільки з тією метою, щоб раз на рік, на самому початку, я могла взятися за магію планування!» [36, с. 7].

Вона закликає читачів та читачок навчитися мріяти, прийняти теперішнє таким, як воно є, бачити майбутнє в яскравих тонах, планувати мрії та життя. Побажання до нового 2022 року дуже емоційне: «Кожному, хто читає ці рядки, бажаю у новому 2022 році розробити свій план на щастя. І нехай щоденним пунктом для досягнення мети буде ПРОСТО ЖИТИ! Любіть себе, інших людей та кожен свій день. Мрійте – воно того варте! Нехай у Вас буде свій чарівний щоденник. А вирізками для нього стануть сторінки Вашого улюбленого видання VIP Club – вони заряджені на успіх! Будьте здорові та щасливі. Тут і зараз)» [36, с. 7]. Таке звернення не залишить читачів байдужими, хтось замислиться про свої мрії, у когось підніметься настрій. Ця публікація Анни Нечіпуренко, як і решта інших, направлена на діалог з читачами, можливо провокування дискусії.

Матеріал Анни Нечіпуренко «Проста жіноча філософія. Вечірня помада чи помада на вечерю?!» (VIP club, 2022, № 94, рубрика «Слово редактора») – це есе-сповідь про необхідність використання важливого атрибуту кожної жінки, губної помади, про який жінки іноді забувають: «Як далеко буваю я від помади. Мене від неї віддалили лінощі успішної домогосподарки, підступна для дівочої зовнішності дистанційка та масковий режим» [41, с. 7]. Сповідальний тон, розмова про те, що стосується майже кожної жінки, не залишає байдужими читачок.

Напередодні Дня усіх закоханих авторка розповідає свою історію стосунків з цим атрибутом краси, зізнається, що раніше давала уроки візажу, пропонувала клієнткам «сміливі «помадні» рішення». Вона використовує емоційно забарвлену лексику, епітети та метафори, які допомагають передати емоції та почуття: «помада була моєю мотиваційною проповіддю», «сміливі «помадні» рішення», «еротично-гастрономічні поради», «напомажені лозунги».

Дуже зворушливий висновок Анни Нечіпуренко демонструє психологічне, і навіть філософське спрямування публікації: «Помада – це легкий спосіб жити так, як Ви хочете. Просто почніть з помади... Ні, не вона Вас робить кращою. Ви її насичуєте! Помада – це велика філософія. Це ознака того, що Ви все ще піклуєтеся про себе та про свої стосунки. Що Ваша усмішка має різний колір, а Ваш поцілунок – різний смак. Та що взагалі може бути важливіше, ніж усмішка та поцілунок?... бажаю Вам щиро цілуватися та усміхатись! Та інколи, без всякої причини, зробіть щось незвичне для себе. Нехай це буде, наприклад, «п'янка, вишня». Бо все, що незвичне, просуває Вас уперед!» [41, с. 7].

Анна Нечіпуренко в матеріалі «Подруги в большом городе» (VIP club, 2021, № 91) розповідає про тематичну фотосесію, розкриває секрети своєї дружби з подругами у великому місті. Авторка вважає, що для дружби повинно бути співпадіння за статусами, біоритмами, часом, можливостями, бажаннями. Дружба потребує зусиль та віддачі: «...дружба – це як город у моїх батьків: робота на ньому ніколи не завершується. Перестанеш звертати увагу і проросте бур'яном.

Хочеш, щоб у цій дружбі було затишно, родючо і по-справжньому – паши, як трактор. І найскладніше, що потрібно робити, – це мати можливість знову зачаровуватися один одним після кожного нового розчарування» [40, с. 9]. Такі міркування мають філософський та психологічний підтекст.

Публікація має автобіографічний характер, авторка розповідає про особисту історію дружби, згадує феєричні дівич-вечори, спільні шопінги, гучні пляжні дебати, караоке в нічному таксі, заходи сонця на особистому запорізькому Босфорі.

Автобіографізм, емоційність, сповідальність дозволяє віднести цей матеріал до жанру есе. Анна Нечіпуренко використовує художні засоби: порівняння («дружба – це як город у моїх батьків», «паши, як трактор»), метафори та епітети («прямолінійна Інна», «комплект подруг», «бажаєш, щоб у цій дружбі було затишно, родючо і по-справжньому» та ін.).

Висновок авторки – емоційне звернення до читачів: «Мої улюблені читачі VIP club, мої друзі, нехай у вас будуть ті, хто близькі по духу... Наважтесь бачити недоліки один одного, адже вони роблять вас унікальними» [40, с. 9].

Публікація головного редактора журналу «VIP club» має рекламну складову. Анна Нечіпуренко в кінці публікації зазначає: «Дякуємо магазину «TREND UP» за яскраві образи» [40, с. 9], тим самим вона рекламує цей магазин. Яскрава фотосесія демонструє його продукцію. Також з цією ж метою вона згадує ресторанний комплекс «RIF Event Place», де відбувалась ця фотосесія: «RIF Event Place, спасибі за атмосферну локацію для дівич-вечора» [40, с. 9].

Кьюар-код розширює межі публікації, дозволяє дізнатися подробиці дівич-вечора.

Рекламна складова є у матеріалі «Стихи с кактусом» (VIP club, 2019, № 80), який супроводжується фото, на якому ми бачимо А. Нечіпуренко в затишній атмосфері кафе на фоні кактусу. Підпис під публікацією: «С уважением, главный редактор журнала VIP club Анна Нечипуренко. Фото: Марина Владимировна. Спасибо кофейне «Cholla@Joshua» за кактус, вдохновляющую атмосферу и место проведения съемки» [43, с. 7].

Таким чином, проаналізовані матеріали головного редактора журналу «VIP club» у жанровому плані представляють собою синтез елементів декількох жанрів, зокрема нарису, коментаря, есе. Публікації Анни Нечіпуренко характеризуються суб'єктивністю, есеїстичністю, сповідальністю, афористичністю, іронічністю, автобіографізмом.

3.2 Синтез жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування

Журнал «VIP club» можна вважати клубом успішних людей Запорізької області, журналом про запорізьку еліту і для запорізької еліти. Тут представлені життєві історії відомих спортсменів, держслужбовців, освітян, підприємців, художників, музикантів та представників інших сфер діяльності. Героєм публікацій може стати людина, яка не тільки досягла успіхів у своїй професії чи діяльності, а й має цікаве хобі чи неординарний підхід до виховання дітей. Редактор журналу зазначає: «Саме про таких людей розповідаємо на сторінках видання. Філософія журналу VIP club – розповідаючи цікаві історії про цікавих людей, говорити правду і створювати емоції. Ми для тих, кому важливі вічні цінності...

Тільки нам запорізькі VIPи довіряють свої найпотаємніші історії: на сторінках журналу розкривають секрети особистих перемог і, не соромлячись, плачуть круті бізнесмени, діляться оригінальними захопленнями чиновники, шукають свою долю завидні женихи і наречені Запоріжжя» [78].

У журналі «VIP club» біографічний дискурс представлений у рубриках [«Біографія успіху»](#), [«VIP-пара»](#), [«VIP-тато»](#), [«VIP-мама»](#), [«VIP-персона»](#), [«Найсмівливіший VIP»](#), [«Вільні серця»](#) ([«VIP-холостяк»](#), [«VIP-холостячка»](#)),

«[VIP в образі](#)», «[VIP інтер'єр](#)», «Той, хто живе здорово» (більш рання назва рубрики «Здоровий VIP»), «Власник найцікавіших речей» (більш рання назва рубрики – «Сім речей»), «Домашній улюбленець, який змінив людину».

Під рубрикою «Персона номеру» зазначається, що «до цієї рубрики запрошуються запоріжці, чиї історії гідні обкладинки» [78]. Рубрика зорієнтована саме на біографічний контент. Матеріали про відомих людей Запоріжжя подають, зазвичай, у формі портретного нарису, інтерв'ю, життєвої історії, есе чи в їхній комбінації.

С. [Белькова у статті](#) «Модифікації портретного нарису в сучасній українській газетній практиці (на матеріалі загальноукраїнських та регіональних видань початку ХХІ ст.)» зазначає: «Портретний нарис, що від самого свого початку орієнтований на показ соціально ідеальної особистості, яка являє собою приклад для інших, потрапивши в поле інтересів PR, активно використовується для формування іміджу суб'єктів публік рілейшинз – бізнесменів та чиновників» [4, с. 229]. Оскільки журнал «VIP club» позиціонує себе саме як інформаційно-рекламне видання, зрозуміло, своєю метою автори публікацій мають не тільки дати портрет сучасника, розповісти його життєву історію чи біографію, а й прорекламувати його діяльність.

Героєм публікації Анастасії Пойди «Що за плечима та на серці Михайла Прасола: біографія найшаленішого депутата Запоріжжя» (VIP club, 2022, № 94, рубрика «Персона номеру») є Михайло Прасол – відомий запорізький правозахисник, адвокат, депутат Запорізької міської ради, заступник директора в юридичній фірмі «Ярослав Гришин та партнери». На обкладинці журналу саме його портрет, оскільки він – VIP-персона номеру.

Назва публікації провокативна. Як і сама діяльність цієї персони. У ліді відображається основна думка публікації: «З одного боку він чи не найгаласливіший депутат запорізької міськради, з іншого – чи не

найдіяльніший, який щодня показує в соцмережах ту роботу, яку виконує на своєму окрузі. Це викликає у всіх різні, часом суперечливі емоції. Проте коли під час нашого інтерв'ю Михайло почав згадувати своє непросте дитинство та поділився особистими страхами, ми його зрозуміли. І хочемо, аби зрозуміли і Ви» [50, с. 9].

Матеріал займає шість сторінок, текст супроводжують 28 фотографій (з архіву Михайла Прасола та зроблені фотографом Ольгою Опілат). Підписи до особистих та сімейних фото (коментарі автора публікації) як би розширюють просторово-часові межі зображеного, дають уявлення про біографію персони номеру. Читач знайомиться не тільки з діяльністю Прасола-юриста, депутата, громадського діяча, а й отримує відомості про його внутрішні принципи, життєвий тернистий шлях, дитинство, хобі, уподобання. Наприклад: «В юнацтві Михайло сім років займався вільною та греко-римською боротьбою, потім – боксом» [50, с. 9], «Михайло з ностальгією згадує дружний двір, походи в Крим разом із друзями, перехід в 105 км через гори, студентські роки та перші трудові будні» [50, с. 10].

Під деякими фотографіями розміщені уривки з інтерв'ю, відповіді депутата на запитання автора публікації, його коментарі. Наприклад: «Ніхто не уявляв, що буду займатись політикою, адже вважав це недосяжним, для такого простого хлопця, як я. Проте знав, що буду успішним, тому що люблю багато працювати. Це моє головне правило та кредо, тому що будь-які зусилля з часом конвертуються в те життя, на яке ти заслуговуєш» [50, с. 12].

Текст поділяється на блоки, кожен з яких має промовисті назви: «Кожен має право на захист», «Дитинство закінчується в 12», «Кругообіг енергії Михайла Прасола», «Ближче до влади», «Шалений депутат», «Змінити мислення та місто», «У чому сила, брате?»

Автор емоційно відтворює значимі епізоди, ситуації із життя героя публікації (наприклад: «боровся за справедливість та захищав слабких Михайло ще змалечку» [50, с. 9]), використовує його пряму мову. Матеріал оформлений як інтерв'ю, деякі відповіді персони номера відрізняються філософічністю та психологізмом: «... нам усім хочеться дива, щоб прокинутися та виграти в лотерею. А треба вірити в маленькі кроки, ступаючи якими щодня стаєш сильнішим. Тому що з кожним кроком ти ближчий до мрії. Для когось це велике багатство, та для мене це щастя – пізнати себе та жити в гармонії» [50, с. 13].

Найвагоміші висловлювання Михайла виділяються шрифтом і білими літерами на чорному фоні: «Для мене досі відпочинок – найстрашніша річ» [50, с. 9], «У свої 14 я заробляв навіть більше, ніж батьки однолітків» [50, с. 10], «Я бачив карти, як супротивники планували ділити наше місто» [50, с. 11], «Депутатам потрібно бути GPS-навігатором для бізнесу» [50, с. 12], «Треба вірити в маленькі кроки, ступаючи якими щодня стаєш сильнішим» [50, с. 13].

Автор використовує такий прийом, як опис інтер'єру, який теж характеризує героя публікації: «В офісі... зустрічає зелений куточок із гербом партії «Укроп», далі – стіни з картинами запорізького художника Сергія Черемісіна та фотографіями Черчілля... картини Балабанова на стіні кабінету – колаж із персонажів видатних злочинців Голівуду: Аль Пачіно з фільму «Обличчя зі шрамом», Марлон Брандо з «Хрещеного батька» тощо» [50, с. 9].

На 11-й сторінці розміщено два QR-коди, які дають можливість отримати інформацію про депутатські справи та прийоми Михайла Прасола, а також його юридичні консультації. Біографічний портрет героя не тільки розширює знання читачів про цю непересічну фігуру, а й рекламує його діяльність.

Публікація закінчується рекламою ресторану, в якому проходила зустріч: «Висловлюємо подяку закладу «LiNoy» за місце проведення зйомки» [50, с. 13].

Говорячи про особливості психологічних рис героя, одночасно автор рекламує дизайнерську студію (décor_fest_studiya): «Найбільше Михайло любить пригощати та дарувати подарунки. Тому ми влаштували йому майстер-клас запорізької décor_fest_studiya, аби його букети відтепер були ще особливішими. І Михайло із захопленням долучився до створення краси, щиро дивуючись ароматам та тонкощам процесу. Дякуємо дизайнерам студії!». Публікація завершується шістьма фото героя з квітами і QR-кодом décor_fest_studiya [50, с. 13].

Проаналізований матеріал характеризується змістовністю, яскравим стилем, емоційністю, використанням промовистих ілюстрацій та фото, коментарів до них (як автора публікації, так і її героя), використанням QR-кодів, за якими можна знайти інформацію про час прийому депутата та юриста, про особливості роботи дизайнерської студії. Рекламна та інформаційна складова гармонійно поєднуються, роблять цю публікацію корисною та сучасною.

Не можемо не погодитись з В. Погребною та Р. Байрамовим, які у статті «Своєрідність жанрової палітри журналу «VIP club»» зазначають: «Дифузія, трансформація, взаємкореляція жанрів, синтезація елементів декількох жанрів є саме тими процесами, що фіксуються у творчих продуктах журналу «VIP club». Більшість матеріалів видання «VIP club» – це синкретичні жанрові утворення, тому що вони можуть містити одночасно елементи і портретного нарису, і інформаційної кореспонденції, і есе, і життєвої історії, і коментаря фахівців, і, навіть, уривки з бесіди чи інтерв'ю, комбінуватися в різних варіаціях з цих елементів. Таке розмаїття жанрових вкраплень робить публікації цікавими для аудиторії, легкими для сприйняття» [47, с. 209-210].

Елементи декількох жанрів представлені, наприклад, у матеріалі Наталії Никитчук «VIP-холостячка Ирина Марченко» (VIP club, 2018, № 74, рубрика «Вільні серця»). У цій публікації розповідається про успішну запорізьку

дизайнерку. У ліді автор матеріалу дає їй стислу характеристику: «Героїня рубрики – майстер сумочок, запорізький дизайнер, роботи якого встигли з'явитися за кордоном. Мила блондинка вже справила на нас враження, і ми писали про її дизайнерські вироби. І сьогодні вона холостячка номеру» [44, с. 38].

На початку публікації у досьє подається стисла інформація про статус, дату народження, ріст, освіту, сімейний стан, риси характеру, кредо героїні. Назви змістових блоків: «Я тільки вверх!», «Там, где легко дышится», «Встречает мужчину по сумке, а утро – с яблоком» дають уявлення про зміст публікації. Автор використовує жанр портретного нариску: окреслює особливості зовнішності, рис характеру бізнес-леді. Також в матеріалі наявні елементи інтерв'ю. Відповідаючи на запитання Наталії Никитчук, Ірина описує свій ідеальний день, свої уявлення про ідеального чоловіка і розповідає, чому вона обрала Запоріжжя як місто для життя та творчості.

На обкладинці журналу «VIP club» № 93 за 2022 рік – портрет Катерини Чуріліної, співласниці клінінгової компанії «Clean UP», послугами якої користуються сотні підприємств і приватних осіб. Це персона цього номеру. Їй присвячена публікація Олени Шевчук «Катерина Чуріліна & чистий бізнес. Інтерв'ю зі співласницею Clean UP» (VIP club, 2022, № 93, рубрика «Персона номеру»).

На перший погляд це інтерв'ю, але автор матеріалу, розглядаючи біографію персони номера, ніби пропускає крізь себе її думки і вчинки, емоційно інтерпретує та коментує факти, що свідчить про есеїстичність викладу (наприклад: «Не закохатися в неї неможливо: Катерина весь час посміхається, ніколи не підвищує голос і не демонструє жіночі емоції. «Поруч із нею завжди комфортно», – кажуть її співробітники, а чоловіки, що приходять влаштовуватися на роботу, часто намагаються познайомитися ближче. Та наша

героїня лише зовні тендітна і ніжна, а всередині – справжня залізна леді, яка нічого в житті не боїться. У цьому я переконалася вже після її перших слів на інтерв'ю» [74, с. 9]). Автор присутній в структурі оповіді, як і сама героїня матеріалу, що свідчить про те, що .

Текст поділяється на блоки, кожен з яких має назви, пов'язані з основними віхами біографії героїні: «Рішуча та невгамонна Попелюшка», «Бачу ціль – не бачу перешкод», «Воїни чистоти», «Таткова улюблениця», «Робота з першими особами міста», «Начистоту з собою». Основні відповіді персони номера, які якнайкраще її характеризують, виділяються шрифтом і білими літерами на зеленому фоні: «Любов до чистоти мені передалася від бабусі» [74, с. 9], «Коли я втомлена, коли в мене щось не виходить, я починаю ліпити з пластиліну» [74, с. 11], «Для мене бути чесною перед собою і оточуючими – це найголовніше правило в житті» [74, с. 13].

Текст публікації Олени Шевчук супроводжують фотографії Марини Владімірової та фото з архіву героїні публікації. Це не тільки портрети, а й групові фото, на яких зображені батьки Катерини, сестра, друзі, колеги. Коментарі, що супроводжують фото, дають уявлення про смію цієї персони, її шкільні роки, хобі. Наприклад, коментар до фотографії батьків: «У люблячих родин завжди народжуються щасливі діти, які стають успішними людьми. Батьки Катерини – Володимир і Наталя – виховали своїх доньок в атмосфері добра і порозуміння» [74, с. 10] або коментар до фотографій, які дають уявлення про відпочинок та хобі героїні «Відпочинок завжди дарує яскраві емоції. Але найкращий той, що на Хортиці – він заряджає позитивом, а коні дарують енергію» [74, с. 10]; «Якщо Катерина не на роботі, її можна знайти в спортзалі. Руйнуючи всі стереотипи, жінка почала займатися кікбоксингом» [74, с. 11].

Під фотографіями, які дають уявлення про специфіку роботи компанії «Clean UP», розміщено рекламу : «Сьогодні клінінгова компанія. «Clean UP» є

провідною в цій галузі в Запоріжжі. Вона пропонує весь спектр послуг у сфері прибирання приміщень, торговельних центрів, офісів, фітнес-клубів. Універсальні солдати чистоти Clean UP бездоганно і швидко виконують генеральне прибирання, миття вікон і фасадів, наведуть лад після ремонту» [74, с. 12].

На 12-й сторінці розміщено інфографіку (називаються головні переваги компанії «Clean UP», послуги і ціни на них, вказуються телефон, адреса, електронна пошта, кьюар код, дається посилання на фейсбук).

Таким чином, у цій публікації редакція переслідувала інформаційну, рекламну, виховну мету. Ця публікація поєднує ознаки таких жанрів як: інтерв'ю, біографічний нарис, есе, життєва історія.

Матеріал Анастасії Пойди «Любовь с первого танца» (VIP club, 2022, № 93, рубрика «VIP-пара», підрубрика «Історії кохання, які надихають») за жанровими ознаками можна класифікувати як життєву історію з елементами есею. Вже у ліді відтворюється емоційний коментар автора публікації на нестандартність історії кохання героїв публікації: «Коли спілкуєшся з цією парою, здається, що довкола в повітрі витає кохання. Воно віддзеркалюється іскринками в їхніх очах, злітає грайливим сміхом з їхніх губ, а головне — не боїться бути висловленою на словах. Може тому на 5-річчя свого весілля Андрій та Юлія Загрія зіграли друге: коли наречену-маму вів під вінець 4-річний син, а всі гості плакали, зокрема й декоратори» [49, с. 56].

Текст поділяється на три частини, кожна з яких має назву-заголовок, пов'язану зі змістом історії: «Дотанцювались», «Весілля як початок більшого», «Про любовні секрети».

Автор матеріалу не тільки сама коментує події, а й використовує коментарі героїв публікації (їх відповіді на питання під час інтерв'ю), зазначимо, що ці коментарі супроводжують фото, на яких зображені Андрій та

Юлія або вони з сином Іваном. Наведемо приклади поєднання коментарів авторки та героїв публікації: «За час своїх стосунків наша VIP-пара разом зростала та розвивалася професійно, підтримуючи та надихаючи один одного. Юля відкрила весільну агенцію, а Андрій меблеве виробництво. «Ми завжди спочатку вирішуємо, що нам потрібно, а потім разом думаємо, як цього досягти. Це наш чарівний стусан під назвою “Треба, значить треба!”» [49, с. 56].

Публікацію супроводжують шість групових емоційних фото: чотири із архіву персон та дві, зроблені Нелею Переверзевою в ресторані «Усатий кролик». На першій фотографії є надпис, який свідчить про те, що редакція журналу висловила подяку ресторану «Усатий кролик» за місце проведення зйомок, тим самим роблячи рекламу цьому затишному закладу.

Анастасія Ануфрієва у матеріалі «Жизнь и таблетка. История вич-позитивного человека» (VIP club, №87, рубрика «VIP-опыт») підіймає важливу тему соціалізації віч-позитивної людини. Як епіграф: «Те, що переживають обранці, але з чого кожен засвоїть урок», так і лід («ВІЛ – це вірус імунодефіциту людини. Багато хто знає, що це таке, але що таке бути ВІЛ-позитивним? Ексклюзивно для VIP-клубу Сергій Старостенко вперше публічно розповідає, як один момент змінив все його життя. Хочеться висловити подяку нашому герою за довіру, адже для когось із його оточення це інтерв'ю стане новиною. Але своїм прикладом Сергій хоче показати, що ВІЛ – це не вирок» [1, с. 38]) відображають ідею публікації.

Під фотопортретом героя статті розміщено довідку про виявлення перших віл-інфікованих в Африці сто років тому, коли захворювання не залишало шансів на виживання. Автор зазначає: «Сучасна медицина дозволяє віч-позитивним повноцінно жити и навіть ставати батьками» [1, с. 38]. Інформаційна довідка є і в кінці матеріалу, де зазначається, що більшість міфів про віл пов'язані з шляхами зараження ним. Автор чітко говорить про те, як

можна інфікуватися, і що не може призвести до інфікування. Такі епізоди дозволяють говорити, що в матеріалі наявні елементи науково-популярної статті (інформативність, використання наукової термінології, ясність викладу, **чітке тлумачення, дохідливість, яскравий стиль**).

Загалом матеріал побудовано за схемою: питання – відповідь, тобто це класичне інтерв'ю. Запитання автор склав таким чином, щоб читачі не тільки познайомилися з непростю історією життя Сергія Старостенко (можна говорити про елементи жанру життєвої історії), дізналися про його характер, життєві пріоритети, особливості лікування, а й мали уявлення про його діяльність: Сергій – виконавчий директор благодійної організації «Мережа 100 відсотків життя. Запоріжжя».

На запитання: Чим займається організація, в якій ви працюєте? Він відповідає: «Ми надаємо соціальну, психологічну та частково медичну підтримку тим, хто потребує такої допомоги. Це люди, які живуть з ВІЛ, хворі на туберкульоз, які опинились без даху над головою..., які постраждали від пандемії COVID-19. Також ми проводимо профілактичні інформаційні заходи в Запоріжжі та області... наше об'єднання проводить безкоштовне масове тестування на ВІЛ» [1, с. 39]. Загалом герой публікації дає приклад повноцінного життя, доводить, що ВІЛ – це не вирок.

Таким чином, в проаналізованому матеріалі синтезовано ознаки науково-популярної статті, інтерв'ю, життєвої історії.

Марина Владимірова у публікації «Выходной – точно не мой день!» (VIP club, 2018, №74) розповідає про засновницю студії краси «Калинка» Аліну Колесник. Саме їй належать слова, які винесено у назву статті. Матеріал подається під рубрикою «Здоровий VIP». Під назвою рубрики розміщено пояснення її доцільності: «Ми з'ясуємо у запорізьких VIPів, як бути успішним і залишатись здоровим» [10, с. 66].

На початку публікації у досьє подається стисла інформація про статус, дату народження, освіту, сімейний стан, трудову діяльність героїні. Матеріал має нестандартну форму. Це 10 відповідей на уявні запитання інтерв'юєра, тобто самі запитання відсутні, але зміст відповідей дає уявлення про те, що запитувала журналістка. Тобто публікація має монологічну форму, автор матеріалу присутній тільки в ліді: «Вона не просто легка, вона людина-повітря. Вона не тільки любить, а й обожнює своє хобі, свою косметологію...» [10, с. 67]. У ліді передається ідея публікації, коментар автора доповнює портрет сучасної бізнес-леді. Штрихи до портрету також подаються в досьє. Таким чином, у цій публікації наявні елементи таких жанрів, як інтерв'ю, портретний нарис.

В. Л. Погребна, Р.С. Байрамов у статті «Своєрідність жанрової палітри журналу «VIP club» слушно зазначають: «... портретний нарис із його загальною спрямованістю на розкриття особистості героя матеріалу, особливостей його біографії та світовідчуття, втілених у певному життєвому «сюжеті», якій-небудь цікавій події є досить близьким, у певному сенсі, до класичного чи монологічного інтерв'ю, але з тією різницею, що людина не сама про себе говорить, а є об'єктом розповіді журналіста. Така розповідь потребує значної інформаційної підготовки: збирання фактів, виділення головного стрижня в характері чи цікавої події, навколо яких буде вибудовано матеріал, мовного окреслення індивідуальної специфіки героя тощо [47, с. 202].

Ольга Шевчук в статті «Художниця та її собака, яка вміє говорити» (VIP club, 2022, № 91, рубрика «Домашній улюбленець, який змінив людину», підрубрика «Про братів наших менших, які стали кимось більшим...») розповідає про безмежну любов Еріки Равич до своєї собаки. У ліді відображається основна ідея публікації: «Еріка Равич – відома запорізька мисткиня, яскраво-руда художниця й дизайнерка, учасниця всеукраїнських і

міжнародних пленерів. Виставки її робіт з успіхом проходили в Швейцарії та у Верховній Раді України. Таку гламурну пані з легкістю можна уявити з маленьким песиком під рукою або в торбинці... Проте поруч із нею Маса. Її порода невідома, але вона така ж руда, як і Еріка. І разом вони дуже гармонійні та вже не уявляють свого життя одна без одної» [75, с. 76].

Авторка матеріалу вибрав форму інтерв'ю: наявні відповіді Еріки Равич на запитання (які в тексті відсутні, але читач може їх уявити, орієнтуючись на відповіді героїні) та коментарі інтерв'юера.

Структура матеріалу проста, це три змістові блоки: «Одних втрачаємо, інших рятуємо», «Не гавкає, а розмовляє», «Філософія стосунків».

У першій частині «Одних втрачаємо, інших рятуємо» героїня згадує про собак, які були у неї в дитинстві, про пацюка, улюбленця свого сина. Авторка публікації дуже емоційно розповідає про те, як в домі Еріки Равич з'явилась безпритульна тварина: «Ця собака буквально вповзла в їхнє життя... Брудна, вся в крові, з переламаними лапами після того, як її переїхав позашляховик і водій кинув бідненьку помирати на дорозі» [75, с. 76].

Другий блок «Не гавкає, а розмовляє» присвячений собаці Масі, яка теж є повноправною героїнею матеріалу. Отримавши любов від людей, Маса віддає її на 100 відсотків більше, бо «любов лікує будь-які рани» [75, с. 77]. Еріка Равич розповідає, що її улюблениця може навіть вимовляти деякі слова. Під однією з фотографій (фото всього чотири, на них зображені хазяйка та її собака, і вони займають половину площини публікації) розміщено кьюар-код і надпис: «Неймовірно! Тут наша героїня Маса і справді балакає!» [75, с. 76].

У третьому блоці «Філософія стосунків» автор публікації стверджує, що життя з собакою дуже сприяє філософським роздумам, принаймні у такої творчої людини як Еріка Равич. Далі сама героїня публікації, хазяйка Масі, розмірковує з приводу того, як змінюється ставлення до собаки у людини,

починаючи з сьоми рочків, потім чотирнадцяти, двадцяти, тридцяти, сорока плюс: «Перестаєш бути вибагливим та вимогливим. Ти мрієш мати друга і байдуже, що той друг не людина... Навчаюся у Масі довіри. Довіри авансом, довіри, яку у мене відбило життя. Навчаюся у неї радості - такої цуценячої радості без причини, просто так. Навчаюся вчитися, дружити, навчаюся абсолютної любові, терпінню та витримці» [75, с. 77].

Кінцівка матеріалу є висновком, перегукується з лідом. Героїня публікації закликає людей подивитися навкруги, побачити бездомних тварин, які можуть стати для них справжніми друзями: «Для людей це можливість мати безкорисливу любов та надзвичайну енергетику спілкування. А для безпритульних тварин - можливість мати дім, любов та щасливе життя» [75, с. 77].

Ознайомившись з матеріалом, читач хоча б трохи зазирнув до внутрішнього світу Еріки Равич, бо саме ставлення людини до тварин багато в чому її характеризує, саме тому можна стверджувати, що в цьому матеріалі є елементи портретного нарису, які гармонійно синтезуються з елементами інтерв'ю та коментаря автора публікації.

Анастасія Пойда у статті «Коли там, де розриваються снаряди, народжується кохання» (VIP club, 2021, №87, рубрика «VIP-пара») розповідає історію кохання Харченко Костянтина Сергійовича, поліцейського Управління патрульної поліції Запоріжжя, учасника бойових дій у складі 37-го окремого мотопіхотного батальйону (2014-2015 рр.) та Мельник Євгенії Григорівни, продюсерки документальних програм телеканалу TV5, переможниці та учасниці міжнародних і всеукраїнських кінофестивалів.

У ліді передається основна ідея публікації: «Подавати руку, коли вона злазить з бронемашини. Дарувати бронежилет замість діамантів. Сидіти разом на балконі та обговорювати, на звук якої зброї схожий салют. Це їхня особлива

романтика. І це наша історія про закохану пару: учасника бойових дій на сході України Костянтина Харченко та володарку п'яти нагород головної телепремії України «Телетріумф» за спецпроект «Донбас сьогодні», військову кореспондентку та режисерку Євгенію Мельник» [48, с. 46].

Авторка публікації розповідає вражаючу історію знайомства Костянтина, який до війни був професійним арбітром з міні-футболу, а у 2014 році пішов добровольцем у 37 мотопіхотний батальйон і врешті потрапив у гарячі точки зони АТО, та Жені, телеведучої запорізького телеканалу TV5, яка з 2015-го року вирішила показувати глядачам, що ж насправді відбувається на палаючому сході та розпочала проект «Донбас сьогодні». Їх познайомив телеоператор, вони почали спілкуватись.

Матеріал поділяється на три змістові блоки: «Знайомство у гарячій точці», «Військова романтика», «Сім'я на п'яточ», побудований як розповідь автора про героїв публікації, в яку вплітаються елементи інтерв'ю. Оповідь авторки публікації дуже емоційна. Її коментарі містять образні засоби, елементи розмовної лексики. Наприклад, під фотографією, на якій зображено подружжя, є підпис: «Навіть під обстрілом Костя міг відповісти на дзвінок коханої, аби вона не хвилювалась (так, звучить трохи абсурдно). Пояснюючи звуки стрілянини, казав стандартне: «Каструля впала», але ж вона там була і знає, що то за каструлі... Коли чоловік пішов на дембель, а Женя була на зйомках в АТО, то тепер вже вона розповідала йому про ті самі «каструлі» на задньому фоні» [48, с. 47].

На запитання авторки публікації «Що для Вас кохання?» Костя не менш емоційно відповідає: «Коли ти з тим, кого любиш, в тебе все виходить. А без цієї людини ти просто не можеш жити – ось це любов. Плюс банальна турбота: шапочку надіти, навіть під каску!» [48, с. 47].

Анастасія Пойда вважає, що кохання демонструють навіть «погляди та

ніжні посмішки» героїв публікації, що передається і за допомогою фото з архіву пари та Ольги Опілат. Висновок авторки теж дуже емоційний: «Бо любов – вона така: іноді позбавляє бажання жити, а іноді навпаки – зцілює душі та повертає до життя навіть звідти, де розриваються снаряди» [48, с. 47].

Вважаємо, що цей матеріал можна вважати життєвою історією (оскільки в ній висвітлюються декілька значимих епізодів з життя героїв публікації: знайомство, щасливий шлюб, народження дитини; сама історія має повчальний характер) з елементами інтерв'ю та коментарів (ліричних висновків та відступів автора).

Олена Шевчук у публікації «VIP-холостячка Наталя Черниш» (VIP club, 2021, № 91, рубрика «Вільні серця») розповідає про непересічну особистість, Наталю Черниш, медичну працівницю, яка проходить службу в Збройних Силах України.

На початку публікації у досьє подається стисла інформація про статус, дату народження, сімейний стан, зріст, позитивні риси, негативні риси, вподобання, кредо героїні. Матеріал розподілено на дві частини, які мають промовисті назви: «Присвятити себе іншим», «Від української культури до йоги», які вже дають зрозуміти, що перед читачами предстане різностороння особистість.

Дві яскраві фотографії, які займають приблизно 60 відсотків площі публікації, перегукуються з першими фразами цього матеріалу: «Вона схожа на амазонку – така ж незалежна, сильна духом, добре володіє зброєю. Найяскравіша її відмінність від інших героїнь рубрики: однаково мітко стріляє на полігоні і так само майстерно вишиває рушники» [76, с. 40]. На першому фото Наталя Черниш зображена зі шпагою, уособлює жінку-воїна, амазонку. На другому – зображена на полі пшениці в українському костюмі, уособлює жіночість.

У першій частині «Присвятити себе іншим» йдеться про те, що саме потреба допомагати людям вплинула на вибір професійної діяльності, яку героїня пов'язала з медициною. Перше місце роботи було дуже відповідальним – дитяча обласна лікарня, відділення анестезіології та інтенсивної терапії. Війна на сході України змінила плани героїні: «Служба у Збройних силах України змінила моє життя на 100 відсотків. Це дисципліна, субординація, навчання. А головне, ти відчуваєш себе частиною механізму, від якого залежить життя» [76, с. 41].

Як ми бачимо, коментарі та оцінки автора формують портрет героїні, вони перемежуються з монологічним інтерв'ю, Наталя Черниш сама розповідає про себе і свої вподобання. Наприклад, розмірковуючи про стосунки з другою половинкою, вона зазначає: «По-перше, потрібно за робити лише усвідомлений вибір, по-друге, треба вчитися розмовляти і чути партнера. По-третє, чим більше спільних інтересів матимуть партнери, тим щасливішим будуть їхні стосунки» [76, с. 41].

У другій частині «Від української культури до йоги» йдеться про хобі та захоплення дівчини (практики вправ і дихання цигун, психологія, українська вишивка, ткацтво, писанкарство). У висновку до статті авторка публікації поєднує свій коментар зі словами героїні публікації, VIP-холостячки Наталі Черниш: «За словами Наталі, українська вишивка розкриває жіночу сутність, дозволяє відчувати себе носієм рідної культури і традицій. Саме такою максимально жіночною та затишною наша героїня хоче відчувати себе поряд із надійним чоловіком» [76, с. 41].

Окремо від основного тексту публікації винесено надпис, який надає загадковості героїні публікації: «Де можна зустріти: на Хортиці або в іншому гарному місці, коли сонце сідає за обрій» [76, с. 41]. Поряд з цим надписом розміщено кьюар-код (посилання на фейсбук-сторінку Наталі Черниш).

Отже, в проаналізованій публікації вдало поєднуються елементи портретного нарису, життєвої історії, інтерв'ю.

Юлія Чернявська в публікації «7 речей Андрія Половченка» розповідає про сім улюблених речей виконавчого директора ТРЦ «Аврора». У епіграфі до портретного нарису пояснюється зміст рубрики «7 речей»: «VIP club показує особисті речі запорізьких VIP-персон. Вони красномовно розповідають про свого власника» [67, с. 32].

На початку публікації традиційно розміщується досье героя, де надається стисла інформація про його статус, дату народження, освіту, трудову діяльність, кредо. Дещо провокативним є висловлювання Андрія про своє кредо: «Бажання змінюватися у кращий бік не повинно перетворюватися на бажання бути ідеальним. Перше – шлях розвитку. Друге – дорога в нікуди» [67, с. 32].

Перша річ – це картина, яка висить у кабінеті Андрія Половченка, її намалювало кілька сотень людей, гості та працівники ТРЦ «Аврора». Картина нагадує йому, як важливо виходити з зони комфорту та йти далі. Це своєрідний символ його шляху. У 28 років чоловік змінив професійну діяльність: «Андрій зростав разом із ТРЦ: дорослішав, відкривав для себе нову посаду та розвивав «Аврору» – торговельно-розважальний центр у Запоріжжі» [67, с. 32].

Друга річ – парфум, бо герой публікації є поціновувачем нішевої парфумерії, адже правильно підібраний аромат доповнює образ та розкриває особистість. У Андрія ціла колекція парфумів з понад 50 ароматів, котру чоловік збирає вже впродовж 10 років.

Наступна річ – блокнот. Блокнот зберігає інформацію про зустрічі, завдання підлеглим, дедлайни. «Якщо щось пообіцяли чи про щось з кимось домовились – записуйте, – чоловік ділиться своїм особистим лайфхаком. – Бо коли не виконаєш обіцяне – втратиш довіру» [67, с. 33]. Слова героя характеризують його як людину пунктуальну, відповідальну.

Четверта річ - персональна лижна маска. Декілька днів відпустки герой проводить в Карпатах або Грузії заради катання на лижах, займається фрі-райдингом.

Магістерська мантия – наступна річ, яка зберігає спогади про його другу освіту, його доросле рішення. Спеціальність майстра ділового адміністрування герой отримав у 33 роки, отримання цієї освіти дало зрозуміти, що він «на своєму місці і кайфує від роботи» [67, с. 33].

Шоста річ – сорочка улюбленого німецького бренду «Eterna», в якій він відчуває себе комфортно на всі 100%.

Важливою є і сьома річ – спортивна сумка, яка завжди є у багажнику його машини. Це не дивно, бо спортом наш герой займається ще з дитинства, тренується чотири рази на тиждень після роботи. Андрій зазначає: «Мені потрібен рух та зміни, тому займаюся легкою атлетикою... Спорт дає мені витримку, впевненість у собі та енергію на нові звершення» [67, с. 33].

У публікації використано вісім фотографій, які зробила Марина Владімірова. На одній з них – герой публікації, на решті – його улюблені речі.

Це портретний нарис з елементами інтерв'ю. Через ставлення до речей автор демонструє вподобання героя публікації, особливості його характеру та темпераменту. Ми бачимо людину цілеспрямовану, енергійну, відповідальну, пунктуальну, гармонійну, спортивну, впевнену в собі, людину, яка знаходиться на своєму місці і кайфує від роботи, любить комфорт.

Таким чином, колонка головного редактора журналу «VIP club» у жанровому плані – це синтезація елементів декількох жанрів, зокрема нарису, коментаря, есе. Таке своєрідне поєднання жанрових форм дає змогу автору колонки мати багато «вільного простору» для творчої реалізації авторського «Я».

Матеріали Анни Нечіпуренко характеризуються суб'єктивністю, есеїстичністю, сповідальністю, афористичністю, іронічністю, автобіографізмом, довільністю композиції, невимушеністю викладу, постійною присутністю автора в структурі оповіді (автор аналізує теперішнє, згадує про минуле, розповідає про свої зустрічі, знайомства, вподобання). Авторка часто вдається до суб'єктивності, експресивності, використовує образні, інтонаційно-синтаксичні прийоми.

Данні про життєвий шлях неординарних сучасників, біографічні факти передаються у формі інтерв'ю, репортажу, портретного нарису, есею, життєвої історії чи в їхній комбінації. Ці жанри втілюють і розважальність, і рекламно-іміджеву, і інформаційну складову. Такі матеріали є певною рекламою діяльності, способу мислення людини, її переконань. Вони супроводжуються великою кількістю ілюстрацій (фотографії як з архівів героїв, де зафіксовані важливі події, ситуації, так і зроблені в момент зустрічі).

У портретному нарисі зображується людина, її характер, внутрішній світ. Штрихами до портретів героїв публікацій можна вважати довідки, коментарі, досьє на героїв, які розширюють просторово-часові межі матеріалу.

Роль автора в портретному нарисі або життєвій історії виявляється у відборі фактів з життя героя, у формах їх подачі, в характері художнього узагальнення документальних даних.

ВИСНОВКИ

Категорія жанру була, є і залишається однією з найактуальніших у журналістикознавстві. Сучасна жанрова структура характеризується динамізмом, синкретичністю, розмиванням меж між жанровими моделями, схильністю до дифузії, модифікацій, експериментів.

Журналістикознавці виділяють як окрему групу жанрів художньо-публіцистичні жанри. Вони одночасно можуть належати як журналістиці, так і літературі. Їх основні ознаки пов'язані з певною «свободою» цих жанрів (в текстах такого спрямування можна помітити образні та інтонаційно-синтаксичні засоби, суб'єктивні та емоційні оцінки автора, чого не можна уявити в жанрах інформаційних та аналітичних). До художньо-публіцистичних жанрів відносять есе, нарис, замальовку, життєву історію, сатиричні жанри (сатиричний коментар, памфлет, фейлетон та ін.).

Журнал «VIP club» – перший глянцевиий кольоровий журнал Запоріжжя, який почав виходити у 2004 році. Це єдиний журнал в Запорізькій області, який стабільно працює вже понад 18 років. Виходить раз в два місяці, обсяг журналу – 86-100 сторінок. Випускається тиражем 5000 примірників.

Портретно-біографічний дискурс є важливою складовою видання «VIP club». Це видання виходить під девізом «Особливий стиль життя». Рубрики журналу «VIP club», які зорієнтовані саме на біографічний контент («[VIP-персона](#)», «[Найсмільвіший VIP](#)», «[Біографія успіху](#)», «[Вільні серця](#)» («[VIP-холостяк](#)», «[VIP-холостячка](#)»), «[VIP-пара](#)», «[VIP-тато](#)», «[VIP-мама](#)» «[VIP в образі](#)», «[VIP інтер'єр](#)», «Той, хто живе здорово» (інша назва «Здоровий VIP»), «Власник найцікавіших речей» (інша назва – «Сім речей»), «Домашній улюбленець, який змінив людину»), є хорошим прикладом розмаїття жанрів біографічного дискурсу в публіцистиці.

На жанрову політику журналу «VIP club», стиль та манеру подачі матеріалу впливає вектор його типологічного спрямування. Видання позиціонує себе як інформаційно-рекламне. Майже у всіх публікаціях наявна прихована чи відкрита реклама компаній, торгових марок, видів діяльності, а також міститься реклама певної діяльності конкретної людини, способу її мислення, переконань.

Більшість матеріалів видання «VIP club» – це синкретичні жанрові утворення, тому що вони можуть містити одночасно елементи і портретного нарису, і інформаційної кореспонденції, і есе, і життєвої історії, і коментаря фахівців, і, навіть, уривки з бесіди чи інтерв'ю, комбінуватися в різних варіаціях з цих елементів. Дифузія, трансформація, взаємкореляція жанрів, синтезація елементів декількох жанрів є саме тими процесами, що фіксуються у творчих продуктах журналу «VIP club».

Анна Нечіпуренко, головна редакторка журналу «VIP club», у кожному номері журналу представляє свою авторську колонку. У жанровому плані – це синтезація елементів декількох жанрів, зокрема нарису, коментаря, есе. Таке своєрідне поєднання жанрових форм дає змогу автору колонки мати багато «вільного простору» для творчої реалізації авторського «Я».

Матеріали характеризуються суб'єктивністю, есеїстичністю, сповідальністю, афористичністю, іронічністю, автобіографізмом, довільністю композиції, невимушеністю викладу, постійною присутністю автора в структурі оповіді (автор аналізує теперішнє, згадує про минуле, розповідає про свої зустрічі, знайомства, вподобання). Авторка часто вдається до суб'єктивності, експресивності, використовує образні, інтонаційно-синтаксичні прийоми.

Інтерес до біографій реальних людей (не лише видатних політиків, спортсменів, кінозірок тощо, а й таких людей, які живуть поряд з нами у нашому місті, яких ми знаємо, які досягли успіху у підприємницькій, освітній, спортивній, культурній діяльності, яким довелося долати труднощі на своєму

життєвому шляху, перемагати обставини) є головною причиною популярності життєвої історії як жанру на сторінках журналу «VIP club». Рубрика, в якій розповідається життєва історія людини, яка, на думку редакції журналу, гідна представляти обкладинку видання – «[VIP-персона](#)».

У життєвій історії людина постає в оточенні родичів, друзів, колег. Автор життєвої історії не розповідає всю біографію героя або героїні публікації, а висвітлює найцікавіші епізоди їх життя. Автори публікацій журналу «VIP club» у цих матеріалах використовують художньо-публіцистичні засоби побудови тексту і організації мовлення (сюжетність, наявність художніх деталей, повчальний зміст, який передається через авторські коментарі та ліричні відступи).

Зовнішній портрет та риси характеру героїв представлені і у портретних нарисах, які мають риси художнього тексту (образність, суб'єктивність (авторське бачення героя нарису), емоційність тощо), але водночас репрезентують такі риси як фактографічність та документалізм, що свідчить про належність до публіцистики. Роль автора в портретному нарисі та життєвій історії виявляється у відборі фактів з життя героя, у формах їх подачі, в характері художнього узагальнення документальних даних.

Штрихами до портрету героїв можна вважати довідки, коментарі, досьє на героїв, які розширюють просторово-часові межі матеріалів (наприклад, у досьє, як правило, подається стисла інформація про статус, дату народження, сімейний стан, зріст, освіту, трудову діяльність, позитивні риси, негативні риси, вподобання, кредо героїнь та героїв публікацій).

Використання QR-кодів розширює просторово-часові межі публікацій, дозволяє отримати додаткову інформацію, це може бути реклама діяльності, адреси, посилання на фейсбук-сторінку героя або героїні публікації тощо. Більшість публікацій характеризуються змістовністю, яскравим стилем,

емоційністю, використанням промовистих ілюстрацій та фото, коментарів до них (як автора публікації, так і її героя), закінчуються рекламою ресторану або дизайнерської студії, де проходила зустріч авторів публікацій та їх героїв (героїнь). Рекламна та інформаційна складова гармонійно поєднуються, роблять публікації корисними та сучасними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ануфриева А. Жизнь и таблетка. История вич-позитивного человека. *VIP club*. 2021. №87. С. 38-39.
2. Аньес Ів. Підручник із журналістики: Пишемо для газет. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. 544 с.
3. Белькова С. В. Жанр сучасного нарису: інваріант і модифікації (на матеріалі українських газетних видань початку ХХ ст.) : дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.04. Запоріжжя : Класичний приват. ун-т, 2012. 227 с.
4. [Белькова С.](#) Модифікації портретного нарису в сучасній українській газетній практиці (на матеріалі загальноукраїнських та регіональних видань початку ХХІ ст.). *Діалог*. 2012. Вип. 15. С. 219-232.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/dialog_2012_15_24
5. Белькова С. В., Яцун С. М. Причини та наслідки жанрових трансформацій у сучасних друкованих ЗМІ (теоретичний аспект). *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2018. № 4 (36). С. 28–37.
6. Варич М. В. Політичний портрет як різновид нарису в сучасній українській газеті. *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. Том 25 (64). № 4. Часть 1. С. 230-235.
7. Вартанов Г., Шкляр В. Основи теорії журналістики : Конспект лекцій. Київ : МЛП, 1996. 56 с.
8. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2006. 238 с.

9. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі : автореф. дис. ... д. філол. н. : спец. 10.01.08 «Журналістика». К., 2007. 37 с.
10. Владимірова М. «Выходной – точно не мой день!». *VIP club*. 2018. №74. С. 66-67.
11. Воронова М. Ю. Особистість у публіцистичному портреті : пізнання й вираження в слові. *Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб.* За ред. В. В. Різуна; Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. Т. 43. С. 106–110.
12. Воронова М. Ю. Портрет і біографія : гранична сутність жанрів. *Наукові записки Інституту журналістики : наук. зб.* За ред. В. В. Різуна; Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. Т. 17. С. 44–50.
<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1350>
13. Воронова М.Ю. Сучасна українська портретистика: жанрова диференціація і поетика : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Київ, 2006. 19 с.
14. Воронова М. Ю. Теорія та практика публіцистичного портрета: наук. видання. Київ : «ЛІТ&К», 2019. 312 с.
15. Галич В. Жанрово-стильові особливості авторської колонки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2009. № 874. С. 51–59.
16. Гід журналіста : зб. навч. матеріалів / упоряд. А. Лазарева ; Інститут масової інформації (Київ), Центр підготовки й вдосконалення журналістів (Париж). К. : ВЦ «Софія-пресс», 2003. 124 с.
17. Голік О. В. Взаємкореляція та взаємозбагачення жанрів: новітні тенденції розвитку журналістської творчості : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. : 27.00.04. Київ : Київ. нац. ун-т імені Т. Шевченка, 2009. 20 с.

18. Голік О. В. Жанрова система друкованих ЗМІ: новітні підходи до класифікації та перспективи розвитку. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2386>
19. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах : довідник. Львів: Вища школа, 1974. 295 с.
20. [Гусєва О.](#) Внутрішньожанрова типологія нарису. [Вісник Книжкової палати](#). 2015. № 2. С. 49-52. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_2_15
21. Дзюбенко Г. Сучасна журнальна періодика: загальна характеристика, типологія, основні функції та принципи. *Наукові записки Інституту журналістики КНУ ім. Т. Шевченка*. 2005. № 3. С. 24-31.
22. [ЖК «Kvartal» – новий простір для нового життя](#). *VIP club*. 2021. №87. С. 18-19.
23. Журналістика: словник-довідник / автор-укладач І. Л. Михайлин. К. : Академвидав, 2013. 320 с.
24. Здоровега В. Вступ до журналістики: Конспект лекцій. Львів : Вища школа, 1975. 111 с.
25. Здоровега В. Природа і специфіка образу в журналістиці. *Вісник Львівського ун-ту. Серія журналістика*. Вип. 26. С. 26. URL : www.franko.lviv.ua/faculty/jur/publications/visnyk26/Statti_Zdorovega.htm
26. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підруч. Львів: ПАІС, 2004. 268 с.
27. Карпенко В. О. Журналістська творчість. Теоретично-методичні та практичні засади: підручник. К. : Університет «Україна», 2012. 164 с.
28. Книгознавство. Термінологічний словник (редакційно-видавнича справа, журналістика, поліграфія, видавничий бізнес, інформаційно-бібліотечна діяльність) : навчальне видання /за загал. ред. В. О. Жадька. К. : ВПК «Експрес-Поліграф», 2012. 304 с.

29. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації : посібник. Львів : ПАІС, 2005. 200 с.
30. Мантуло Н. Б. Жанрологічні співвідношення в літературознавчому та журналістикознавчому дискурсах. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Ужгород, 2007. Вип. 17. С. 32–35.
31. Михайлин І. Л. Основи журналістики. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
32. Моисеев В. Журналистика и журналисты. Київ : Декор, 2002. 400 с.
33. Москаленко А. Теорія журналістики. Навчальний посібник. К. : Експрес-об'ява, 2002. 336 с.
34. Москаленко А. Основи журналістики : Тексти лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1994. 135 с.
35. Недопитанський М. І. Сучасна практика журналістського інтерв'ю: стратегія запитання. URL : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1239>
36. Нечипуренко А. В декабре – рожаю, в январе – мечтаю. *VIP club*. 2022. № 93. С. 7.
37. Нечипуренко А. Гадание на телевизоре. *VIP club*. 2020. № 82. С. 9.
38. Нечипуренко А. Гардероб эмоций. *VIP club*. 2019. № 76. С.7.
39. Нечипуренко А. Господа, пора зажечь. Начинаем с желания! *VIP club*. 2021. № 87. С. 9.
40. Нечипуренко А. Подруги в большом городе. *VIP club*. 2021. № 91. С. 9.
41. Нечипуренко А. Проста жіноча філософія. Вечірня помада чи помада на вечерю?! *VIP club*. 2022. № 94. С.7.
42. Нечипуренко А. Ребята, давайте жить дружно! *VIP club*. 2018. №74. С. 7.

43. Нечипуренко А. Стихи с кактусом. *VIP club*. 2019. № 80. С. 7.
44. Никитчук Н. VIP-холостячка Ирина Марченко. *VIP club*. 2018. № 74. С. 38-39.
45. Панова Л., Онуфрієва А., Никитчук Н., Шиманська А. Тёплая вечеринка. *VIP club*. 2021. №87. С. 50-55.
46. Пашник О. В. Специфіка рекламно-розважальних журналів Запоріжжя. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 1. С. 146–151.
47. Погребна В.Л., Байрамов Р.С. Своєрідність жанрової палітри журналу «VIP club». *Дискурс українського журналістикознавства в контексті розвитку соціальних комунікацій : колективна монографія*. За ред. В.Л. Погребної. Дніпро : ЛПРА, 2021. С. 185–212.
48. Пойда А. Коли там, де розриваються снаряди, народжується кохання. *VIP club*. 2021. №87. С. 46-47.
49. Пойда А. Любовь с первого танца. *VIP club*. 2022. № 93. С. 56-57.
50. Пойда А. Що за плечима та на серці Михайла Прасола : біографія найшаленішого депутата Запоріжжя. *VIP club*. 2022. № 94. С. 8-13.
51. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності. К. : Наукова думка, 1983. 280 с.
52. Публіцистика. Масова комунікація: Медіа-енциклопедія / За загал. ред. В. Іванова. Київ : Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2007. 780 с.
53. Різун В. В., Трачук Т. А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства : монографія. Київ, 2005. 232 с.
54. Сізова К. Жанр життєвої історії як індикатор тенденцій розвитку сучасних друкованих ЗМІ. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2013. № 27. С. 414–423.

55. Сізова К. Л. Міський глянце́вий журнал: нові шляхи розвитку регіональної преси. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. 2013. № 4 (263), Ч. I. С. 196–201.
56. Слабінська С. Складники журналістської майстерності у контексті власного осмислення. *Наукові записки Інституту журналістики*. Київ : Інститут журналістики, 2000. Т. 7. С. 30–31.
57. Слинько Р.О., Погребна В.Л. Синтез жанрових різновидів у публікаціях біографічного спрямування. *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 2 листопада 2022 р.)* Ред.: В.Л. Погребна, В.В. Кузьмін, Н.В. Островська, Т.О. Бородулькіна та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 181-184.
58. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / За заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород : ВАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. 224 с.
59. Словник іншомовних слів. За заг. ред. О. С. Мельничука. Київ : Головна редакція УРЕ, 1985. 968 с.
60. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Москва : Аспект пресс, 2000. 312 с.
61. Тертычный А. Трансформация жанровой структуры современной периодической печати. *Вестник МГУ. Серия : Журналистика*. 2002. №2. С. 54–63.
62. Техніка інтерв'ю : посібник. Інститут масової інформації ; адаптація та переклад Ю. Сабрі, А. Лазарева. Київ : «Софія-пресс», 2003. 122 с.
63. Торкут Н. М., Марінеско В. Ю. Біографістика як метажанр: спроба теоретико-літературної ідентифікації феномена. *Держава та регіони. Сер. : Гуманітарні науки*. Запоріжжя : [б. в.], 2014. № 4. С. 4–11.

64. Фінклер Ю. Сучасні друковані мас-медіа України : до проблеми визначення типологічних характеристик. *Друкарство*. 2001. № 1. С. 89.
65. Харитоненко О. Жанрові грані біографічного дискурсу в сучасній періодиці. *Журналістика*. 2017. Вип 16 (41) С. 150-171.
66. Харитоненко О. І. Життєва історія як жанр сучасної публіцистики: види, структура, особливості редагування. *Стиль і текст*. 2012. Вип. 13. С. 154-162. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sit_2012_13_22
67. Чернявська Ю. 7 речей Андрія Половченка. *VIP club*. 2021. № 91. С. 32-33.
68. Чічановський А., Шкляр В. Політика, преса, влада. Київ : Видавництво «Слов'янський діалог», 1993. 162 с.
69. Шебеліст С. Авторська колонка як жанровий різновид есею. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка : Філологічні науки*. Кам'янець-Подільський : Буйницький, 2008. Вип. 17. С. 36–38.
70. Шебеліст С. В. Особливості розвитку сучасної української есеїстики в системі журналістських жанрів: автореф. дис... канд. наук з соц. комунікацій: 27.00.04. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики, 2009. 18 с.
71. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського університету. Серія: Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.
72. Шевченко В. Е. Основні принципи конструювання макету видання. Київ : Центр вільної преси, 1999. 100 с.
73. Шевченко В. Е. Оформлення сучасного видання. Київ : Центр вільної преси, 2003. 344 с.
74. Шевчук О. Катерина Чуріліна & чистий бізнес. Інтерв'ю зі співласницею Clean UP. *VIP club*. 2022. № 93. С. 8-13.

75. Шевчук О. Художниця та її собака, яка вміє говорити. *VIP club*. 2021. № 91. С. 76-77.
76. Шевчук О. VIP-холостячка Наталя Черниш. *VIP club*. 2021. № 91. С. 40-41.
77. Шкляр В. Журналістська майстерність: поетика журналістського твору : Конспект лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 1995. 289 с.
78. VIP club URL : <https://vipclub.zp.ua/o-zhurnale>