

УДК 007 : 304 : 070

Байрамов Р.С.¹

¹ студ. гр. СН-319м, НУ «Запорізька політехніка»

СПЕЦИФІКА РЕДАКТОРСЬКОЇ КОЛОНКИ У ЖУРНАЛІ «VIP CLUB»

Таке жанроутворення як «колонка редактора» посідає помітне місце у сучасній журналістиці, причому йдеться не лише про якісні громадсько-політичні тижневики, але й про рекламно-інформаційну та розважальну періодику. Науковці дискутують щодо жанрової приналежності колонки (дослідження В. Галич [1], С. Успенської [6], С. Шебеліста [7] та ін.), розглядають деякі аспекти жанрової специфіки рекламно-інформаційних видань (В. Погребна [5], О. Пашник [4]). Деякі з них ототожнюють колонку з аналітичними жанрами, дехто з публіцистичними, а більшість взагалі не виокремлюють її як повноцінний самостійний жанр. Тому це новоутворення необхідно вивчати, що й зумовлює актуальність обраної теми. Метою дослідження є аналіз жанрової специфіки редакторської колонки у журналі «VIP club».

Журнал «VIP club» – глянцеве кольорове рекламно-інформаційне видання, перший журнал Запоріжжя (виходить з 2004 року). Це видання відповідає високим стандартам якості (як змісту, так і оформлення). Виходить раз в два місяці, обсяг журналу –86–100 сторінок. Випускається тиражем 5000 примірників.

Кожен номер журналу «VIP club» розпочинається зі слова головного редактора, Ганни Нечипуренко. Це авторська колонка вільного формату і

стилю, матеріали на різноманітні теми, пов'язані з погодою, настроєм, спогадами, природою, одягом, подорожами, чим завгодно, що робить кожен номер цього видання неповторним та яскравим. Нерідко редактор видання «VIP club» у редакторській колонці використовує художньо-публіцистичний жанр есею, який здається легким лише на перший погляд. Талановита журналістка доповнює свій текст глибокими роздумами про найважливіші, на її думку, сторони нинішнього буття, іноді супроводжуючи ці роздуми яскравими емоційними картинами, що привертають до себе увагу небайдужого читача і нерідко спонукають його до подальшого самостійного розмірковування. І в цьому полягає одна з ключових властивостей есеїстики – налаштованість на діалог із публікою, на продовження чи навіть провокування дискусії про предмет розмови, а не лише акцентування уваги на майстерній стилістиці тексту.

Головний редактор передусім сам як автор заголовної статті повинен мати чітку позицію з порушеної ним проблеми – інакше немає сенсу виступати зі своєю «колонкою». Є два способи вираження авторської позиції: безпосередня декларація автором власних поглядів або підведення читача логікою викладу, аргументацією до певного висновку, який він самостійно має зробити. Ці два способи і використовує Ганна Нечипуренко, головний редактор журналу «VIP club», у публікації «Что попросит у Деда Мороза?» (VIP club, 2020, №81). Вона згадує своє дитинство і свої очікування подарунків від Діда Мороза. Список замовлень з роками змінюється, Дідом Морозом може бути певна людина, наприклад, мер міста. Головне, вважає авторка, вірити в чудо. Розповідаючи епізоди свого життя, Ганна Нечипуренко підводить читача до певного висновку.

Суб'єктивне авторське «я», котрому притаманні ліричність, споглядання світу, пронизують усю структуру цього тексту, свідчать про небайдужість та людяність автора. Головний редактор від щирого серця, користуючись наданою їй можливістю, вітає всіх мешканців з наступаючим святом. Задум автора – підбадьорити читачів, уселити в їхні душі світлу надію й оптимізм: «В канун Нового года хочу сказать тост словами из одной рокерской песни: «Вставай и падай. Падай и вставай. Вставай и падай. Но не падай духом!». Да пребудет с Вами, уважаемые наши читатели, чудо, высокая мотивация, смелость поступков и сила духа» [3,7].

Ефективність колонки редактора залежить від умінь автора дібрати влучний, лаконічний заголовок, що зверне увагу читача до матеріалу. Зробити його цікавим та інтригуючим, точно передати зміст і допомогти читачеві зорієнтуватися в порушених проблемах – справа нелегка, що потребує багато зусиль, слугує засобом персоналізації автора. Редактор видання «VIP club» використовує, як правило, прості заголовки, які

складаються з одного речення, виражають певну закінчену думку, наприклад: «Что попросить у Деда Мороза?» (VIP club, 2020, № 81). Авторка часто використовує інтригуючі, метафоричні заголовки: «Поступки совкусом мандарина» (VIP club, 2019, № 75), «С какого чая Вы сегодня проснулись» (VIP club, 2016, № 62), «На третьем свидании пейте водку!» (VIP club, 2019, № 77), «Мои летние капризы» (VIP club, 2019, № 78), «Стихи с кактусом» (VIP club, 2019, № 80), «Гардероб эмоций» (VIP club, 2019, № 76), «Гадание на телевизоре» (VIP club, 2020, №82). Такі заголовки емоційно впливають на аудиторію.

Автор активно використовує емоційно забарвлену лексику. Застосування експресивів дає змогу викликати у реципієнта адекватну реакцію, спричинити емоційний ефект, переживання, що відповідають його намірам і змушують вдаватися до вибору тих чи інших мовних одиниць. Г. Нечипуренко повною мірою володіє широким арсеналом образних засобів (метафори, метонімії, епітети та інші тропи). Наприклад, у публікації «Гардероб эмоций» (VIP club, 2019, № 76) Г. Нечипуренко використовує емоційно забарвлену лексику, щоб досягти найвищого рівня експресивності, з її допомогою автор описує свій гардероб, кожна з речей визиває у авторки певні емоції та спогади: «Ну, например, на одной из дальних полок лежат мои удобные, но уже немодные блузы, ждущие своего победного возвращения... Ютятся в комнате и костюмы, которые ходили со мной в такие приличные места, что избавиться от них теперь просто неприлично. Яркие вещи – яркие воспоминания» [2, 7]. У цій цитаті наявні метафори та каламбур.

Одним із важливих жанротворчих факторів колонки є структурно-композиційні прийоми. У журналі «VIP club» редакторська колонка має чітко визначене розміщення. Вона – візитна картка видання, з неї розпочинається кожен номер. Це окрема сторінка журналу (сьома або дев'ята), яка має постійну назву «Слово редактора», ця назва сама по собі вказує на дифузійність заявленого матеріалу. Колонка поділяється на декілька частин (фото з зображенням редакторки, текст редакторської колонки, підпис редакторки, а також вказівка на автора фото та місце зйомки).

Отже, творчість редактора, як і літератора та журналіста, позначається, перш за все, його індивідуальністю, гостротою розуму, підходами до оцінки життєвих явищ, умінням правдиво й оригінально виражати свої думки і погляди. Цей перелік основних складників творчості можна назвати домінантними рисами колонки Ганни Нечипуренко. Це проявляється і в структурі колонки, і в стилістиці, і в заголовках, і в обраних темах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Галич В. Жанрово-стильові особливості авторської колонки. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2009. № 874. С. 51–59.
2. Нечипуренко А. Гардероб емоцій. *VIP club*. 2019. № 76. С.7.
3. Нечипуренко А. Что попросит у Деда Мороза?». *VIP club*. 2020. № 81. С.7.
4. Пашник О.В. Специфіка рекламно-розважальних журналів Запоріжжя. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2010. № 1. С.146–151.
5. Погребна В.Л. Образ регіональної еліти у журналі «VIPCLUB». *Журналістика й освіта: методика, історія, теорія, практика : колективна монографія / Г.С. Скуртул, Т.В. Хітрова, С.А. Панченко та ін.; за ред. О. Ю. Поди. Дніпро : ЛІРА, 2018. С.109–137.*
6. Успенская С. Колумнистика: проблемы жанровой идентификации. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2007. №1. С. 245.
7. Шебеліст С. Авторська колонка як жанровий різновид есею. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка : Філологічні науки. Кам'янець-Подільський : Буйницький, 2008. Вип. 17. С. 36–38.*