

Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского
Серия "Филология. Социальные коммуникации". Том 24 (63). 2011 г. №4. Часть 1. С.362-366.

УДК 007: 304: 070

СПОСОБИ ПРЕДСТАВЛЕННЯ АВТОРІВ ЖУРНАЛЬНОГО КОНТЕНТУ

Масімова Л.Г.

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна

У статті досліджено способи презентації автора. Проаналізовано чинники, що впливають на форму представлення автора. Запропонована типологія авторів журнального контенту.

Ключові слова: *емпіричний автор, способи представлення автора, типологія авторів, журнальний контент.*

Постановка проблеми. В основі кожної моделі комунікації лежить схема: адресант (автор) – текст (повідомлення) – адресат (читач). Цю схему запропонував ще Аристотель у «Риториці», коли стверджував, що промова складається з трьох елементів: із самого оратора, з предмета розмови та особи, до якої він звертається. Без довіри до особи, що говорить, комунікація не відбудеться [1]. В. Різун зародження масової комунікації пов'язує з виникненням такого явища, як свідоме авторство: «Для розуміння витоків і суті професійної масової комунікації необхідно збагнути, що таке свідоме авторство і хто такий автор» [10, с. 17].

У сучасних дослідженнях проблеми автора домінує лінгвістичний підхід. Так А. Капелюшний, К. Серажим аналізують засоби створення образу автора у журналістських творах [4; 12]. М. Комова у статті «Типологія авторів повідомлень у засобах комунікації» аналізує типи персоніфікації в текстах. Вона розглядає автора як категорію тексту. Емпіричний автор і засоби його представлення, однак, залишаються поза увагою дослідниці [5].

Емпіричний автор і форми його представлення досліджуються в межах видавничої справи. Автор розуміється як фізична особа, творчою працею якої створено твір (документ). Зокрема, М. Тимошик аналізує форми представлення автора книжкових видань [15]. Способи представлення авторів журнального контенту залишаються поза увагою українських науковців.

З. Партико зазначає, що «дослідження груп авторів – порівняно з вивченням реципієнтів – проводили значно менше, а тому здійснити їх опис і класифікацію достатньо важко» [8, с. 52]. Дослідник виділяє групи авторів за типом повідомлення: письменники-митці, письменники-науковці і публіцисти. З. Партико пропонує розрізняти групи авторів за ступенем самостійності підготовки повідомлення: некваліфіковані автори, автори – громадські діячі, та самостійні автори. Очевидно, що остання класифікація не має чіткого критерію поділу, адже до некваліфікованих авторів можна зарахувати і авторів – громадських діячів, які, як стверджує сам дослідник, користуються послугами професійних авторів.

Синонімічними видаються типології авторів за досвідом підготовки повідомлень (автори-початківці, автори-ветерани) і за майстерністю подання

інформації (автори-ремісники, автори-професіонали, автори-майстри). Зрештою, ці класифікації дублюють зміст один одного.

В основі наступної класифікації лежить пропозиція поділяти авторів за обсягом тезаурусів. Але механізм поділу не пропонується, оскільки «дослідженням обсягів авторських тезаурусів поки що не займалися» [8, с. 54]. Також З. Партико пропонує розрізняти групи авторів за переслідуваною метою: «ідеалісти» та «прагматики». Очевидно, що у емпіричного автора може бути бажання одночасно дати реципієнтам задоволення та врахувати власні комерційні потреби. Тому ця класифікація здається дещо штучною, адже і журналістика, і видавнича справа за своєю суттю є бізнесом.

Класифікації груп авторів, запропоновані З. Партико, актуальними є суто для редактора, адже вони, можливо, дозволять передбачити обсяг роботи редактора і тактику спілкування з автором. Заслуга дослідника полягає в тому, що він привернув увагу до вивчення проблеми емпіричного автора у вітчизняній науці та здійснив спробу класифікувати групи авторів.

Споживач пресових повідомлень здійснює свій вибір, спираючись не тільки на назву тексту. На вибір впливає також довіра до автора, особливо, якщо він є відомим експертом у своїй галузі, науковець, тощо. Тому особа емпіричного автора та спосіб її представлення мають важливу роль у процесі комунікації, і потребують вивчення.

Мета: створити типологію авторів журнального контенту. Дана мета передбачає наступні завдання:

- дослідити способи представлення автора в журнальному контенті;
- визначити функції представлення автора;
- з'ясувати критерії для типології авторів.

Сучасна філософська думка вирізняє такі форми творчості за суб'єктом: а) індивідуальна, б) колективна і в) єдність індивідуальної і колективної [16, с. 490]. Саме кількісний показник може бути одним із критеріїв типології авторів.

У сучасній журналістиці посилились тенденції інтерактивності як наслідок залучення до журналістської творчості непрофесіоналів. Тому другим важливим критерієм для типології автора є визначення, чи належить він до професійних комунікаторів.

В. Різун вказує, що елементами тексту слід вважати не лише рубрики, корпус текст, абзац, виноску, рядок, але і автора тексту [11, с. 15]. Тобто інформація, яка повідомляє про емпіричного автора, належить до елемента тексту і є важливим контекстом для сприйняття повідомлення. Спосіб представлення автора надає інформацію про емпіричного автора і одночасно є елементом тексту.

У законі України «Про авторське право і суміжні права» зафіксовано: «Співавторами інтерв'ю є особа, яка дала інтерв'ю, та особа, яка його взяла» [15, с. 489].

Журнал «Корреспондент» як автора вказує особу, яка брала інтерв'ю. Про інтерв'ююваного читач дізнається з ліду: «ГЛАВНИЙ ПО ЯНУКОВИЧУ. Глава Адміністрації Президента Сергей Левочкин – о деле своего кума Леонида Кучмы, результатах работы премьера Николая Азарова, о бизнесе друга, Дмитрия Фирташа. Ирина Соломко» [13]. Така форма представлення не дозволяє сприймати особу, яка дала інтерв'ю, співавтором матеріалу.

У журналі «Український тижень» спосіб подачі співавторів інтерв'ю дещо збігається: «ВБИВСТВО НАРОДУ. Норман Наймарк, професор Стенфордського

Університету, про різні інтерпретації поняття геноциду й сучасну судову практику. Спілкувався Василь Старко» [14].

Підпис «спілкувався» демонструє нерозуміння самої природи жанру інтерв'ю. Позиція особи, яка спілкувалась, більш пасивна, ніж співавтора, який керує розмовою, провокує до роздумів, формує текст, тощо. Отже, неувага до жанрової визначеності призводить до появи таких текстів, як «Труднощі перекладу», де автор позначається так: «Записала Любов Багацька» [2].

Здається, що новий спосіб подачі матеріалу винайшли для авторів-початківців, які не володіють таким методом збору інформації, як інтерв'ю. В результаті, матеріал подається як монолог однієї особи, де кожний абзац починається з речення, виділеного жирним шрифтом. При цьому абзаци жодним чином не пов'язані між собою. Наслідком відсутності композиційних зв'язків є аморфний текст у цілому. Крім цього, позначення автора словами «спілкувався» або «записав» формує неправильне уявлення читача про жанри та роль автора в них, що є небажаним ефектом, з точки зору медіа-грамотності.

Автор інтерв'ю у рубриці «7 питань» журналу «Корреспондент» не вказується. У ліді підкреслюється, що відома особистість відповідає на питання читачів сайту Корреспондент.net. Після кожного питання друкується ім'я автора та місто [6]. Очевидно, що співавтором інтерв'ю є редактор рубрики, адже саме він здійснює відбір питань з сайту, їх компоує, пропонує інтерв'юйованому, редагує текст. Отже, про автора матеріалу можна сказати, що він є єдністю індивідуального і колективного, у якій індивідуальний автор представлений професіоналом, а колективний – непрофесіоналом.

По-іншому відбувається представлення автора у рубриці Корреспондент.net, де пропонуються найкращі матеріали блогів тижня. Про авторів блогів вичерпно написав Б. Потятиник: «Автори блогів на сторінках відомих ЗМІ мають персональний доступ до цього розділу сайту і публікують там свої матеріали у власній редакції, без втручання ззовні. Тобто внутрішньо редакційної цензури чи редагування зазвичай немає» [9, с. 23].

У рубриці «Мнение» журналу «Корреспондент» автор вказується двічі: на початку окрім імені подається фото, а в кінці – посада та місце роботи автора, також зазначається електронна адреса, за якою чекають відгуки і коментарі.

До повноти інформації про автора прагнуть у рубриці «Погляд» редактори журналу «Український тиждень». Так, стаття «Слабкий союз», яка містить роздуми про долю Великої Британії, супроводжується світлиною автора та підписом: Майкл Бініон, Велика Британія [3]. Зазвичай авторами блогів та рубрики «Погляд» є авторитетна особистість з-поза меж редакції, яка бере відповідальність за достовірність інформації. Очевидно, саме цим викликана необхідність публікувати фото автора, вказувати окрім його імені, посаду, сферу діяльності, тощо. Отже, в подібних рубриках використовується індивідуальна творчість як професіоналів, так і непрофесійних авторів.

У рубриці «Впритул» ціниться матеріал, коли автор особисто збирав інформацію, перебував на місці подій. Статтю «Любов з розрахунку», де розповідається про непрості бізнесові стосунки Франції та Росії, автор підписується: Алла Лазарева, Франція [7].

У рубриці «Письма в редакцию» публікують свої коментарі читачі журналу «Корреспондент». Окрім імен, вказують і місто, з якого надійшов лист.

Цікавим є досвід використання в журналі «Корреспондент» такого жанру, як політичний анекдот, у якому колективний автор надає оцінку сучасним політичним процесам. Цитата як жанр вимагає особливого представлення автора. У разі подачі цитати в сатиричному контексті (як то невдалі висловлювання публічних діячів) інформація про автора переважає за обсягом самої цитату: повідомляється про особу, якій належить цитата, зазначається посада, а також описується контекст висловлення або пояснюється його сенс: «"С днем вруна!" Василій Перепелица, егерь, вместе с экснардепом Виктором Лозинским проходящий обвиняемым по делу об убийстве, 1 апреля поздравил в зале суда с Днем смеха, а после взял вину за убийство на себя» [6, с. 14].

Б. Потятиник привернув увагу до «людино-машиного» аспекту інтернет-журналістики, коли «відбувається автоматичний збір та узагальнення інформації спеціальними програмами» [9, с. 70]. Результати онлайн-опитувань, рейтинги найпопулярніших матеріалів, статистична і соціологічна інформація сайту журналу друкується безпосередньо в пресовому виданні. В такий спосіб видання рекламує електронний ресурс та його інтерактивні можливості, та одночасно надає інформацію та орієнтує читача. Відповідно, автором таких матеріалів є поєднання індивідуального (кожний, хто проголосував або висловив свою точку зору) та інтернет-технологій.

Висновки. Таким чином, пропонується наступна типологія авторів журнального контенту: а) індивідуальний; б) колективний; в) єдність індивідуального і колективного; г) єдність індивідуального і технологій Інтернету. У сучасній журнальній періодиці зростає кількість непрофесійних авторів, урізноманітнюються форми їх участі у створенні журнального контенту. Це є свідченням пошуку нових форм інтерактивності саме в пресових ЗМІ. Простежується тенденція залучення до написання матеріалу експертів, журналістів інших видань і читачів, а у складі редколегій переважають редактори. У такий спосіб видання урізноманітнює медійну картину світу, наближає до об'єктивної.

Інформація про емпіричного автора є важливим елементом тексту. Чим повніше ця інформація, тим ефективніше сприйняття повідомлення. Певним чином функції представлення автора збігаються з функціями заголовка: а) називає емпіричного автора (називна функція); б) інформація про автора дозволяє зробити вибір, що читати (інформативна функція); в) допомагає зробити висновок, чи довіряти інформації (емотивна функція); г) виконує роль контексту, чим полегшує сприйняття повідомлення (когнітивна функція); д) привертає увагу до тексту (рекламна функція).

Спосіб представлення автора залежить від багатьох чинників. По-перше, від рубрики та жанру твору. Якщо це авторська колонка, блог або рубрики на кшталт «Погляд», то виникає необхідність підкреслити суб'єктивність матеріалу і водночас викликати до нього довіру. Тоді інформація про автора досить детальна, а саме: пропонується фото, зазначається посада, місце роботи тощо. По-друге, зміст інформації про автора залежить і від теми матеріалу: у разі, якщо текст розкриває проблеми певного регіону, завжди вказуються географічні назви – отже, читач розуміє, що автор особисто володіє первинною інформацією, був присутній на місці подій тощо. Спосіб представлення автора залежить також і від комунікативної мети: якщо інформаційна політика видання має на меті залучити читача до діалогу, то зазвичай вказується електронна адреса автора, на яку можна надіслати свій відгук.

Потребують подальшого вивчення способи презентації автора. Сьогодні вони залишаються неуніфікованими. Необхідно провести дослідження аудиторії з цього

питання, з метою зрозуміти, який спосіб подачі інформації про автора є найбільш зручним для читача.

Список літератури

1. Аристотель. Риторика // Античные риторики / Под. ред. А.А. Тахо-Годи. М., 1978. – С. 15-166.
2. Багацька Л. Труднощі перекладу // Український тиждень. – 2011. – № 25-26. – С. 54-55.
3. Бінюк М. Слабкий союз // Український тиждень. – 2011. – № 19. – С. 42.
4. Капелюшний А.О. Редагування в засобах масової інформації: [навч. посібник] / А.О. Капелюшний. – Львів: ПАІС, 2009. – 432 с.
5. Комова М. Типологія авторів повідомлень у засобах масової комунікації / М.В. Комова // Світові стандарти сучасної журналістики: збірник наукових праць. – Черкаси: Видав. Чабатенко Ю., 2010. – С. 359-362.
6. Корреспондент. – 2011. – № 13.
7. Лазарева А. Любов з розрахунку // Український тиждень. – 2011. – № 25-26. – С. 38-39.
8. Партико З.В. Загальне редагування: нормативні основи: навч. посіб. / З.В. Партико. – Львів: Афіша, 2001. – 416 с.
9. Потятиник Б.В. Інтернет-журналістика: [навч. посіб.] / Б.В. Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.
10. Різун В. В. Теорія масової комунікації: [підр. для студ. галузі 0303 «журналістика та інформація»] / В.В. Різун. – К.: Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
11. Різун В.В. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. Різун, А. Мамалига, М. Феллер. – К.: РВЦ „Київський ун-т”, 1998. – 335 с.
12. Серажим К.С. Текстознавство: підручник / К.С. Серажим. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 527с.
13. Соломко І. Главный по Януковичу // Корреспондент. – 2011. – № 13. – С. 17-22.
14. Старко В. Вбивство народу // Український тиждень. – 2011. – № 19. – С. 44-46.
15. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця / М.С. Тимошик. – К.: Наша культура і наука, 2006. – С. 560.
16. Філософія: [навч. посіб.] / [Л.В. Губерський, І.Ф. Надольний, В.П. Андрущенко та ін.; за ред. І.Ф. Надольного]. – К.: Вікар, 2001. – 516 с.

Масимова Л.Г. Способы представления авторов журнального контента // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.362-366.

В статті досліджуються способи представлення автора. Проаналізовані фактори, які впливають на форму представлення автора. Предложена типологія авторів журнального контенту.

Ключевые слова: *емпіричний автор, способи представлення автора, типологія авторів, журнальний контент.*

Masimova L.G. Ways of author representation of journal content // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta im. V.I. Vernadskogo. Series «Filology. Social communicatios». – 2011. – V.24 (63). – №4. Part 1. – P.362-366.

The article explores ways of author representation. It studies factors influencing a form of an author representation. A typology of authors of journal content is offered as well.

Key words: *empirical author, ways of author representation, typology of authors, journal content.*

Поступила до редакції 19.08.2011 р.