

3. Кармазіна Н. В. Вопросы охраны историко-культурного наследия Украины в диссертационных исследованиях последних лет / Н. В. Кармазіна // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия "Исторические науки". – 2010. – Т. 23 (62), № 1 : спецвыпуск "История Украины". – С. 88–99.
4. Мішуренко П. Віде-прем'єр і духовна спустошеність [Текст] / П. Мішуренко, М. Невидайло, М. Честнейша. // Народна газета. – 2007. – 1–7 березня. – С. 4.
5. Охорона історико-культурної спадщини: історія та сучасність [Текст] : тези доповідей наук.- практ. конф., присвяч. 30- річчю Укр. т-ва охорони пам'яток історії та культури, 18 грудня 1996 р., м. Київ / Укр. т-во охорони пам'яток історії та культури, Центр пам'яткознавства НАН України та УТОПІК ; відп. ред. П. П. Толочко [та ін.]. – К. : [б.в.], 1996. – 127 с.
6. Рудий Г. Я. Становлення державної системи охорони історико - культурної спадщини в Україні (1918-1920 рр.) [Текст] / Г. Рудий // Краєзнавство. – 2001. – №1-4. – С. 95-102.
7. Шевчук К. С. Гіперреальність або вплив мас-медіа на зміни у культурі постмодерного суспільства / К. С. Шевчук // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – Вип. 14. – Рівне: РДГУ, 2008. – С. 80-88.
8. Аналітичний звіт за результатами проведення з ініціативи Британської Ради в Україні "круглого столу" "Чим живе культурна журналістика" [Електронний ресурс]. – Британська Рада, 2010. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-press-room-media-discussion-report-ukr.pdf>. – 26.02.2010. – Назва з екрану.
9. Кузнецова Т. В. Транслявання національної культури сучасними ЗМІ: основні тенденції та перспективи [Електронний ресурс] / Тетяна Василівна Кузнецова. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc\\_komun/2008\\_1/12.html](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vdpu/Soc_komun/2008_1/12.html).
10. Проблеми актуалізації українських пам'яток культури. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України, 2014. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/906/>.

**О. А. Мельніченко**

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка  
(м. Полтава)

## ІНДИВІДУАЛЬНИЙ СТИЛЬ СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛІСТА В РЕЦЕПЦІЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ АУДИТОРІЇ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

На сучасному етапі розвитку ЗМІ аудиторія звертає увагу не лише на якість і повноту інформації, а й на особистість журналіста-репрезентанта. Тому авторський фактор відіграє важливу роль у процесі сприйняття та інтерпретації журналістських повідомлень. Відтак формування ідеостилу серед інших орієнтирів має ґрунтуватися на потребах й уподобаннях реципієнтів. З іншого боку, найбільш ефективним процес взаємодії з аудиторією буде тоді, коли журналіст виокремлюватиметься поміж колег, транслюючи інформацію специфічним, неповторним і глибоко індивідуальним способом. Установлення балансу між запитам аудиторії й експресією автора журналістського матеріалу є сьогодні першочерговим завданням журналістикознавчих досліджень.

Журналістському ідеостилу присвячено багато наукових розвідок. Зокрема, О. Крижанівська досліджувала індивідуальний стиль автора політичного блогу, а Л. Лисицька вивчала індивідуальний мовленнєвий стиль у медіатекстах. О. Носкова охарактеризувала лінгвокогнітивний стиль журналіста як один з елементів творення ідеостилу, тоді як С. Привалова в подібному контексті досліджувала реалізацію підтексту в публіцистиці. Великий внесок у розробку проблеми зробила А. Сосновська, котра присвятила монографію психології ідентичності журналіста, неодноразово акцентуючи увагу на значенні в цьому процесі індивідуального стилю. Водночас недостатньо дослідженим залишається питання впливу індивідуального стилю автора на окремі категорії реципієнтів, зокрема спеціалізовані, що й зумовлює актуальність цієї проблематики.

Об'єктом дослідження є індивідуальний стиль у спортивній журналістиці, а предметом – його відображення в рецепції читачів.

Мета розвідки – визначити особливості сприйняття аудиторією спортивних ЗМІ ідеостилу журналістів, що працюють у відповідних медіях.

Для виконання поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- 1) охарактеризувати функціонування індивідуального стилю в журналістиці;
- 2) проаналізувати загальні тенденції читачького сприйняття ідеостилу;

3) визначити основні критерії рецепції індивідуального стилю спеціалізованою аудиторією;

Разом із зміною методів трансляції інформації друкованими ЗМІ трансформацій зазнав і рівень присутності в публікації самого журналіста. Після радянської епохи безособовості, що вела до цілковитої відсутності автора в тексті, новочасна журналістика пропонує щоразу ширші можливості для авторського самовираження. Коли журналістові вдається завоювати довіру аудиторії, взаємодія між ними стає більш конструктивною. Як зауважує Г. Кручевська, “знайоме авторське ім'я говорить про його репутацію, якість тексту, тему й достовірність фактів. Якщо це ім'я відоме, то виникає додаткова позатекстова інформація про позицію автора” [4, с. 22].

Домінантною ознакою ідентифікації автора в журналістиці є індивідуальний стиль, завдяки якому читач може безпомилково розпізнати будь-якого автора, що регулярно публікується на шпальтах друкованих ЗМІ.

Вичерпною є дефініція індивідуального стилю в літературознавчому словнику-довіднику, яку можна екстраполювати з художньої творчості в царину журналістики: “... Іманентний (властивий його внутрішній природі) прояв істотних ознак таланту у конкретному художньому творі, мистецька документалізація своєрідності світосприйняття певного автора, його нахилу до ірраціонального чи раціонального мислення, до мімітичних принципів (принципів уподібнення) чи розкутого образотворення, його естетичного смаку, що в сукупності формують неповторне духовне явище” [5, с. 312].

М. Котюрова наголошує, що індивідуальний стиль автора в функціональній стилістиці тлумачиться як “сукупність домінантних властивостей мовлення індивіда, що проявляються у вживанні мовних одиниць – як в якісному, так і в кількісному вимірах – в межах конкретного функціонального стилю, жанру, текстової категорії тощо” [3, с. 96]. У цьому ж джерелі знаходимо актуальне для журналістської діяльності твердження, що “індивідуальний стиль співвідноситься не з мовною особистістю загалом, а з мовною особистістю, котра виконує роль суб'єкта мовлення” [3, с. 96].

У реаліях сьогодення індивідуальний стиль є важливим дороговказом для читача серед безмежного потоку матеріалів, які щоденно продукують численні канали комунікації. У спортивних ЗМІ ідеостиль виступає не лише як ідентифікатор особистості журналіста, але і як виразник певних думок, ідей, переконань. Якщо авторські інтенції сутогласні світоглядним позиціям читачів, аудиторія лояльно сприймає матеріали, не проявляючи жодної резистенції. Однак навіть тоді, коли погляди журналіста й читачів не збігаються, це стимулює об'ємне бачення конкретної ситуації в реципієнта й спонукає його до внутрішнього діалогу з автором. Тобто яскравий ідеостиль апріорно володіє потенцією привертати увагу аудиторії, змушує читачів мислити й допомагає підтримувати реноме автора.

Створюючи матеріал для друкованих ЗМІ, завжди необхідно враховувати особливості читачької рецепції. Текст має бути максимально комфортним для сприйняття і в той же час вирізнятися неординарністю й виразністю, демонструвати специфіку авторської стилістики в усіх її проявах.

Дослідниця В. Кожанова виокремлює таку закономірність: “У багатьох сучасних медіатекстах автор конструє образ анонімного імпліцитного читача й намагається взаємодіяти з ним, щоб передати свої ідеї й спонукати до переосмислення й аналізу смислового аспекту тексту” [2, с. 56]. Діяльність у спеціалізованій журналістиці потребує чіткого усвідомлення типового образу реципієнта. Спортивна преса не є винятком, тому вимагає від автора враховувати комплекс особливостей читачького середовища, від якого безпосередньо залежить формування й представлення ідеостилу.

Насамперед наближення до потреб і смаків реципієнтів відбувається на лінгвістичному рівні. Мовний компонент індивідуального стилю спортивного журналіста має бути найпродуманішим і добре пристосованим до запитів аудиторії. Очевидно, що більшість читачів спортивної преси не є прихильниками вишуканої лінгвістичної орнаментальності, тому мова публікацій має бути якомога простішою. Варто уникати розгорнутих мовленнєвих конструкцій, іноземних запозичень, різноманітних термінів, що безпосередньо не стосуються спорту. В той же час аудиторія потребує від авторського ідеостилу наснажості яскравою метафоричністю, лаконічною й зрозумілою образністю, легкою

дотепністю. Щоб сподіватися на успішну читацьку рецепцію, журналіст має залучити в індивідуальний стиль слова з лексики пересічного вболівальника. Такий крок скорочує дистанцію між ним й аудиторією, створює відчуття неформалізованої й живої комунікації. Провідне завдання журналіста – відобразити через мову неповторну емоцію, нетривіально описати типову й постійно повторювану в дещо різних варіаціях подію, створити й передати унікальний погляд на певну ситуацію. Тільки за умови оперування автором живою, багатою, виразною, але в жодному разі не зарозумілою чи клішованою мовою, можна чекати на вдале сприйняття публікацій аудиторією.

Іншим стрижневим фактором рецепції є авторська позиція, яка, на думку М. Воронової, реалізується на стилістичному й композиційному рівнях [1]. Щодо цього аспекту журналіст має бути особливо відкритим і послідовним. Адже респектабельний індивідуальний стиль не можна сформулювати без самобутнього й незаангажованого світогляду. Коли журналіст в своїх публікаціях перманентно дотримується конкретної лінії, відстоює одні й ті ж переконання, то значно спрощує сприйняття матеріалу. Читачі заздалегідь знають, що автор запропонує погляд на подію з позицій його індивідуального досвіду, збереже характерну для себе систему аргументації. Навіть у випадку, коли точка зору реципієнта не збігається з авторською, засвоєння матеріалу буде відбуватися швидше й ефективніше через наявність у читачів антиципацій щодо змістового компоненту повідомлення.

У спортивній журналістиці значення авторської позиції зростає ще й тому, що автор не має права зберігати нейтралітет. Звісно, це не означає, що він мусить відкрито висловлювати свої симпатії до одних спортсменів й антипатії до інших. Ідеться про свідомий намір читачів знайомитися з публікацією крізь призму емоцій. Тому авторська індиферентність загрожує стати бар'єром, адже спортивна аудиторія прагне захопливої й жвавої розповіді, а не занудливої звітності. З іншого боку, журналістові не варто проявляти екзальтованості подією й зводити матеріал до розкриття власного суб'єктивного бачення. Найліпший варіант – поставити в центр публікації найвиразніший момент спортивного івенту й навколо нього вибудовувати струнку систему фактів і аргументів, що розкривають передумови, значення й наслідки події. Це каталізує процес рецепції, дає аудиторії змогу по-новому оцінити ситуацію або ще раз відчути напружений дух змагань.

При прогнозуванні рецепції твору варто зважати, що спортивна аудиторія ніколи не терпітиме менторства в манері викладу. Тому найкращою для журналіста є модель поведінки "освіченого вболівальника", коли він навмисно ставить себе в один ряд із читачами, але володіє більшим фондом знань, вільно оперує невідомими для пересічного реципієнта фактами. Така поведінка поліпшує процес рецепції, бо аудиторія дуже приязно сприймає авторів, котрі декларують рівноправність комунікації. Тут необхідно пам'ятати й про те, що істинного вболівальника практично неможливо переконати, скажімо, в логічності й закономірності поразки улюбленої команди. Але розрадити його й пояснити причини невдачі – цілком до снаги журналістові.

Іншими важливими аспектами індивідуального стилю, що впливають на рецепцію масової аудиторії, є жанрова належність і композиційна будова твору. З часом публіка звикає, що автор найліпше реалізує свій потенціал у конкретних жанрових формах і з нетерпінням чекає від нього саме такого формату подачі інформації. Великим досягненням для спортивного журналіста є визнання аудиторією його як майстра певного жанру. За цих умов читачі автоматично позитивно налаштовуються на публікацію, уважно вчитуються в неї, намагаються порівнювати з попередніми творчими набутками автора.

Стосовно композиції зауважимо, що тут автору також доречніше виробити стійку концепцію, оскільки аудиторії легше сприймати твір, коли вона знає, як журналіст зазвичай komponує змістові складники публікації й якої логіки викладу при цьому дотримується. Передумовою цілісної рецепції є чітке структурування журналістського твору, необхідне для правильного й послідовного усвідомлення розвитку подій реципієнтами. Не потрібно перенасичувати композицію другорядними елементами, позаяк аудиторія спортивних ЗМІ хоче бачити подію безпосередньо в динаміці й концентрує увагу лише на найяскравіших фрагментах публікації.

Отже, усі фундаментальні компоненти ідеостилу журналіста не тільки стають осіб-

ним предметом рецепції аудиторії, а ще й впливають на загальне сприйняття матеріалу. Володіння філігранним індивідуальним стилем є запорукою ефективної комунікації з читачами. Насамперед аудиторія сприймає ідеостиль через притаманні для конкретного автора лінгвістичні особливості. Але значною мірою рецепція залежить і від рівня вияву авторської позиції, майстерності журналіста в компонованні матеріалу. Важливе місце посідає здатність автора зарекомендувати себе професіоналом в межах певного жанру, оскільки читач в такому випадку завчасно налаштовується прочитати оригінальну й цікаву публікацію, з характерними для автора творчими прийомами й засобами відображення дійсності.

Глибоку рецепцію може гарантувати тільки поєднання нешаблонного авторського стилю з довготривалою багатовекторною стратегією взаємодії з аудиторією. Тому магiстральне завдання для кожного журналіста – виробити свій унікальний стиль, який забезпечуватиме атракцію аудиторії, а отже й покращуватиме сприйняття й розуміння публікацій.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Воронова. М.Ю. Авторська позиція і авторське «я» в політичних портретах-книгах [Електронний ресурс] / М. Ю Воронова // Режим доступу: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1190>
2. Кожанова В. Ю. Проблема рецепции медиатекста как фактор взаимодействия автора и читателя / В.Ю. Кожанова // Вестник Адыгейского государственного университета. – Майкоп, 2010. – №5. – С. 48 – 52.
3. Котюрова М.П. Идиостиль // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. М.: Флинта: Наука, 2003. С.95–99.
4. Кручевская. Г. В. Автор в дискурсе печатных сми: к проблеме изучения / Г.В. Кручевская // Журналистский ежегодник Томского государственного университета. – Томск, 2012. – №1. – С. 21 – 24.
5. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін. – К. : Академія, 1997. – 752 с.
6. Привалова С.Ф. Поліваріативність реалізації підтексту в публіцистиці як характеристика індивідуального стилю журналіста (на прикладі матеріалів газети «Дзеркало тижня») / С.Ф. Привалова // Вісник Харківського національного університету. – Серія «Соціальні комунікації». – Харків, 2012. – №4. – С. 196 – 200

**І. Л. Михайлин**

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна  
(м. Харків)

#### ПУБЛІЦИСТИКА ТА ЛІТЕРАТУРНА КРИТИКА І. НЕЧУЯ-ЛЕВИЦЬКОГО В ЖУРНАЛІ “ДНІПРОВІ ХВИЛІ”

Журнал “Дніпрові хвилі” (1910–1913) був заснований у Катеринославі відомим українським журналістом і громадським діячем Дмитром Дорошенком, який саме в 1909 році закінчив історико-філологічний факультет Київського університету імені Святого Володимира і дістав працю в цьому місті. У порівнянні з іншими часописами початку ХХ століття, про які годі знайти ширші відомості в науковій літературі, “Дніпровим хвилям” пощастило. Крім стислої репрезентації в довідкових виданнях та підручниках, цьому часописові присвячено й чимало статей [1, 2, 3, 4]. Однак співробітництво в цьому часописі І. Нечуя-Левицького згадується мимохідь, а спеціальному розглядові не піддавалося, що й визначає актуальність теми нашої студії.

На час видання часопису І. Нечуй-Левицький однозначно сприймався в суспільній свідомості як класик української літератури. У цей час його творчі інтереси зосередилися навколо захисту чистоти української мови, яка, як йому здавалося, розвивається неправильно через впливи на неї західноукраїнської традиції. Від статті “Сьогоднішня часописна мова на Україні” (Україна. – 1907. – №№ 1–4) І. Нечуй-Левицький вів безперервну війну на мовному ґрунті з українською пресою й розсварився з усіма київськими часописами. Аж тут у Катеринославі розпочав виходити новий журнал. Як було не скористатися новою можливістю для публікації своїх творів.