

3. *Бутиріна М. В.* Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіасередовищі / М. В. Бутиріна. — Дніпропетровськ : Слово, 2009. — 368 с.
4. *Денисенко А. О.* Образ «себя» и «других» в языковом сознании англичан : [дис. ... канд. филол. наук.] / А. О. Денисенко. — М., 2005. — 220 с.
5. *Иссерс О. С.* Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий / О. С. Иссерс // Вестник Омского университета. — 1999. — Вып. 1. — С. 74—79.
6. *Ковалев В. В.* Типология социальных стереотипов: перспективы исследования проблемы [Электронный ресурс] / В. В. Ковалев // Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты. — 2005. — № 1. — Режим доступа: http://rspu.edu.ru/university/publish/pednauka/2005_1/02Kovalev.htm.
7. *Поршнев Б. Ф.* О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии) / Б. Ф. Поршнев. — СПб. : Алетейя ; Историческая книга, 2007. — 713 с.

Марина Варич

ОГЛЯД ЯК ПОПУЛЯРНИЙ ЖАНР ЖУРНАЛІСТИКИ У СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ЖУРНАЛАХ

Проаналізовано використання жанру «огляд» в автомобільних виданнях, визначено тенденції розвитку цього жанру. Розглянуто можливість впливати за допомогою огляду на вибір читача. Вивчено способи подання матеріалу у жанрі огляду, які орієнтовані на широку аудиторію.

Ключові слова: *автомобільні журнали, жанр, огляд, видання, стаття.*

Проанализировано использование жанра «обзор» в автомобильных изданиях, определены тенденции развития этого жанра. Рассмотрена возможность влиять с помощью обзора на выбор читателя. Изучены способы подачи материала в жанре обзора, которые ориентированы на широкую аудиторию.

Ключевые слова: *автомобильные журналы, жанр, обзор, издание, статья.*

In the article a usage of the «review» genre in the motor-car publications has been analysed and trends of development of this genre have been determined. A possibility of impact by review or the choice of a reader is

examined. The methods of publications application in the review genre orienting at a wide audience are studied.

Key words: motor-car magazines, genre, review, editions, article.

Постановка проблеми. На сучасному етапі в Україні, як і в усьому світі, стрімко зростає попит на вузькоспеціалізовані видання. Це зрозуміло, адже новітня доба характеризується легкою доступністю інформації, яку можна роздобути навіть не вийшовши з дому. З цією метою використовують переважно Інтернет (сайти, чати, форуми). Серйозну конкуренцію інтернет-ресурсам складають і спеціалізовані видання та їхні електронні версії.

Природно, що кожна людина перед реалізацією важливої події у житті, наприклад далекою мандрівкою чи придбанням важливої речі (будинку, квартири, автомобіля), прагне порадитися з фахівцями, почути думку експертів. Цілком очевидним є той факт, що необхідну інформацію людина може почерпнути як з інтернет-ресурсів, так і зі сторінок спеціалізованих журналів.

З огляду на це в спеціалізованих виданнях досить часто трапляється такий жанр, як огляд. Адже він характеризується стислістю, лаконічністю, конкретністю і зорієнтований на аудиторію, яка через свою надмірну зайнятість не читає великі за обсягом матеріали, але водночас прагне бути поінформована про останні новини на ринку, споживачем якого вона є.

Власне, звертаючись до цього жанру, автори спеціалізованих видань ознайомлюють читачів з новинками ринку, інформують про ціни, проводять порівняння між товарами та послугами, які пропонуються.

Загалом, жанр огляду в Україні має давню історію, це обумовлено тим, що об'єктом його вивчення може бути будь-яка ситуація, річ чи явище. Нині на сторінках періодики найчастіше трапляються аналітичні, міжнародні, спортивні огляди, огляди газет. Сучасний огляд — жанр аналітичний, у ньому присутні власна авторська позиція та авторський стиль.

Аналіз останніх досліджень з проблематики. Огляду як жанру приділяли чимало уваги дослідники журналістики незалежної України, що цілком виправдано, бо саме в цей період жанр пережив найбільший розквіт. Зокрема, поряд з іншими жанрами його вивчали у своїх працях журналістикознавці В. Здоровега, А. Москаленко, М. Подолян.

Ці дослідники акцентували таку особливість жанру: оглядач базує свої висновки не на одиничному факті чи окремій події, а на сукупності фактів, подій, ситуацій, явищ, процесів, він узагальнює, підсумовує, ґрунтуючись на аналізі ретельно підбраного ним фактажу.

У поле зору українських дослідників найчастіше потрапляли супротивний огляд, економічний огляд та огляд преси. Однак значно менше досліджені такі види, як огляд літератури, архітектури, мистецьких шедеврів. Жанр огляду курортів, квартир, автомобільних новинок, який з'явився на сторінках преси в Україні, взагалі малодосліджений. Це пояснюється тим, що видання такої тематики доволі недавно вийшли на вітчизняний ринок і досі не ставали предметом зацікавлення журналістикознавців. Проте вони потребують вивчення, оскільки є складовою тенденцій розвитку сучасної журналістики.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити нові тенденції жанру «огляд» на сторінках спеціалізованих пресодруків, зокрема на прикладі автомобільних видань.

Мета дослідження обумовлює розв'язання таких завдань:

- 1) проаналізувати причини частого звертання журналістів до жанру огляду при написанні матеріалів у автомобільних виданнях;
- 2) довести ефективність використання оглядів у зазначених виданнях;
- 3) спрогнозувати подальший розвиток огляду в журналах автомобільної тематики.

Об'єкт дослідження — спеціалізовані автомобільні журнали «Байк» та «Motor News».

Предмет дослідження — жанр огляду, до якого звертаються автори автомобільних видань.

Насамперед відзначимо, що однією з новітніх тенденцій у структурі огляду є відносно нове явище — створення рейтингів, наприклад: «ТОР-10», «100 найкращих вишів світу», «10 найкращих книг року». У принципі, рейтинг можна віднести і до самостійного жанру, проте тут багато залежить від стилю подання матеріалу. Якщо журналіст пропонує увазі читача сухий перелік, оприлюднений певною організацією чи установою, при цьому не надає жодних коментарів і не робить висновків та узагальнень, то матеріал цілком

можна розглядати як рейтинг. Якщо ж у тексті, що містить рейтинг, є авторське бачення, його власні міркування, то такий матеріал можна назвати оглядом.

Огляд на сторінках спеціалізованих видань — уже звичне явище для української періодики. Зокрема, розглянемо це явище на прикладі журналів автомобільної тематики. Нині на сторінках таких видань часто трапляються огляди автомобільних новинок. Так, у виданні «Motor News» за березень—квітень 2012 р. вміщено розширений огляд автомобільних новинок, представлених на мотор-шоу, яке проходило у Женеві в березні 2012 р.

Своєрідний стиль подання матеріалу простежується уже з перших рядків. З метою зацікавлення читачів автор вдається до різноманітних засобів, насамперед авторський стиль подання матеріалу (мова видання, яскравий ілюстративний матеріал, який займає близько 70% друкованого тексту). Такий стиль відіграє важливу роль, оскільки саме використання нестандартних фраз, уникання штампів, кліше, «вплітання» у канву тексту власних поглядів, порад, зауважень створюють більш тісний зв'язок із читачем. Якщо автор намагається подавати матеріал у формі дружніх порад, то для цього використовує сучасну мову, сленг. Це допомагає налагодити тісний контакт із читачем та нівелює кордони між автором та споживачем інформації. Між автором і читачем складаються довірливі стосунки. Автор пропонує свої рекомендації щодо вибору конкретного автомобіля, аргументовано наводить переваги однієї марки над іншою. Огляди, подані у вигляді міні-порад, прямо або опосередковано наштовхують читача на вибір певної іномарки. Зокрема, вислови на кшталт: «Варто придивитися, неможливо протистояти спокусі, справжня еволюція третього покоління, форми милують око, симпатична автівка буде до смаку» [3, с. 20] зацікавлюють читача, викликають інтерес та змушують звернути увагу на конкретні моделі автомобілів.

Огляд є жанром ґрунтовного дослідження предмета, тому він вимагає не поверхових, а глибоких знань. Очевидно, що автор має бути компетентним у цьому питанні. Його знання повинні перевищувати знання читача. Тому передбачається, що автор мусить не лише інформувати, а й робити змістовний аналіз та узагальнення, з усього величезного потоку інформації обрати найсуттєвіше, найці-

кавіше. Також автор має досконало вивчати інтереси та запити своєї аудиторії для того, щоб задовольняти її інформаційні потреби. Тобто він повинен мати уявлення про зацікавлення свого читача.

На нашу думку, матеріал буде значно дієвішим у тому випадку, якщо автор не лише хвалитиме певну марку автомобіля, а й надаватиме конкретну практичну інформацію. У більшості випадків видання, зокрема «Байк» та «Motor News», демонструють свою компетентність, оскільки автори надають інформацію, яка знадобиться автомобілісту під час використання машини (максимальна швидкість, витрати пального, пристосування до доріг).

Текстовий матеріал доповнюється ілюстративним, що включає виразні світлини авто в різних ракурсах, зовні та всередині. Ілюстраціям надається особливого значення, оскільки певна кількість читачів спочатку звертає увагу на фотографії певного автомобіля, зацікавлюється ним, а вже потім ознайомлюється з його функціями, можливостями та ціною.

Досить часто в автомобільних виданнях публікуються матеріали, що містять детальний огляд моделей певної іномарки. Наприклад, у журналі «Motor News» за червень—серпень 2013 р. здійснено огляд модельного ряду автомобілів Toyota. Варто звернути увагу на те, що кожна модель відомої марки має як переваги, так і недоліки, однак автор зосереджує увагу переважно на достоїнствах. Прикладом можуть слугувати фрази на кшталт: «Prius — справжній апогей практичності від Toyota, це дійсно міська еволюція»; «Який вид кузова у світі найпопулярніший? Звісно ж, седан»; «Спортивна слава Toyota незаперечна» [1, с. 17].

У публікації обов'язково зазначаються основні функції автомобіля, цінова палітра, витрати пального, радіус розвороту, потужність двигуна. Тож при необхідності читач може порівняти одну іномарку з іншою та зупинити свій вибір на тій, яка задовольнить його потреби. Однак у матеріалі все ж простежується прихована реклама чи й ставлення автора щодо конкретного автомобіля.

Важко оминати увагою рубрику, яка є родзинкою автомобільних видань, а саме — «Мотор-тест». У ній автор, пройшовши тест-драйв, ділиться своїми враженнями від використання авто, зазначає, які в нього плюси та мінуси, що переважає. Матеріали цих рубрик подані досить майстерно. Це не звичайний перелік функцій та пристосувань до доріг певного автомобіля, це — детальний опис з усіма

подроблицями, власними роздумами та бажаннями: «Якби у мене був дипломат грошей — я б віддав не замислюючись. Щоб весело було завжди, а не лише під час такого короткого недільного тест-драйву» [3, с. 18].

Під час прочитання таких текстів створюється враження, ніби читач перебуває за кермом конкретної іномарки. Варто також відзначити, що в публікаціях яскраво виражений авторський стиль, часом доволі експресивний. «Ви натискаєте на акселератор — і машина миттєво мчить»; «Реалізація цих переваг викликала у нас небувале захоплення»; «Наслідок — захоплює відчуття повного контролю над автівкою» [3, с. 68].

Окремо потрібно зосередити увагу на фотографіях, що супроводжують рубрику «Мотор-тест». Автомобілі зняті в різних ракурсах, усередині та зовні. Переоцінити важливість зображувальних засобів неможливо, адже фотографії є суттєвим елементом. У разі їх відсутності матеріал був би неповним, виникало б відчуття, що чогось бракує.

У виданні «Байк» рубрика «Тест-драйв» має певні особливості. Так, в матеріалах містяться не лише характеристики мотоцикла, описи відчуттів та вражень автора від їзди на ньому, а й думки та поради власників, які можуть подаватися розмовною мовою, доповнюватися різноманітними смайликами. Наприклад, у номері за березень 2013 р. йдеться про одну з моделей: «Придбав у серпні 2011-го. Цього року особливо покататися не вийшло. І лише з середини літа 2012 позбувся страху і зумів сісти за кермо. Досі було — боязко» [2, с. 18].

У цьому журналі можна натрапити на невелике інтерв'ю з продакт-менеджерами чи незалежними експертами, які відповідають на запитання стосовно новинок, що проходили тест-драйв. Запитання переважно стосуються основних особливостей транспортного засобу, його головних конкурентів на автомобільному ринку і того, наскільки виправдано з економічної точки зору випускати нову модель. Такі короткі інтерв'ю мають свої переваги, оскільки дають змогу отримати більш детальну інформацію та почути думку не лише автора матеріалу, а й інших експертів.

Досить вдалими є те, що у виданні «Байк» у кінці матеріалу розміщується таблиця, в якій новинка, що пройшла тест-драйв, оцінюється за п'ятибальною шкалою, яка позначена відповідними

фразами: «фантастика, дуже добре, чудово, з пивом покотить, абсолютний відстій» [2, с. 18].

Загалом, під час опису автомобіля чи байка автори зосереджуються на власних відчуттях, які з'являються під час їзди. Свої емоції вони передають словами та фразами на зразок: «це дає божевільне відчуття свободи»; «відчуття від руху неймовірні»; «щодо керування, то більш дивного мотоцикла я ще не бачив»; «і який тут звук, особливо привабливі хрюкання під час зміни передач, що вгору, що вниз — заслухаєшся» [2, с. 15].

Варто звернути увагу на той факт, що характеристики жанру «огляд» передбачають наявність у читача довіри до конкретного оглядача. Причиною цього може слугувати те, що читач вважає його спеціалістом, незалежним експертом у конкретному питанні. Огляд дозволяє автору давати певні консультації, а також висловлювати свою незаангажовану думку.

Перспективи подальших досліджень. У сучасному огляді ключовою фігурою матеріалу є саме автор, адже передбачається, що він є вузьким спеціалістом у тій сфері, про яку пише. Спостереження свідчать, що оглядачі працюють переважно у межах своєї компетенції. Наприклад, автомобільний оглядач не буде писати на спортивні, політичні чи економічні теми.

Жанр огляду є перспективним, оскільки він передбачає наявність рекомендацій у матеріалі. Сучасна людина перебуває у надзвичайно великому потоці інформації, їй складно зорієнтуватися у ньому, тож вона потребує дружніх порад. Жанр є перспективним ще й тому, що сьогодні процес комунікації виходить за межі спілкування віч-на-віч. У такій ситуації ключовим елементом стає довіра, що виникає між комунікатором та комунікантом.

Висновки. Аналіз найтиражнішої української автомобільної періодики, що виходила впродовж останнього десятиліття, зокрема таких видань, як «Motor News» та «Байк», дає змогу узагальнити, що з кожним роком жанр огляду стає дедалі популярнішим саме у вузькоспеціалізованих виданнях. Водночас сучасний огляд охоплює найрізноманітніші сфери людського буття (від спорту до економіки) і набуває рис європейського зразка.

Трансформація жанру особливо відчутна у спеціалізованих виданнях, які, відступаючи від традицій минулого, орієнтуються в першу чергу на інтереси споживача, а не на усталені канони.

Головними тенденціями розвитку жанру огляду на сучасному етапі є реклама конкретного автомобіля, його переваг порівняно з іншими марками.

Динаміка популяризації огляду у вітчизняних ЗМІ пояснюється тим, що він за формою і методом подання нагадує рекламу, водночас залишаючись художнім твором. Отже, рекламодавцям вигідно оплачувати матеріали цього жанру, а споживачам цікаво такі публікації читати. В огляді автор має змогу максимально наблизити до читача усі вектори інтересів — від часового до просторового.

Жанр огляду міцно закріпився у вітчизняній пресі і продовжує набувати популярності. Зокрема, в автомобільних виданнях — це один з найпопулярніших жанрів серед автолюбителів та автомобілістів-професіоналів. Ні інтерв'ю, ні репортаж не можуть скласти йому конкуренцію.

1. *Волощенко А.* Порше Панamera / А. Волощенко // Motor News. — 2013. — Іюнь. — С. 17—21.
2. *Герман С.* Смартфони та мотоцикли / С. Герман // Байк. — 2013. — Март. — С. 15—18.
3. *Пономаренко Е.* Скалолази / Е. Пономаренко // Motor News. — 2012. — Март—апр.

Вікторія Ковпак

ДО ПРОБЛЕМИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В КОНТЕКСТІ ЕМІГРАЦІЙНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ: ПАРАМЕТРИ КОМУНІКАТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Проаналізовано метафоричні та семиотичні параметри комунікативної ефективності української еміграційної публіцистики як стратегію дослідження проблеми національної ідентичності.

Ключові слова: еміграційна публіцистика, комунікативна ефективність, національна ідентичність, ідеологія.

Проанализировано метафорические и семиотические параметры коммуникативной эффективности украинской эмиграционной публицистики как стратегию исследования проблемы национальной идентичности.

Ключевые слова: эмиграционная публицистика, коммуникативная эффективность, национальная идентичность, идеология.