

1. Землянова Л. М. Современная американская коммуникативистика / Теоретические концепции, проблемы, прогнозы / Л. М. Землянова — М., 1995. 2. Кастеллс М. Информационный век: экономика, общество и культура / М. Кастеллс — М., 2000. 3. Flew T. Globalization and the Structure of New Media industries / T. Flew, St. McElhinney // The Handbook of New Media. Ed. by L. Lievrouw and S. Livingstone. — New Delhi, 2002. 4. Lievrouw L. Introduction. The Social Shaping and Consequences of ICTs / L. Lievrouw, S. Livingstone // The Handbook of New Media. Ed. by L. Lievrouw and S. Livingstone. — New Delhi, 2002. 5. Price M. E. Media and Sovereignty. The Global Information Revolution and Its Challenge to State Power / M. E. Price — London, 2002. 6. The Handbook of New Media [Ed. by L. Lievrouw and S. Livingstone]. — New Delhi, 2002.

МЕДІА І СУВЕРЕНІТЕТ (К ВОПРОСУ О ВЛИЯНИИ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ РЕВОЛЮЦИИ НА СТАТУС ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ)

Рассматривается влияние информационно-электронной революции на разные сферы общественно-политической, экономической и социокультурной жизни в мире.

MEDIAS AND SOVEREIGNTY (TO THE QUESTION ABOUT INFLUENCE OF GLOBAL INFORMATIVE REVOLUTION ON STATUS OF STATE AUTHORITY)

The impact of informational and electronic revolution on various spheres of social, political, economical and cultural life is under study.

Стаття надійшла 21.04.08

УДК 070:82-95

Н. Б. Мантуло

Класичний приватний університет м. Запоріжжя

ЖАНРОВІ ПРІОРИТЕТИ ЖУРНАЛЬНОЇ КРИТИКИ: КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ

Визначаються жанрові пріоритети української журнальної критики в контексті розвитку друкованих ЗМІ. Розглядаються провідні жанри журнальної критики як форми реалізації сучасних моделей літературно-критичної комунікації.

Жанрові пріоритети літературної і, в тому числі, журнальної критики часто ставали об'єктом уваги дослідників літератури і журналістики. Серед них такі відомі науковці, як Ю. Лазебник, В. Брюховецький, Ю. Бурлай, В. Качкан, В. Баранов, О. Бочаров, В. Єгоров та ін. Щоправда, пік досліджень з проблем літературно-критичної жанрології припадає на радянські роки, але з того часу суспільний статус художньої словесності і, відповідно, літературної критики суттєво змінився, а найхарактернішою з ознак соціокультурної ситуації кінця ХХ — початку ХХІ ст. стала остаточна відмова від літературоцентризму на користь журналізму. Одним із наслідків цього процесу стала переорієнтація масового читача з «товстих» журналів, де критика завжди мала свій осередок, на нові газетні та «глянсові» видання, що своєю чергою, змусило журнальних

критиків пристосовуватися до нових економічних та соціокультурних реалій. Отож *мета* статті полягає у визначенні пріоритетних жанрів журнальної критики як форм реалізації сучасних моделей літературно-критичної комунікації у контексті новітніх тенденцій друкованих ЗМІ.

Актуальність теми статті зумовлена необхідністю комплексного дослідження пресових жанрів, у якому були б враховані сучасні наукові підходи у вивченні жанрової комунікації, а також потреби практичної діяльності різних видів друкованих ЗМІ.

Проблема жанрової самоідентифікації літературної критики є сьогодні предметом обговорення серед науковців і критиків. Вона знаходиться у центрі численних дискусій, які час від часу відбуваються на пострадянському філологічному просторі. У зв'язку з цим хотілося б відзначити активність у цьому напрямку російських журналів «Вопросы литературы», «Знамя», «Новый мир», «Октябрь». Її можна пояснити й тим, що в результаті стрімкого економічного зростання, трансформаційні процеси в друкованих ЗМІ Росії відбуваються в більш загостреній, а отже й відчутній формі, ніж в Україні. На українських же теренах традиційно важливу роль у розвитку літературної критики відіграють літературно-художні та громадсько-політичні часописи «Вітчизна», «Дніпро», «Всесвіт», «Березіль», «Дзвін», «Київ», а також газета «Літературна Україна». Не в змозі конкурувати з новими газетами та гляансовими журналами, ці видання і сьогодні залишаються соціально важливим сегментом національної преси і користуються попитом у всіх небайдужих до долі рідного слова і культури.

Пресова літературна критика традиційно поділяється на журнальну та газетну. Враховуючи пострадянський досвід національних друкованих ЗМІ, відомий російський критик Н. Іванова поділяє пресову критику на «товстожурнальну» і «новогазетну» (за назвою популярного російського видання) [1]. При цьому вона акцентує на традиційному характері критики «товстих» журналів і на відповідності критики «новогазетної» принципам журналізму. Проте, зважаючи на появу та розвиток нових типів видань, є також сенс говорити про феномен «глянсової» («гламурної») та Інтернет-критики.

«Товстожурнальній» критиці притаманні глибина та неквапливість міркувань, розлогість аргументації, а це, своєю чергою, потребує відповідного жанрового оформлення. Отож пріоритетними жанровими формами журнальної критики були й залишаються аналітичні жанри: стаття, рецензія, огляд.

Визначаючи специфіку сучасної газетної критики, ми передусім маємо на увазі нові газетні видання, засновані вже в пострадянський період, які не є спеціалізованими у літературних питаннях. Саме нова критика підпорядкована формату газетного видання і відображає новітні тенденції, характерні для журналістського відображення та інтерпретації факту. Так, синхронізуючись з журналістикою, газетна критика надає перевагу інформаційним жанрам над аналітичними. Формат газети вимагає коротких, лаконічних висловлювань, тому навіть традиційні для критики аналітичні жанри на газетних шпальтах виявляють властивість до скорочення обсягу.

Для «глянсових» журналів літературно-критичні публікації — це доволі рідкісне явище, хоча в деяких з цих видань функціонують відповідні рубрики (наприклад, підрубрика з узагальнюючою назвою «Книги» в рубриці «Культура» журналу «Единственная»). Читачі «глянсу» не вимагають від критика глибини думки, відповідальності та доказовості висновків, і «глянсова» критика скоріше виконує рекламно-інформаційну функцію за допомогою відповідних жанрових форм (анонсу, інформації, рейтингу, світської хроніки тощо). Інтернет-критика не є предметом уваги автора статті, але вона теж потребує вивчення з боку дослідників. Враховуючи технічні можливості Інтернету як засобу комунікації, і відсутність у ньому внутрішньої цензури, не важко передбачити, якою різноманітною є жанрова палітра інтернет-критиків.

Кожен з названих типів літературної критики реалізує свою модель комунікації. Так, об'єктом традиційної «товстожурнальної» критики є факт літератури, об'єктом нової газетної та «глянсової» — факт літературного процесу. У «товстожурнальній» критиці автор традиційно виступає в ролі вчителя, судді, експерта. Останнім часом усе гучніше з боку самих критиків лунають вимоги дотримання іншого типу комунікативної поведінки — бути не вчителем, а читачем, одним із публіки. У газетній критиці автор — це передусім інформатор, репортер. У «глянсовій» критиці комунікативна поведінка автора найімовірніше може бути охарактеризована як поведінка рекламіста, літературного «кютюр'є», що повідомляє читачу про нюанси літературної моди.

Адресатом «товстожурнальної» критики є передусім громадськість, народ, нація. Адресат газетної та «глянсової» критики — це або «своя» референтна група, або максимально широке коло споживачів інформації, як і вимагає інформаційна кон'юнктура.

Відмовившись від монологізму літературно-критичного мислення, журнальна критика прагне до діалогу з читачем. Інша комунікативна ситуація створена в новій «газетній» критиці, але її принципову незверненість до читача не слід розуміти як неповагу. Це визнання права читача на автономну рецепцію, що підтримує комунікативний зв'язок між критиком та читачем в умовах атомарного суспільства, в якому суб'єкт прагне персональної, десоціалізованої комунікації. Персоналізм нової газетної критики є найбільш комунікативний і прийнятний з огляду на поліцентризм сучасного літературно-критичного мислення.

Сьогодні «товсті» журнали переживають не найкращі часи, але продовжують презентувати себе як унікальний тип видання, який зберігає вірність принципам традиційної, ідеологічно-художньої критики і тому не потребує серйозного реформування. Багатьох критиків «товстуни» приваблюють можливістю максимально повного, вичерпного втілення задуму, орієнтацією на «найвищі жанри журналістики» [2]. Справді, формат такого журналу і доволі тривалий цикл роботи над кожним номером (загальновідомо, що плани роботи в журналах-товстунах складаються на кілька місяців уперед) сприяє створенню виважених, аргументованих публікацій переважно великого обсягу.

Перебуваючи в новому комунікаційному просторі, «товстожурнальна» критика продовжує зберігати вірність традиційним критичним жанрам, основу

яких складають аналітичні жанрові форми (стаття, рецензія, літературний портрет, огляд та ін.).

З усіх жанрів журнальної критики рецензія оновлюється найменше і залишається найбільш одноманітним жанром, головною метою якого є представлення книги читачеві. Позитивні зрушення в напрямку набуття жанром більшої комунікативної привабливості помітні в публікаціях журналів «Київ» та «Березіль», авторами яких зроблено спроби розширити можливості рецензії шляхом вираження відразу кількох позицій (так звані «колективні рецензії»), або включення до рецензії елементів інших жанрів (інтерв'ю, есе, нарис тощо).

Журнальні рецензії продовжують відповідати традиційним уявленням про цей жанр, намагаючись презентувати читачу глибокий аналіз рецензованого твору в зв'язку з проблемами суспільства. Цього не можна сказати про рецензії, надруковані на шпальтах газет та глясових журналів. Більша частина цих творів наближається до таких інформаційних жанрів, як звіт, замітка, анонс, часто лише переказуючи зміст книги чи просто анонсуючи її появу на полицях книгарень.

Одним з найпопулярніших жанрів сучасної журнальної критики залишається літературний портрет, який зазвичай презентує характеристику творчого обличчя автора, оцінку його доробку як неповторного, унікального феномена. Проте до літературного портрету як жанру журнальної критики застосовуються такі ж вимоги як і до інших пресових жанрів: він має бути лаконічний, відносно невеликий за обсягом. Вочевидь, усвідомлюючи певну залежність від формату періодичного видання, автори літературних портретів часто підкреслюють за допомогою відповідного заголовку чи підзаголовку лише часткову відповідність своїх творів жанровим канонам. Характерним для таких публікацій є додавання підзаголовків на кшталт: «До літературного портрету...», «Штрихи до портрету», «Кілька уваг до портрету» або просто «До портрету».

Журнальні критики продовжують активно працювати в жанрі статті. Проте комунікативна ситуація, що реалізується в статті, — сприятлива для самого критика, ніж для читача. Критик має можливість обґрунтувати свою позицію, докладно й всебічно розглянути ті чи інші тенденції літературного процесу, включивши їх в широкий контекст попереднього та прогнозованого літературного процесу. При цьому стаття не включає в себе звернення до читача. Отож можливість створення діалогу між критиком та аудиторією залежить від професіоналізму та свідомісних установок самого критика. Монологічна форма статті, поступове розгортання думки критика, розлога аргументація не можуть не створювати відчуття одноманітності, і вже залежить від автора, наскільки зрозумілими та захоплюючими будуть його міркування для публіки. Тим більше, що сучасний читач часто не бажає витратити час на читання великих за обсягом творів, а потребує оперативної й достовірної інформації. Ось чому в газетній критиці спостерігається властивість до скорочення обсягу літературно-критичної статті, а в «товстих» журналах подібна ситуація майже не проявляється: формат видань дозволяє критикам висловлювати свої думки у повному обсязі й без обмежень.

На відміну від аналітичної статті, що аналізує окреме явище, жанр огляду більш придатний з точки зору журналізму, оскільки інтерпретує комплекс літературних явищ у широкому суспільно-історичному контексті. На шпальтах літературно-художніх часописів твори у жанрі огляду зустрічаються нечасто. Практично зникає річний огляд. Можливо, головною причиною цього є працемісткість жанру, бо на його опрацювання критику необхідно витратити багато часу та обробити велику кількість матеріалу. Винятком з цього, вже усталеного правила є періодичні публікації в оглядовому жанрі в журналі «Березіль» під рубрикою «(П)огляд».

Жанр есе теж нечасто можна побачити на шпальтах журналів-«товстунів», хоча в журналі «Березіль» для творів у цьому жанрі існує відповідна підрубрика — «Роздуми над прочитаним». Синтезуючи художні та публіцистичні прийоми самовираження, літературно-критичні есе характеризуються підкресленою суб'єктивністю, невимушеністю, можливістю вільного компоновання матеріалу. Проте комунікативна ситуація в есе більш сприятлива для автора, створюючи для нього можливість максимального самовираження. Сучасна, і водночас, журнальна есеїстика позбавлена публічності, не завжди орієнтована на полеміку й іноді має камерний характер. Уникнення у журнальному есе таких недоліків сприятиме посиленню його комунікативної привабливості для читача.

До сфери журнальної критики все активніше залучаються інформаційні жанри (інтерв'ю, замітка, репортаж, анонс), тоді як жанрові пріоритети традиційної критики завжди були у площині аналітики. Останнім часом усе важливішу роль у жанровій палітрі журнальних критиків відіграє такий жанр як інтерв'ю. Йому дещо поступається бесіда, яку часто вважають еквівалентним жанром. Проте ця еквівалентність доволі умовна, враховуючи те, що для інтерв'ю характерна діалогічна, а для бесіди — полілогічна форма отримання інформації [3, с. 115].

Інтерв'ю часто з'являються в літературно-критичних рубриках журналів «Київ» та «Березіль». У «Березолі» для таких творів навіть існує відповідна підрубрика — «Тисяча і одне інтерв'ю». В умовах модернізації жанрових форм інтерв'ю досягає видового різноманіття в межах інформаційної групи жанрів і переміщується в аналітичну групу, активно використовуючись як художньо-публіцистична модель діалогу з письменником.

Присутність інтерв'ю та бесіди серед пріоритетних жанрів журнальної критики є проявом характерної для сучасного інформаційного мислення ситуації, коли на провідні виходять жанри діалогічної природи (інтерв'ю, бесіда, «круглий стіл» та ін.), в яких наведено різні точки зору на проблему, але першоджерело інформації за бажання можна відділити від «вторинного коментаря». Завдяки цьому журнальна критика стала більш персоніфікованою і здатною для роботи в реальному режимі діалогу з аудиторією.

Часто елементи інтерв'ю входять як один з елементів до складу рецензії або літературного портрету, що безумовно, надає автору та читачу більше можливостей для розуміння твору та позиції автора. Саме можливість безпосереднього спілкування з творчою особистістю, можливість зазирнути в її багатий духовний світ часто стає головною передумовою вибору критиком форми інтерв'ю.

Найбільш поширеним різновидом літературно-критичного інтерв'ю є інтерв'ю-портрет. У контексті журнальної критики ця форма спрямована на розкриття творчої особистості як унікального явища методом власне інтерв'ю, розмови, опитування чи бесіди і відображення отриманого результату методом монологу, діалогу чи полілогу. Як модель комунікації інтерв'ю неодмінно несе на собі відбиток контексту чи підтексту, в межах якого він реалізується.

Одна з найхарактерніших тенденцій сучасного літературно-критичного мислення — це синтез жанрів. Як підкреслює В. Буряк, «дифузія (взаємопоєднання, взаємопоглинання) журналістських жанрів — закономірний процес інтелектуалізації інформаційного відображення» [4, с. 14]. Так, на шпальтах літературно-художніх та громадсько-політичних часописів поруч із традиційними критичними жанрами все частіше з'являються жанрові утворення, які поєднують у собі ознаки не одного, а іноді одразу кількох жанрів. Така організація твору дозволяє поєднати в тому числі комунікативні можливості різних жанрових форм, сприявши таким чином кращому донесенню думки до читача.

Вплив нової газетної критики на журнальну поступово проявляється не тільки в жанровому репертуарі, а й в принципах його структурування. Так, деякі з журналів-товстунів почали «подрібнювати» загальну критичну рубрику, відмовляючись при цьому від монолітних, «габаритних» жанрів, як наприклад, стаття. На пошук нових форм літературно-критичної комунікації орієнтована рубрична структура часопису «Березіль», відображаючи і певною мірою стимулюючи жанрові пошуки журнальної критики: «Книжковий калейдоскоп», «Незабутні» у «Києві», «Життя і творчість», «Тисяча й одне інтерв'ю», «Роздумуючи над прочитаним», «Коротко про книги», «Рецензії, відгуки», «Ну от!»», «(П)огляд».

Залишаючись одним із найконсервативніших каналів літературно-критичної комунікації, журнальна критика все ж поступово наближається до журналізму, синхронізуючись з іншими типами пресової критики у пошуках більш ефективних жанрових форм.

1. Иванова Н. Между. О месте критики в прессе и литературе / Н. Иванова // Новый мир. — 1996. — № 1. — С. 203–214. 2. Пустовая В. Критика спасет мир [Электронный ресурс]. — Режим доступа: /http://exlibris.ng.ru/fakty/2007-08-/2_kritika.html. 3. Жанры периодической печати / А. Тертычный — М.: Изд-во МГУ, 2002. — 234 с. 4. Буряк В. Д. Журналістська творчість як система образної комунікації: навч. посіб. / В. Д. Буряк — Дніпропетровськ: РВВДНУ, 2003. — 60 с.

ЖАНРОВЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ЖУРНАЛЬНОЙ КРИТИКИ: КОММУНИКАТИВНЫЙ АСПЕКТ

Определяются жанровые приоритеты украинской журнальной критики в контексте развития печатных СМИ. Рассматриваются ведущие жанры журнальной критики как формы реализации современных моделей литературно-критической коммуникации.

GENRE PRIORITIES OF MAGAZINE CRITICISM: COMUNICATIVNIY ASPECT

The article defines genre priorities of the Ukrainian journal criticism in a context of development of printed mass-media. Leading genres of journal criticism as patterns of realization of modern models of the literary-critical communications are considered.

Стаття надійшла 28.10.08

УДК 81'373.46=81.371:659.1

О. П. Михайлович-Гетто

Українська академія друкарства

КОНОТАЦІЯ ТЕРМІНОЛОГІЧНОСТІ ЯК ДІЄВИЙ ЗАСІБ УВИРАЗНЕННЯ ТЕКСТУ МАСОВОЇ РЕКЛАМИ

Розглянуто конотативний аспект значення терміна у рекламному тексті. Охарактеризовано конотації науковості, новизни, іншомовності.

Використання термінологічної лексики у невластивих їй стилях, зокрема, у масовій рекламі, має велике значення для увиразнення тексту. Воно супроводжується «технологічним забарвленням», «технологічним ореолом» — «конотацією термінологічності» [4]. Конотація термінологічності виникає у зв'язку з перенесенням «спеціального образу» [1] на інший ґрунт, в інші умови, нетипові для нього. Спостерігається своєрідне «стилістичне спалахування», пов'язане з тим, що термінологічна одиниця, не втрачаючи стильової приналежності, маркованості, одночасно набуває нових властивостей, серед яких — розширена сполучуваність, можливість використання в переносному значенні, емоційна насиченість.

З огляду на пошук нових ефективних важелів впливу на споживача рекламної продукції, вивчення цього питання сьогодні є надзвичайно актуальним. Та незважаючи на це, дослідження конотативної складової значення термінів, використовуваних у текстах масової реклами, в Україні не проводиться. Тому мета цього дослідження — проаналізувати засоби створення конотації термінологічності у рекламних повідомленнях і з'ясувати механізм їхньої дії.

Спостереження над рекламними текстами дозволяють стверджувати, що конотація термінологічності представлена найчастіше конотаціями науковості, новизни та іншомовності.

Конотація науковості. «Науковий ореол» рекламного тексту спрямований, насамперед, на підвищення довіри до рекламованого продукту. Це досягається не тільки залученням великої кількості (часто надмірної) слів, що позначають спеціальні поняття, а й використанням синтаксичних зв'язків, характерних для наукового тексту:

Пилосос обладнаний ефективним HEPA фільтром, а задля збору пилу використовується новий унікальний пилосбірник W-bag, що складається з асиметрично сплетеної тришарової фібри. Міцний пилосбірник W-bag дозволяє зберегти потужність всмоктування й забезпечити більш високий рівень фільтрації. Бампер та колеса мають гумове покриття, щоб зберегти Ваші меблі та пилосос від випадкових пошкоджень («Panasonic»);

ми проводимо спеціальні дослідження, завдяки яким знаємо, як ідеально адаптувати наш продукт до ергономіки стопи дитини (взуття Bartek);

випадіння волосся викликане отвердінням колагену, який оточує корінь волосини. Запатентована молекула Амінексил впливає на колаген, перешкоджаючи передчасному старінню і випадінню волосся. Протестовано