

Ольга Михайлюта,
аспірант,
Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Мельникова, 36/1, м.
Київ, 04119, Україна, e-mail: mychailuta@ukr.net

УДК 070 : 379.828 : 7.08

РІЗНОВИД РОЗВАЖАЛЬНОГО КОМПОНЕНТУ ПРЕСИ: ТЕКСТИ КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ (на прикладі журналу «Український тиждень»)

У статті аналізується маловивчений розважальний компонент видань на прикладі наповнення українського громадсько-політичного журналу «Український тиждень». Автор розглядає теми матеріалів і рубрики тижневика, які належать до розважальної частини. Зокрема, досліджується просвітницька журналістика як різновид розважального компоненту. Стверджується думка, що преса, як частина соціальних комунікацій, завжди має в своєму змісті розважальний компонент, оскільки людина потребує, окрім серйозної й важливої інформації, й «легкого», веселого, загальнопізнавального матеріалу для повноцінного життя та розвитку, відповідно ці запити мають свої форми вираження у пресі. До розважальної частини журналу «Український тиждень» дослідник відносить матеріали різних жанрів з історії, культури, туризму. Наголошується, що тексти культурно-просвітницької журналістики, поза своїми основними функціями, покликані також розважати читача, відволікати від негативу, розраджувати.

***Ключові слова:** суспільно-політичні журнали, розважальний компонент, культурно-просвітницька журналістика.*

Вступ. Ця робота присвячена вивченню розважального компоненту суспільно-політичної преси, оскільки він постійно присутній на сторінках українських медіа, втім на сьогодні в теорії журналістики ще недостатньо теоретичних узагальнень про розважальну складову. Розважальний компонент в аналітичній пресі – малодосліджений напрям у соціальних комунікаціях. Дослідники преси в основному звертали увагу або на розважальну пресу, інфотеймент, або на дослідження аналітичної преси, та її жанрів.

Історіографію вивчення суто розважальної преси можна починати з початку незалежності України, бо в радянській журналістиці такий вид преси не виокремлювався і не був чітко вираженим. Досліді
© Михайлюта О., 2015

дження стосовно розважальної преси і його функцій в Україні почали з'являтися відносно нещодавно. Існують напрацювання зарубіжних учених. Українські науковці також останніми роками почали приділяти більше уваги цьому питанню. Проблеми розважальної функції як складової функції соціальних комунікацій присвячені науковій праці В. Різуна, Г. Почепцова, В. Здоровеги, І. Михайлина, Б. Потятиника, Ю. Мельника, типологічну систему преси та функціональні ознаки М. Недопитанський, А. Москаленко, типи і види періодичних видань розглядала В. Шевченко. Найвні в соціальних комунікаціях дослідження торкаються історії журналістики, варто згадати праці О. Хобти щодо періодики Одеси, Л. Снідарчук про видання Західної України початку ХХ ст., Н. Сидоренко та А. Волобуєвої про київську періодику. У своїх роботах вони торкаються окремих аспектів розважального компоненту: карикатур, мистецької преси, сатири. Медіарозваги в електронних виданнях вивчала дослідниця О. Косюк, до розважального сегменту української періодики зверталися Л. Хонтюк, О. Пашник та ін.

У цій роботі досліджується культурно-просвітницька журналістика як розважальний компонент на прикладі сучасних українських громадських-політичних журналів. Ця частина журналістики є провідником культури і мистецтва, яке по своїй суті є розважальним. Дослідник світової естетичної думки і діяльності Л. Сморг у праці «Естетика» приділив розділ з'ясуванню розважально-гедоністичної функції мистецтва. Автор пише: «Розважально-гедоністична функція властива мистецтву загалом, зокрема, і тому, яке прийнято відносити до класики. Художній твір, який не захоплює, не розважає, не дає на-солонд не може ні розігнати нудьгу, ні навчити. Такі веселі відома твори як «Гамлет» Шекспіра, «Дон Кіхот» Сервантеса, «Війна і мир» Л.Толстого, «Тихий Дон» Шолохова та інші не тільки вчать, виховують, а й розважають, надають глибоке духовне задоволення і насолоду» [8, с. 270].

Згідно з класифікацією Держстандарту України № 58 від 23 лютого 1995 р., громадсько-політичний журнал – це періодичне журнальне видання і статтями та матеріалами актуальної громадсько-політичної тематики. У примітці №1 зазначено, що такий тип журналу може містити сатиричні й гумористичні твори, матеріали галузевого та науково-популярного характеру [1].

Розглянемо значення слова «розважальний» (призначений для розважання – дія за значенням «розважати»). Тлумачний словник української мови пояснює дієслово «розважати» з кількох позицій: 1) відволікати від гнітючого, заспокоювати, втішати; 2) веселити, за-

бавляти; 3) всебічно обмірковувати; 4) роздумувати, зважати на щось [2, с.1042]. Ми використовуваватимемо друге і частково перше значення слова для пояснення суті розважальності у пресі. Як указує І. Михайлин, функція розваги не є головною, проте значення її не менш важливе, ніж функцій інформування, культурної, організаційної чи інших [3]. Науковець розглядає мас-медійні функції у контексті журналістики, але ми можемо застосувати певні функції до системи соціальних комунікацій загалом, бо соціальні інститути (школа, церква, твори мас-медіа, в розрізі яких розглядається контент журналів) мають частково спільні функції – інформування, навчання, вплив, повчання, організація дозвілля.

Матеріали досліджуваного нами розважального компоненту добиралися за такими аспектами: мова, смисл зображення, тематика, рубрики, інтерпретація соціальних функцій публікації.

Об'єкт дослідження – культурно-просвітницька журналістика як розважальний компонент українських громадсько-політичних журналів. **Предмет** – розважальний складник часопису «Український тиждень» (40 номерів за 2014 рік). Мета дослідження – виявити розважальний складник обраного видання, охарактеризувати та проаналізувати матеріали, що належать до розважального компоненту, дати визначення поняттю «розважальний компонент».

Методи дослідження. У дослідженні використовуються метод аналізу, частково контент-аналіз. Аналіз використано на стадії поверхового ознайомлення з матеріалами культурно-просвітницької журналістики. При цьому здійснювалось виділення окремих частин об'єкту, виявлення його властивостей – а саме тем. Застосовано метод класифікацій. Розподілено тексти культурно-просвітницької тематики на взаємопов'язані класи згідно з найважливішими ознаками. Контент-аналіз також використано у роботі. Предметом контент-аналізу є внутрішні закономірності об'єкта дослідження – культурно-просвітницької журналістики. Він дає змогу репрезентувати наповнення часопису завдяки підрахунку кількості матеріалів тієї чи іншої теми.

Результати й обговорення. Щотижневий журнал «Український тиждень» виходить друком із 2007 р. Структура видання різноманітна, тут існують рубрики: «На часі» (інформація, фейлетон, карикатура, відгуки, оперативні коментарі, довідки), «Політика», «Суспільство», «Економіка», «Світ», «Тема номеру» (традиційний для видань такого формату розширений блок теми номеру – комплексний розгляд проблеми чи явища особливого значення та особливого суспільного інтересу), «Навігатор» (усе, що має знати сучасна людина, аби вважатися «в контексті» – мистецтво, дозвілля).

Теми розважального компоненту, висвітлені в рубриках журналу за досліджуваний період, належать до культурно-просвітницької журналістики. Як наголошують російські дослідниці Г. Лазутіна і С. Рапопова, культурно-просвітницька журналістика – такий вид журналістики, який взяв на себе обов'язок «перекладу» найважливіших компонентів культурного життя на мову масової аудиторії та виявлення їх смислу [4, с. 200]. Згідно з висновками дослідниць, цей вид журналістики може виявлятися в таких жанрах: анонси культурних подій, анотації книг, рецензії, огляди, мистецтвознавчі статті, творчі портрети, науково-популярні статті, науково-популярні огляди, пропагандистські статті, культурно-історичні нариси (сюди належать подорожні нотатки – тревел-журналістика). Слід зазначити, що, окрім інших завдань, тревел-журналістика, як засіб поєднання діяльності мас-медіа і туризму, покликана сприяти обміну міжнародною інформацією, викликати зацікавленість культурою, державним та економічним устроєм зарубіжних країн. Матеріали туристичної інформації в контексті розважального контенту можуть бути максимально незаангажованими, відображають авторське ставлення до побаченого. Публікації про подорожі вносять розважальний відтінок у контент видання, стимулюють читачів до здійснення пізнавальних подорожей, сприяють формуванню власного бачення світу. Читач отримує інформацію, яку не знайде в довідниках чи Інтернеті. Такі повідомлення можемо віднести до частини міжнародного потоку інформації в виданні. Міжнародний потік інформації – це рух повідомлень через національні кордони між двома або більше національними і культурними системами [5].

Крім матеріалів туристичного характеру, в «Українському тижні» до матеріалів культурно-просвітницької тематики належать аналітичні публікації – тексти про літературу, про музику, матеріали з історії культури, про образотворче мистецтво, публіцистичні – колумністика.

Професор Л. Мельник одна з небагатьох вчених, які вивчають музичну журналістику та критику, зазначає, що музична журналістика, тобто активність професійних музичних критиків, представляє абсолютно різні етапи музичної критики. Якщо книги і музичні журнали призначені насамперед для професійних, серйозних читачів, то критика в газетах адресована до широкого кола, до публічності для громадськості [6]. За аналогією такий критерій підходу стосується й інших складових культурно-просвітницької журналістики – професійна мистецька критика (чи науково-популярні статті) та робота журналіста в цій галузі різняться. Оскільки робота з документами, законодавчими актами, запити в офіційні інстанції та розмови з чиновниками – всі ті речі, без яких важко уявити будні журналіста, в тому числі й того, хто

пише про музику. Тому доречно підкреслити, що професія журналіста є синтетичною, та в ідеалі передбачає як компетентність в якійсь спеціальності (наприклад, у музичному мистецтві), так і володіння журналістським ремеслом. Підготовка статей, інтерв'ю про кіно, літературу, театр, образотворче мистецтво також потребує не лише вузької спеціалізації з предмету матеріалу, а й журналістських навичок, щоб зробити інформацію максимально доступною для аудиторії. Погоджуємося з твердженням Л. Мар'їної, що саме журналістика включає індивіда у різноманітні види діяльності за допомогою засобів масової інформації. Як частина культури, журналістика «сприяє засвоєнню суб'єктом об'єктивної реальності, пізнанню і ціннісному засвоєнню світу, його перетворенню. В соціокультурному середовищі журналістика організовує духовне спілкування, формує політичну, естетичну, моральну, економічну культуру, різними способами організовуючи художньо-творчу діяльність» [7, с. 80.]

Схарактеризувати матеріали, що належать до розважального компоненту, можна при класифікації публікацій «Українського тижня» за темами.

Література найчастіше висвітлюється в рубриках «Навігатор. Література» та «Навігатор. Культура». Це зокрема такі публікації: «Тренди кінематографа та літератури» (№ 1/2), «Бути сараєвським письменником» (№ 3), «Андрій Курков: хочу, щоб українська культура інтегрувала у себе все, що належить Україні» (інтерв'ю в № 6), М. Бриних «Змішувати високе й низьке» (інтерв'ю з письменником у № 8), «Книжки про минуле» (№ 16), «Україна у пошуках Мордору» (інтерв'ю з польським журналістом З. Щереком у № 28), «Осне Сайерстад: Афганістан унікальний тим, що його ніхто не зміг підкорити» (інтерв'ю у № 17/18), «Джуліан Барнз» (інтерв'ю з письменником у № 9), «Василь Голобородько : «Люди на Донбасі так і не вийшли з радянського середовища» (інтерв'ю з поетом у № 31). Рубрика «Навігатор. Літературні мандрівки» подає матеріали «Асиметрична асиметрія» (проєкт про дослідження українсько-польських відносин, № 5), «Від Сяну до Свіни» (№ 16).

Культурно-просвітницькі публікації, присвячені кіно, вміщені у рубриці «Навігатор. Кіно»: «Ведмежий закут» (про берлінський кінофестиваль, № 8), «Вовк промахнувся» (про премію «Оскар», № 10), «Здрастуй, «Плем'я» молоде. Незнайоме» (про канський фестиваль, № 22), «Тіні забутих» (рецензія на фільм В. Трофименко «Брати. Остання сповідь», № 29), «Тягар «Племені» (про фільми М. Слабошпицького, № 32), «Казки Андерсона» (про Венеційський кінофестиваль, № 37), «Навігатор» – «Філіп Ремунда» (інтерв'ю з режисером, № 39).

Матеріали про подорожі публікуються у рубриці «Навігатор. Подорожі», зокрема, це «Королі Карпат» (№ 9), «Болгарія поза стереотипами» (№ 17/18), «Подорожі зі смертю» (про специфічні поїздки, № 36). Пізнавальні матеріали можна знайти також у рубриці «Навігатор. Культурні мандрівки» – скажімо, нарис «Легендарна локація» (про мальовниче село Бучак на Канівщині, № 34).

Тема музики присутня у відповідних рубриках «Навігатор. Музика»: «Музичні анархістки» (інтерв'ю з музичним гуртом «Dakh Daughters», № 11), «Ігор Закус: під впливом етніки може народись український джаз» (інтерв'ю, № 25); а також «Навігатор. Хорове мистецтво»: «Павло Муравський «Наука дає багато, а ще більше – природа» (інтерв'ю з хормейстром, № 28), «Юрій Василевич: Саксофон прожив таке життя як український народ» (інтерв'ю з керівником відомого Київського квартету саксофоністів, № 33). Інколи подібні матеріали подано в рубриці «Погляд»; наприклад, «Музика нашого часу» (№ 14).

Образотворче мистецтво представлене в рубриках: «Навігатор. Мистецтво», «Навігатор. Музейна справа», «Навігатор. Фотоурбінстика», «Навігатор. Архітектура». Це такі публікації: «Талант помножений на емоційність» (інтерв'ю з директором Київського музею російського мистецтва, № 16), «Наш Banksy» (інтерв'ю зі стрит-арт художником, № 20), «Широко розчинені двері» (інтерв'ю зі зберігачем національного художнього музею України Ю. Литвинець, № 13), «Регінс Коломбо: Я злегка іронізую, подаючи в роботах перше враження від того чи іншого міста» (інтерв'ю з фотографом, № 21), «Реалізація ідей у камені і бетоні по-швейцарськи» (про архітектурний фестиваль у Києві, № 23).

Колумністика відомих діячів культури і мистецтва (пропагандистські та полемічні матеріали, котрі призначені для оперативного знання щодо основних ідей артефакту культури, які виявляють його суспільний смисл та знання щодо шкідливих властивостей артефакту) висвітлена у рубриках: «Погляд» і «Навігатор. Погляд», зокрема, колумністика П. Гудімова «Ми не можемо впадінюватися Росії» (№ 12), «Вахтанг Кікабідзе : схилию голову перед Майданом» (інтерв'ю в № 15), «Молочний шлях культури» (№ 38), «Степ без індустріального газу» (про історію, пам'ятки Донбасу, унікальність степу; № 35).

Історія культури розглянута в однотипних рубриках: «Спадок», «Спадок. Історія літератури», «Спадок. Історія в обличчях», «Спадок. Україно-російські відносини», «Спадок. Постать». Це такі публікації: «Сон з далекої Еллади» (№ 26), «Ми боремося з московською нацією» (про Є. Маланюка, № 33), про Андрія Боголюбського (№ 31), «Укра-

їнське ХІХ ст.: асиміляція неможлива» (№ 28), «Кримські хроніки Михайла Коцюбинського» (№ 38). Із 40 журналів у 5 випусках не було матеріалів розважального характеру.

Проаналізувавши певну кількість чисел тижневика, бачимо, що матеріали з розважальним компонентом, як правило, вміщено в рубриці «Навігатор». Зокрема, найчастіше автори пишуть про літературу – в 13 числах журналу. Тема кіно висвітлена у 7 номерах журналу; подорожі, музика, образотворче мистецтво, історія культури презентовані в 5 номерах тижневика, колумністика з культурно-просвітницької тематики вийшла друком у 4 номерах. Варто зазначити, що «Український тиждень» не друкує культурно-просвітницьких матеріалів (науково-популярних статей) із точних наук.

Висновки. Розважальний компонент преси – це частина різних за жанрами і темами матеріалів журналу чи газети, котрі відволікають від поточного, часто гнітючого новинного потоку і аналітики. Він може бути як сатиричний (анекдоти, цитати, карикатури) так і несатиричний (матеріали про мистецтво, туризм, цікаві деталі історії або, одним словом, матеріали культурно-просвітницької журналістики). Розважальний контент інформаційно-аналітичних видань різниться за своєю суттю від розважального контенту в інших видах періодики. До прикладу, розважальний контент популярних розважальних журналів не містить матеріалів з ускладненими інтелектуальними узагальненнями, аналітикою в оцінці, тому що при виявленні асоціативних і причинно-наслідкових зв'язків проблеми необхідні інтелектуальні зусилля. Водночас відповідні тексти присутні в громадсько-політичних часописах, зокрема в журналі «Український тиждень».

1. Видання. Основні види. Терміни та визначення. ДСТУ 3017-95. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.chytomo.com/standards/vydannya-osnovni-vydy-terminy-ta-vyznachennya-dstu-301795>. Дата доступу: 9.12.2014.

2. Великий тлумачний словник сучасної української мови: [уклад. і го-лов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2001. – 1425 с.

3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підруч. – 3-є вид., доповн. і поліпш. / Михайлин І. Л. – К. : ЦУЛ, 2002.

4. Лазутина Г. В. Жанри журналістського творчества : учеб. пособ. для студентів вузів / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 320 с.

5. Гресько О. В. Тенденції розвитку міжнародних інформаційних потоків. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1973>. – Дата доступу : 19.01.2015.

6. Мельник Л. Про музичну критику і музичну журналістику: кілька міркувань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://conservatory.lviv.ua/uploads/media/ukr_mus_n1_2011-1.pdf. – Дата доступу : 02.12.2013.

7. Мар'їна Л. Журналістика і культура : динаміка взаємодії : навч. посіб. / Л. П. Мар'їна. – Львів : ПАІС, 2013. – 164 с.

8. Смерж Л. Естетика : навч. посібн. / Смерж Л.О. – К. : Кондор, 2009. – 334 с.

1. Edition. The main types. Terms and definitions. GOST 3017-95. – [Electronic resource]. – Reference: <http://www.chytomo.com/standards/vydannya-osnovni-vydy-terminy-ta-vyznachennya-dstu-301795>. – Accessed : 9.12. 2014.

2. Great Dictionary of modern Ukrainian language : [comp. and heads. ed. V.T. Busel]. – Kyiv ; Irpin' : WTF «Perun», 2001. – 1425 p.

3. Mykhailyn I. L. Foundations of Journalism : textbook. – 3rd ed., extended and improved / Mykhailyn I. L. – Kyiv : TSUL, 2002.

4. Lazutina G. V. Genres of journalistic creativity: textbook for students / G. V. Lazutina. S. S. Raspopova. – M. : Aspect Press, 2012. – 320 p.

5. Hresko O. V. Trends in the international flow of information. – [Electronic resource]. – Reference: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1973>. – Accessed : 19.01.2015.

6. Melnyk L. About music criticism and music journalism: a few reasons [Electronic resource]. – Reference: http://conservatory.lviv.ua/uploads/media/ukr_mus_n1_2011-1.pdf (circulation date 12/2/2013). – Accessed: 19.01.2015.

7. Maryina L. Journalism and culture: the dynamics of interaction: a tutorial / L. P. Maryina. – Lviv : PAIS, 2013. – 164 p.

8. Smorz L. Aesthetics : Manual. / Smorz L. A. – К : Condor, 2009. – 334 p.

UDC 070 : 379.828 : 7.08

Variety of entertainment media component: cultural and educational journalism (on the publications of «Ukrayinsky tyzhden»)

Olga Mykhailiuta, PhD student,

Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, 36/1, Melnykova street, Kyiv, 04119, Ukraine, e-mail: mychailuta@ukr.net

This article analyzes studied entertainment component of the publications on the example of filling the Ukrainian socio-political «Ukrayinsky tyzhden» magazine. The author examines the topics of materials and sections of the weekly, which belong to the entertaining part. In particular, we examine educational journalism as a form of entertainment component. It represents the opinion

that the press as part of social communication is always in its content and entertainment component, because man needs, in addition to the serious and important information, and light, cheerful, educational material for normal life and development, respectively, these requests have their own forms of expression in the press. The entertainment part of the «Ukrayinsky tyzhden» magazine researcher classifies materials of different genres of history, culture, tourism. It is noted that the texts of cultural journalism, beyond its basic functions, are also intended to entertain the reader, to distract from the negative.

Key words: social and political magazines, entertainment component, cultural and educational journalism.

Разновидность развлекательного компонента прессы: материалы культурно-просветительской журналистики (на примере журнала «Український тиждень»)

Ольга Михайлюта, аспирант

В статье анализируется развлекательная составляющая публикаций на примере наполнения украинского общественно-политического журнала «Український тиждень». Автор рассматривает такие темы, материалов и разделов в неделю, которые принадлежат к развлекательной части. В частности, мы рассмотрим тексты образовательной журналистики как формы развлекательной составляющей. Утверждается мнение, что пресса, как часть социальной коммуникации, всегда в своем содержании имеет развлекательную составляющую, потому что человеку необходимо, в дополнение к серьезной и важной информации, и легкого, веселого, познавательного материала для нормальной жизни и развития; соответственно, эти запросы имеют свои собственные формы выражения в прессе. Развлекательный компонент журнала «Український тиждень» исследователь классифицирует по материалам различных жанров на темы истории, культуры, туризма. Отмечается, что тексты культурной журналистики, кроме его основных функций, также предназначены, чтобы развлечь читателя, чтобы отвлечь от негатива.

Ключевые слова: общественно-политические журналы, развлекательный компонент, культурно-просветительская журналистика.