
Аудиовизуальная журналистика

AUDIOVISUAL JOURNALISM

УДК 070:654.197;008

ФЕШЕН-ЖУРНАЛИСТИКА НА БЕЛОРУССКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ: РЕЧЕВЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ

А. С. ДАВЫДИК¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Рассматриваются наиболее популярные речевые механизмы регулирования процесса трансформации внешнего облика героев в программах, посвященных моде и смене имиджа, которые транслировались на белорусских телеканалах в 2018–2022 гг. Анализируются особенности использования фешен-экспертами метафор, сравнений, ссылок и отсылок при описании одежды и процесса создания образа. Указывается, что речевые конструкции долженствования и запретительные речевые конструкции применяются в качестве защитных механизмов семиотической системы фешен-журналистики для регулирования и конкретизации методики трансформации внешнего облика. Отмечается, что при описании объектов фешен-индустрии употребляются заимствования, что усиливает перцептивную значимость языка семиотической системы в процессе идентификации в оппозиции *свой – чужой*.

Ключевые слова: средства массовой информации; телевидение; знаковая коммуникация; фешен-медиатекст; фешен-журналистика.

Благодарность. Автор выражает благодарность рецензенту за ценные замечания и советы по методологии, которые стимулировали исследовательский интерес и привели к инсайту в осмыслении гипертекста и особенностей его знаковой реализации.

Образец цитирования:

Давыдик АС. Фешен-журналистика на белорусском телевидении: речевые механизмы регулирования. *Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика*. 2023;1:62–67.
<https://doi.org/10.33581/2788-6638-2023-1-62-67>

For citation:

Davydik AS. Fashion journalism on the Belarusian television: speech regulation mechanisms. *Journal of the Belarusian State University. Journalism*. 2023;1:62–67. Russian.
<https://doi.org/10.33581/2788-6638-2023-1-62-67>

Автор:

Александр Сергеевич Давыдик – старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики.

Author:

Alexander S. Davydik, senior lecturer at the department of television and radio broadcasting, faculty of journalism.
latynin@tut.by
<https://orcid.org/0000-0003-1967-6281>

FASHION JOURNALISM ON THE BELARUSIAN TELEVISION: SPEECH REGULATION MECHANISMS

A. S. DAVYDIK^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The most popular speech regulation mechanisms of the process of transformation of the appearance of characters in programs dedicated to fashion and image change, which were broadcast on Belarusian TV channels in 2018–2022, are considered. The features of the use of metaphors, comparisons, references and returns by fashion experts in describing clothes and the process of creating an image are analysed. It is indicated that speech constructions of duty and prohibitive speech constructions are used as protective mechanisms of the semiotic system of fashion journalism to regulate and specify the method of transformation of appearance. It is noted that when describing the objects of the fashion industry, borrowings are used, which enhances the perceptual significance of the language of the semiotic system in the process of identification in the opposition *own* – *alien*.

Keywords: mass media; television; sign communication; fashion media text; fashion journalism.

Acknowledgements. The author expresses gratitude to reviewer for his sensible comments and advice on the methodology, which stimulated research interest and led to insight into the understanding of hypertext and its iconic implementation.

Введение

Благодаря техническому и экономическому прогрессу современная журналистика получила широкие возможности для реализации воспитательной, образовательной и интегративной функций. В связи с этим в медиапространстве все чаще стали отражаться различные сферы жизнедеятельности общества, в том числе мода, функциональная значимость которой, по утверждению Э. Сепира, заключается в том, чтобы помочь человеку идентифицировать себя в социуме и укрепить собственное Я [1, с. 473]. Тенденция к диалогу, конструированию Я посредством моды усиливается благодаря разнообразию средств массовой коммуникации. Особенно ярко фешен-диалог проявляется на телевидении. За последние годы на белорусских телеканалах появились разнообразные передачи и рубрики о смене имиджа. Однако эта область творческой деятельности журналистов все еще остается малоизученной в силу того, что интерес к исследованию моды и фешен-индустрии возник лишь в 1960-х гг. Один из основателей французской школы структурализма и семиотики Р. Барт положил начало системному изучению моды. Он утверждал, что мода – это система знаковой коммуникации, которая обладает своим риторическим языком [2, с. 321], а также средство социализации, реализующее архаичный ритуал инициации [3, с. 12–13]. Главным инструментом регулирования процесса социокультурной интеграции реципиента является язык моды: риторическая и терминологическая системы указывают на специфику номинации и описания объектов в рамках фешен-семиосферы [3, с. 55–56].

С учетом семиотической методологии современные исследователи рассматривают моду как знаковый континуум, иерархическую систему, реализую-

щуюся в отдельных фрагментах действительности (гипертекст), а телевизионные программы о трансформации внешнего вида – как частные проявления моды, функция которых состоит в том, чтобы моделировать данную систему и демонстрировать процесс изменения статусов *модный* – *немодный*, *мода* – *обыденность* [4, с. 89; 5, с. 73].

Антропологический и философский анализ структуры телевизионных программ о смене имиджа показал, что главный герой проходит три стадии преобразования (разделение, порог и соединение), регулирующими механизмами которых являются советы и оценки экспертов, а финалом – принятие или непринятие трансформации [4, с. 91]. В результате детального литературного анализа речевых приемов, используемых при описании и оценке моды на страницах популярных романов и советских журналов, было установлено, что первичным механизмом регулирования фешен-семиосферы выступает язык, который актуализируется в советской прессе посредством запретительных речевых конструкций [6, с. 50–51].

Телевидение «предусматривает сложную, высокотехнологичную многоаспектную модель взаимодействия с реальностью» [7, с. 180] и тем самым выступает инструментом формирования картины мира реципиента. По утверждению Ю. М. Лотмана, интеграция субъекта в знаковую систему должна базироваться на накоплении у него семиотического опыта [8, с. 175], которое основывается на демонстрации норм, нормативов и последствий их нарушения. С учетом этого особый интерес представляет выявление речевых механизмов регулирования моды и статуса *мода* – *обыденность* в телевизионных программах о смене имиджа.

Материалы и методы исследования

Телевизионные фешен-медиатексты изучались с помощью структурно-семиотического анализа, который позволяет проследить взаимозависимость художественного пространства и жанровой специфики (план выражения и план содержания), представляет произведение как систему со своим внутривидовым языком коммуникации и знаковыми связями внутри первичной и вторичной моделирующих систем, а также между ними (креолизованный текст). В статье уделяется внимание наиболее частотным речевым аспектам, используемым для описания образа, одежды и процесса преобразования героев в телевизионных фешен-медиатекстах. Под фешен-медиатекстом имеются в виду информационные сообщения и речевая коммуникация в телевизионном эфире, апеллирующие к тематике моды. Такой текст ограничен рамками фешен-индустрии, и его подготовка требует от журналистов наличия определенных навыков и знаний.

Материалом исследования послужили выпуски программ «Супермодель по-белорусски» на телеканале «RU.TV Беларусь» (33 выпуска, 14 из которых вышли в эфир в 2018 г., 19 – в 2019 г.), «Галерея красоты» на телеканале «ВТВ» (67 выпусков, 11 из которых вышли в эфир в 2019 г., 36 – в 2020 г., 10 – в 2021 г. и 10 – в 2022 г.) и «Модный приговор» на телекана-

ле «ОНТ» (160 выпусков, по 40 выпусков из которых вышли в эфир в 2019, 2020, 2021 и 2022 гг.), размещенные на платформе *YouTube*. Неоднородность выборки обусловлена различной периодичностью трансляции программ на отечественных телеканалах. Так, эмпирическую базу исследования составили все выпуски программ «Супермодель по-белорусски» и «Галерея красоты», размещенные на их официальных *YouTube*-аккаунтах. В связи с привязкой к сезонности фешен-индустрии (весенне-летний и осенне-зимний сезоны) в выборку вошли по 20 выпусков из каждого сезона программы «Модный приговор» за 2019–2022 гг. Таким образом, можно проследить, как в той или иной программе менялось отношение к моде, внешнему облику героинь, гендерно-ролевым моделям и другим аспектам, а также зафиксировать постоянные элементы аудиовизуального медиатекста.

Изучение отечественного аудиовизуального фешен-контента дает основания полагать, что эта область авторской деятельности относится к арт-журналистике. Арт-журналистика не ориентирована на оперативность и художественность, а ее главными задачами являются раскрытие смыслов произведения и глубинный анализ с использованием ссылок, отсылок, цитат и нарративов. Именно такой подход свойствен передачам о моде.

Результаты и их обсуждение

Ссылки и отсылки. Для фешен-дискурса характерной является апелляция к прецеденту, выраженная в речи ведущих и участников программ ссылками и отсылками. Ссылки указывают на то, что было сказано или показано в передаче ранее (внутритекстовое поле), а отсылки – на то, что случилось за пределами выпуска (затекстовое поле). Например, в программе «Модный приговор» Э. Хромченко, эксперт, выступающий в роли обвинителя, при обсуждении одежды нередко делает отсылки к прошедшим фешен-показам. Рассуждая о рисунке «цветочный принт», она отметила, что он активно используется в новых коллекциях дизайнеров (Модный приговор, 6 апр. 2022 г.). Чтобы подтвердить актуальность подбранных для героини туфель, Э. Хромченко использовала отсылку к прошедшему в Нью-Йорке фешен-показу, где была представлена аналогичная модель обуви (Модный приговор, 6 окт. 2021 г.). Ведущий так называемого заседания модного суда А. Васильев, оценивая платье в черную полоску, заявил, что героиня выпуска похожа на Одри Хепберн в сцене скачек из фильма «Моя прекрасная леди» (Модный приговор, 16 авг. 2021 г.). В свою очередь, Н. Бабкина, эксперт, выступающий в роли защитника, для оправдания образа героини вспомнила, что она видела похожее платье на фешен-показе в Москве (Модный приговор, 2 февр. 2022 г.). В программе «Галерея красоты» стилист М. Романова, оценивая новый

образ героини, заметила следующее: *Я вижу на тебе купальник сейчас и вспоминаю тебя в начале проекта* (Галерея красоты, 18 авг. 2021 г.). Актуализируя мотивацию героини, ведущая напомнила ей о цели: *Вспомни, что ты говорила вначале и зачем ты пришла* (Галерея красоты, 5 окт. 2021 г.). Участники проекта «Супермодель по-белорусски», комментируя и оценивая свое моральное и физическое состояние, ссылались на уже произошедшие события: *Ее убрали из-за того, что она испортилась* (Супермодель по-белорусски, 9 мая 2019 г.); *Он тренировал меня так, что у меня болело все, и я до сих пор восстанавливаюсь* (Супермодель по-белорусски, 19 мая 2019 г.).

Функциональная значимость ссылок и отсылок проявляется в том, что с их помощью происходит индексация профессиональных компетенций ведущих, выраженная в демонстрации актуальных знаний об индустрии моды, а также в том, что они выступают защитным механизмом поддержания статуса эксперта, выраженным в нивелировании степени субъективности на основе привлечения третьей (незаинтересованной) стороны или факта. Ссылки и отсылки явно демонстрируют интертекстуальность и интратекстуальность фешен-медиатекстов, выполняют когнитивную функцию для сохранения целостности и структурной связности текста в процессе линейного повествования. Так, ссылка *Я вижу на тебе купальник сейчас и вспоминаю тебя в нача-*

ле проекта связывает финал программы (результат) с ее началом (проблема). В свою очередь, отсылки способствуют установлению контакта между текстом (конкретная программа и происходящий в ней процесс) и частью системы более высокого порядка – гипертекстом (телепередачи на фешен-тематику).

Сравнения и метафоры. При оценке и описании костюма как художественного произведения фешен-журналисты сталкиваются с необходимостью интерпретации дизайнерского замысла. Сравнения и метафоры позволяют конкретизировать визуальный анализ, лаконично продемонстрировать правила конструирования образа и требования к нему, упростить концептуализацию методики преображения, сделать более понятным процесс оценивания и т. д.

Как отмечает Т. Д. Орлова, популярность сравнений и метафор обусловлена отсутствием строгих правил критической работы: «Если произведение (высказывание) уже создано и стабильно, то его транслятор (в данном случае критик воспринимающий) всегда разный и подвижный» [9, с. 394]. Стиль критика должен быть лирическим. Это говорит о том, что подобная творческая деятельность взаимосвязана с визуальным искусством, поэтому фешен-журналист должен быть аналитиком и (или) критиком, который может в полной мере отразить задумку дизайнера.

Например, в программе «Галерея красоты» М. Романова, сравнивая подобранную стилистами одежду с личными вещами героини, отметила следующее: *Все это выглядит современно, выглядит стильно, интересно и в корне отличается от того, в чем привыкла ходить героиня* (Галерея красоты, 2 нояб. 2021 г.). Анализируя походку другой участницы, она высказалась так: *Ты идешь под конвоем... как будто первый раз идешь ногами* (Галерея красоты, 13 авг. 2021 г.). В программе «Модный приговор» А. Васильев оценил первое дефиле героини следующим образом: *Конечно, вам непривычно. Раньше вы одевались как подросток, а теперь – как очень куртуазная дама* (Модный приговор, 6 окт. 2021 г.). В шоу «Супермодель по-белорусски» эксперты обратили внимание на то, насколько телосложение героини отличается от фигур других участниц проекта: *Массаж поможет. Если других мы просто отправляли в зал, то у вас будет еще массаж* (Супермодель по-белорусски, 16 авг. 2016 г.).

Использование метафор в телевизионных фешен-медиаатекстах актуализирует эстетическую (в меньшей степени) и когнитивную (в большей степени) функции изобразительно-выразительных средств речи. Как отмечает И. В. Сибиряков, «...продуцирование метафор предполагает использование, как правило, самых ярких и актуальных для индивида представлений. Поэтому метафора наглядно характеризует сравниваемые объекты действительности или их образы и помогает живо представить ког-

нитивные сущности»¹. Метафоры направлены на минимизацию потерь при коммуникации, экономии когнитивных ресурсов зрителя в процессе восприятия результатов художественного анализа. Так, Н. Бабкина, комментируя гардероб участницы, описала его следующим образом: *Нечего баловать: угги есть, серую мышку одеть* (Модный приговор, 31 янв. 2022 г.). В аналогичной ситуации Ю. Барановская, эксперт, выступающий в роли защитника, высказалась так: *У нее все в порядке, зачем она пришла? Женщина – праздник* (Модный приговор, 18 янв. 2022 г.). Оценивая результат преображения, А. Васильев сделал следующий вывод: *Не гадкий утенок, а прекрасный лебедь* (Модный приговор, 10 сент. 2021 г.).

Запретительные речевые конструкции. В фешен-медиаатекстах часто встречаются запретительные речевые конструкции: *остерегайтесь, вы же не хотите, я бы не рекомендовала, не надо, чтобы избежать*. По словам исследователя и теоретика моды О. Б. Вайнштейн, такая особенность пришла из советского периода [6, с. 50]. Запретительные речевые конструкции стали итогом проявления авторского мнения и позволили обрисовать рамки дозволенного для аудитории.

Например, рассматривая женскую тельняшку, Э. Хромченко указала на ее дешевизну и попросила героиню носить ее только в летний период исключительно для похода в магазин. Эксперт уточнила, что данная модель одежды не украшает героиню выпуска, хотя девушка заслуживает лучшего. Кроме этого, Э. Хромченко заявила, что статус участницы программы не позволяет ей носить такие вещи (Модный приговор, 28 апр. 2021 г.). По мнению Э. Хромченко, героине другого выпуска телепередачи не подходит платье со змеиным принтом, поскольку оно скрывает ее достоинства (Модный приговор, 2 февр. 2022 г.). При оценке платьев одной из участниц шоу А. Васильев заявил следующее: *Им нет места в гардеробе* (Модный приговор, 14 февр. 2022 г.). В свою очередь, М. Романова использует менее категорично (агрессивно) маркированные запреты: *Я бы не хотела видеть на тебе круглые серьги* (Галерея красоты, 5 нояб. 2019 г.); *Давай договоримся: все ажурные кофточки мы просто убираем из твоего гардероба* (Галерея красоты, 11 нояб. 2019 г.); *То, что я вижу, никуда не годится, от этого нужно избавляться* (Галерея красоты, 17 февр. 2020 г.).

Речевые конструкции долженствования. Средством формирования рамок дозволенного выступают конструкции долженствования. С помощью подобных высказываний ведущие объясняют участникам программы и зрителям, что и как им следует делать для преображения и сохранения имиджевых изменений: *Чтобы она поняла, что в ней есть* (Галерея красоты, 21 мая 2021 г.); *Должна похудеть, избавиться от всех комплексов и открыть себя заново* (Галерея красоты, 19 июня 2021 г.); *Придется отка-*

¹Сибиряков И. В. Метафора: гносеологический статус, механизмы реализации и роль в познании : автореф. дис. канд. ... филос. наук. : 09.00.01. Челябинск, 2005. С. 18.

заться, ты в проекте, ты должна это сделать, чтобы идти дальше (Галерея красоты, 5 июня 2022 г.).

В проекте «Супермодель по-белорусски» речевые конструкции долженствования чаще употребляются на этапах кастинга и прохождения участницами испытаний, чем во время процесса обучения: *Нужно больше работать* (Супермодель по-белорусски, 17 апр. 2018 г.); *Что ты будешь делать?* (Супермодель по-белорусски, 1 апр. 2018 г.); *Надо лучше готовиться* (Супермодель по-белорусски, 20 апр. 2018 г.); *Вы должны были больше взаимодействовать* (Супермодель по-белорусски, 12 мая 2018 г.); *Вы должны показать максимум* (Супермодель по-белорусски, 24 мая 2018 г.). В свою очередь, в программе «Модный приговор» подобные конструкции используются на протяжении всех этапов преображения. Например, Э. Хромченко, характеризуя модель поведения героини в личной жизни, высказалась так: *Плохонький, да мой – про вас быть не должно* (Модный приговор, 2 февр. 2022 г.). Оценивая образ других участниц, эксперт пришла к следующим выводам: *Должны быть люди как персонажи* (Модный приговор, 18 февр. 2022 г.); *Брючные костюмы – это вообще то, что вам надо на нынешнем этапе вашей жизни* (Модный приговор, 3 февр. 2022 г.). Между тем Н. Бабкина сделала важное замечание: *Каждая женщина должна пользоваться макияжем для подчеркивания своей красоты* (Модный приговор, 8 февр. 2022 г.).

Займствования. Фешен-контент отличается высокой частотностью употребления займствований, особенно англицизмов. Например, в программе «Галерея красоты» участники называют укороченное платье топтом, кофты с длинным рукавом – лонгсливами, худы, свитшотами. В программах «Модный приговор» и «Супермодель по-белорусски» упоминаются такие предметы одежды, как анорак, жакет, легинсы, поло и т. д. Причины появления займ-

ствований в постсоветской модной индустрии, в том числе в фешен-журналистике, лежат в социокультурной сфере, трансформировавшейся в 1990-х гг. Они связаны с активным информационным обменом между постсоветскими потребителями и открывшимися странами капиталистического блока.

Изначально употребление займствований было вынужденной мерой: после падения железного занавеса в страны бывшего СССР хлынули зарубежные издания о моде, аудитория интересовалась заграничными новинками. Большая часть материалов, которые выходили в русскоязычных журналах, были переводными [10, с. 56]. По словам бывшего главного редактора фешен-издания «Vogue Россия» А. Долецкой, современные журналисты, пишущие о моде, стараются не искать русскоязычные аналоги [10, с. 56]. Так, в 2004 г. редакция издания не знала, как перевести английское слово *clutch*, которое обозначает маленькую сумку-конверт, в результате чего было принято решение транслитерировать его.

В фешен-журналистике тенденция использовать займствования стала нормой, что позволило расширить лексику этой семиотической системы и усилить перцептивную значимость ее языка в процессе идентификации субъектов коммуникации в оппозиции *свой – чужой*. Как отмечает Ю. М. Лотман, семиотические системы характеризуются индивидуальностью и ограниченностью [8, с. 186–187]. Они воспринимают лишь те объекты, которые прошли процедуру унификации, т. е. были осмыслены членами системы и стали ее частью. Использование языка системы (в данном случае займствований при описании одежды) субъектом коммуникации свидетельствует о принятии реципиентом терминологического кода системы. Это позволяет фешен-семиосфере и ее субъектам идентифицировать реципиента как участника модного процесса.

Заключение

Телевизионные программы о моде и преображении вслед за глянцевого периодикой стремятся к качественному (глубинному) и художественному (абстрактно-образному) описанию героев, одежды, макияжа, телесности, а также процесса трансформации образа. Наиболее популярными способами конкретизации идеи высказывания и упрощения процесса восприятия выступают метафоры, сравнения, речевые конструкции долженствования и запретительные речевые конструкции, которые устанав-

ливают нормы и каноны поведения для соответствия категориям «мода» и «стиль». Отсылки используются для подтверждения экспертной роли ведущего в программе и его высокого статуса в обществе. Они демонстрируют знания о фешен-мероприятиях, событиях, новостях в мире моды, которыми владеет ведущий, и подтверждают его изысканный вкус, аналогичный вкусу дизайнеров высокой моды. Ссылки применяются для демонстрации изменений, конкретизации, пояснения и уточнения внешнего и внутреннего состояний.

Библиографические ссылки

1. Сепир Э. *Избранные труды по языкознанию и культурологии*. Кибрик АЕ, переводчик. Москва: Прогресс; 1993. 654 с.
2. Барт Р. *Избранные работы: семиотика, поэтика*. Косикова ГК, переводчик. Москва: Прогресс; 1989. 615 с.
3. Барт Р. *Система моды. Статьи по семиотике культуры*. Зенкин СН, переводчик. Москва: Академический проект; 2018. 429 с.

4. Казакевич ОС. Женская телесность в телевизионном дискурсе: опыт деконструкции. *Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики*. 2012;4 (часть 2):88–93.
5. Соболева ОВ. К проблеме определения понятия «гипертекстуальность». *Вестник Челябинского государственного университета*. 2014;7:72–75.
6. Вайнштейн ОБ. Полные смотрят вниз. Идеология женской телесности в контексте российской моды. *Художественный журнал*. 1995;7:49–53.
7. Вашкевич ВР, Терещенко ОВ, составители. *Коммуникация: теория, методы исследования, технологии*. Минск: Республиканский институт высшей школы; 2004. 272 с.
8. Лотман ЮМ. *Внутри мыслящих миров*. Санкт-Петербург: Азбука; 2016. 444 с.
9. Орлова ТД. Некоторые аспекты методологии работы над текстами об искусстве. У: Дубовик СВ, редактор. *Журналистика – 2007: надзённые проблемы, перспективы. Матэрыялы IX Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі*; 6–7 снежня 2007 г.; Мінск, Беларусь. Мінск: БДУ; 2007. с. 393–394.
10. Григорьева КС. Категории «свой» и «чужой» в телевизионных шоу о моде. В: Бережная МА, редактор. *Современная медиасреда: традиции, актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет; 2016. с. 51–57.

Reference

1. Sepir E. *Izbrannye trudy po yazykoznaniyu i kul'turologii* [Selected works on linguistics and cultural studies]. Kibrik AE, translator. Moscow: Progress; 1993. 654 p. Russian.
2. Bart R. *Izbrannye raboty: semiotika, poetika* [Selected works: semiotics, poetics]. Kosikova GK, translator. Moscow: Progress; 1989. 615 p. Russian.
3. Bart R. *Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury* [Fashion system. Articles on the semiotics of culture]. Zenkin SN, translator. Moscow: Akademicheskii proekt; 2018. 429 p. Russian.
4. Kazakevich OS. Female corporality in television discourse: attempt of deconstruction. *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*. 2012;4(part 2):88–93. Russian.
5. Soboleva OV. To the problem of definition of the notion «hypertextuality». *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2014;7:72–75. Russian.
6. Vainshtein OB. [The full ones look down. The ideology of female physicality in the context of Russian fashion]. *Khudozhestvennyi zhurnal*. 1995;7:49–53. Russian.
7. Vashkevich VR, Tereshchenko OV, compilers. *Kommunikatsiya: teoriya, metody issledovaniya, tekhnologii* [Communication: theory, research methods, technologies]. Minsk: National Institute for Higher Education; 2004. 271 p. Russian.
8. Lotman YuM. *Vnutri myslyashchikh mirov* [Inside the thinking worlds]. Saint Petersburg: Azbuka; 2016. 444 p. Russian.
9. Orlova TD. [Some aspects of the methodology of working on texts about art]. In: Dubovik SV, editor. *Zhurnalistyka – 2007: nadzjonnyja problemy, perspektyvy. Matjeryjaly IX Mizhnarodnaj navukova-praktychnaj kanferjency; 6–7 snezhnja 2007 g.*; Minsk, Belarus' [Journalism – 2007: urgent problems, prospects. Proceedings of the 9th International scientific and practical conference; 2007 December 6–7; Minsk, Belarus]. Minsk: Belarusian State University; 2007. p. 393–394. Russian.
10. Grigor'eva KS. [Categories «friend» and «enemy» in TV shows about fashion]. In: Berezhnaya MA, editor. *Sovremennaya mediasreda: traditsii, aktual'nye praktiki i tendentsii. Vzglyad molodykh issledovatelei* [Modern media environment: traditions, current practices and trends. View of young researchers]. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University; 2016. p. 51–57. Russian.

Статья поступила в редколлегию 29.09.2022.
Received by editorial board 29.09.2022.