

14. Белоусов И. «О воспитании благородных девиц в Санкт-Петербурге...» / И. Белоусов // Отечественные записки. – 2004. – № 3. – С. 196–203.
15. Фигнер В. Запечатленный труд : в 2 т. / Вера Фигнер. – М. : Мысль, 1964. – . – Т. 1. – 1964. – 439 с.
16. Водовозова Е. Н. На заре жизни : в 2 т. / Е. Н. Водовозова. – М. : Художественная литература, 1987. – . – Т.1. – 1987. – 511 с.
17. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре: Быт и традиции русского дворянства (XVIII – начала XIX века) / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-Спб, 1999. – 413 с.
18. Суслова А. П. До свадьбы (из дневника одной девушки) / А. П. Суслова // «Сердца чуткого прозрением...»: повести и рассказы русских писательниц XIX в. ; [сост., авт. вступ. ст. и примеч. Н. И. Якушин]. – М., 1991. – С. 376–405.
19. Шапир О. Идеалы будущего / О. Шапир // Труды Первого Всероссийского женского съезда при русском женском обществе в Санкт-Петербурге (10-16 декабря 1908 г., Санкт-Петербург). – СПб., 1909. – С. 895–898.
20. Тарланов В. З. Женская литература в России рубежа веков / В. З. Тарланов // Русская литература. – 1999. – № 1. – С. 134–144.

УДК 070.43/44 (477.64)

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ АФЕРЕНТНОЇ ФУНКЦІЇ ТЕКСТІВ НА ШПАЛЬТАХ ЗАПОРІЗЬКОЇ ПЕРІОДИКИ

Кондрико А.А., асистент

Запорізький національний університет

У статті простежується залежність реалізації аферентної функції журналістських текстів періодичних друкованих видань Запорізького регіону від їх форми власності.

Ключові слова: інформація, текст, функція, аферентність, засіб реалізації.

Кондрико А.А. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ АФЕРЕНТНОЙ ФУНКЦИИ ТЕКСТОВ НА СТРАНИЦАХ ЗАПОРОЖСКОЙ ПЕРИОДИКИ / Запорожский национальный университет, Украина

В статье прослеживается зависимость реализации аферентной функции журналистских текстов периодических печатных изданий Запорожского региона от их формы собственности.

Ключевые слова: информация, текст, функция, аферентность, способ реализации.

Kondruko A.A. THE REPRESENTATION OF THE APPLICATION FUNCTIONS IN ZAPOROZHNYA PERIODICALS / Zaporizhzhya national university, Ukraine

The article proves that the application functions of periodical journalistic texts of the Zaporozhzhya region depend on their pattern of ownership is traced.

Key words: information, text, function, application, way of realisation.

На сьогодні існує багато досліджень, об'єктом яких виступають функції текстів періодичної преси, зокрема праці відомих журналістикознавців М.Феллера [7] та В.Різуна [5], теоретиків Г.Мельник та А.Тепляшиної [4]. Однак малодослідженою є сфера їх використання на теренах запорізьких друкованих ЗМІ.

Метою нашого дослідження є з'ясування ступеня залежності реалізації засобів аферентної функції журналістського тексту від форми власності видань у Запорізькому регіоні.

Аферентну функцію реалізують журналістські матеріали так званого інформаційного характеру, основне завдання яких – дати читачеві інформацію, яку він використає для прийняття певних рішень у межах задоволення власних або суспільних потреб.

Структури текстів, що покликані виконувати цю функцію, часто позбавлені спеціальних засобів контактної функції, оскільки читач у будь-якому випадку прочитає матеріал за умови його корисності для нього. Але з іншого боку, видання все-таки має спрямовувати увагу читача до такої інформації за допомогою спеціальних рубрик і заголовків або, якщо обсяг дозволяє, навіть подавати такі тексти на відповідних тематичних сторінках.

На доведення зазначеної думки нами проаналізовано функціональне спрямування текстів одного номера видань різної форми власності: газети Запорізької обласної ради «Запорізька правда» [2], комерційного

всукраїнського тижневика «Суббота плюс» [6], багатотиражки ВАТ «Запоріжсталь» «Дніпровський металург» [1] та обласного академічного видання колективу Запорізького національного університету «Запорізький університет» [3].

Так, у випуску газети «Запорізька правда» від 28 лютого 2008 року були надруковані кілька матеріалів з елементами аферентності. На 5-й сторінці під рубрикою «Пряма лінія» розміщено текст відповідей представників Державної митниці України на запитання читачів газети під назвою «Митниця: дозволяє, контролює, радить». На нашу думку, з одного боку, для зацікавлених у виїзді за кордон читачів отримати конкретну пораду чиновника такого рівня дуже корисно, а з іншого – мати загальне уявлення про сучасне законодавство і порядок здійснення міждержавних перевезень повинен кожен законослухняний громадянин України.

На 11-й сторінці номера опубліковано аж 3 журналістські тексти, інформацію яких читацька аудиторія може використати для прийняття рішення:

- під рубрикою «Поради початківцям» подано кореспонденцію «І м'ясо, і шкура, і пух» про переваги утримання кролів у домашньому господарстві на селі;
- у матеріалі «Окраса квітника» під рубрикою «Із власного досвіду» постійна передплатниця видання розповідає про те, яким чином без докладання особливих зусиль зробити клумбу найкращою;
- в окремій колонці в правому боці сторінки розміщено рубрику «Радить спеціаліст», де під заголовком «Свині можуть спати до 22-х годин на добу, в інший час вони їдять» ветеринар знайомить читачів з фізичними особливостями цих тварин.

Таким чином, на одній сторінці дібрана ціла низка тематичних матеріалів, які знадобляться хазяйновитим мешканцям села або приватних будинків у містах Запорізької області. На наш погляд, складання подібних сторінок є дуже вдалим засобом втілення аферентної функції в журналістських текстах.

Більше публікацій, де є хоча б натяк на аферентність, ми в цьому номері не знайшли. На нашу думку, для видання Обласної державної ради така кількість матеріалів (4), які можна було використати для задоволення особистих або суспільних потреб, замала. Хоча можна припустити, що таке нехтування наявне лише в аналізованому нами випуску.

Комерційна газета «Суббота плюс», на нашу думку, для реалізації аферентної функції використовує чимало специфічних засобів, провідне місце серед яких посідають лаконічні та доступні за змістом для всіх реципієнтів, незалежно від віку й освіти, невеликі врізки до значних за обсягом матеріалів. Для прикладу розглянемо відповідне змістове наповнення номера видання від 6 березня 2008 року.

Уже на 2-й сторінці до матеріалу «В женский день цветы подорожают» подано тематичні поради «Чтобы цветы стояли долго», однак необхідно зазначити, що нічого нового тут немає – банальні рекомендації щоденно міняти воду та обрізати кінчики квіткових ніжок. Можливо, журналісти прагнули лише нагадати жінкам уже відомі факти.

На 4-й шпальті ми знайшли замітку «Запорожским инвалидам – бесплатные постель и чай», де, крім констатації самої новини, наводиться перелік тих категорій дітей до 16 років, які мають право на безкоштовний проїзд у потязі. На наш погляд, така інформація є дуже корисною для згаданої категорії читачів та їхніх батьків. Однак доречність поданого переліку в публікації з наведеною назвою викликає в нас сумнів.

На 7-й сторінці розташована постійна рубрика «Юридическая консультация», де на конкретне питання читача відповідає фахівець з юридичного бюро «Советник». Аферентністю відзначається і довідка на 9-й сторінці «Сколько платят за «недетский» труд?», надана міським управлінням освіти і науки. Адже для майбутніх випускників шкіл, які вже замислюються над обранням професії, було б цікаво дізнатися про те, як буде оплачуватися їх робота на ниві вихователя дошкільнят. Можливо, у результаті ознайомлення з рівнем заробітної платні дехто з абітурієнтів змінить свій вибір.

Найбільш корисною інформацією, на наш погляд, насичені дві постійні рубрики «Растем вместе» та «Большая перемена» (12, 13 с.). Так, у матеріалі «Малыш с экрана» докладно розповідається про Запорізьку студію дитячого телебачення, яка гостинно розчиняє свої входні двері для малят від 5 років. Тут навіть зазначаються адреса й телефон студії. Звісно, публікація певною мірою є рекламною, однак, з іншого боку, можливо, дехто з батьків давно шукав подібну організацію, тому надрукований текст є виправданим. На сусідній же шпальті відбувається письмовий діалог між підлітками та психологами, які ховаються за близькими до школярів псевдонімами Тоха та Ксюха. Іншими словами, увазі юних читачів пропонуються шляхи виходу зі складних життєвих ситуацій.

На 16-й сторінці в рубриці «Будь здоров!» розміщено лише одну власне журналістську замітку під заголовком «В Запорожье кишечный грипп», де йдеться про перші симптоми захворювання, умови

передачі вірусів, наводяться профілактичні поради. Інші мають відверто рекламний характер, тобто про аферентність говорити не можна.

Ще одну сторінку номера (18-ту) присвятили публікації «прямої лінії» з начальником Головного управління Пенсійного фонду України. Найвірогідніше, що відповіді посадовця читацька аудиторія використає в прийнятті рішень, тобто аферентна функція буде реалізована повною мірою.

На 22-й шпальті подано кореспонденцію «Мой "Морозко" щодо того, як треба вибирати холодильник. На перший погляд, публікація є власне журналістською, тут можна знайти багато цікавого, однак у середині тексту журналіст вказує, який би він холодильник обрав: «Так что я склоняюсь в пользу Liebherr», тобто про жодну об'єктивність не йдеться. А це уже не аферентність, а звичайна закличність так званого «рекламного типу».

Подібних матеріалів у номері багато, однак, наскільки у них знаходиться своє відображення аферентна функція, – питання суперечливе. Особливу нішу посідають тексти з прихованою рекламою. З одного боку, читач прагне знайти корисну для себе інформацію, але, з іншого, на нашу думку, цей процес має відбуватися не так нав'язливо й агресивно.

В аспекті аферентності необхідно згадати і постійну рубрику «Афіша», де розповідається про те, як можна культурно відпочити в Запоріжжі.

Газета «Днепровский металлург» переважно просто інформує читачів про новини на комбінаті «Запоріжсталь», однак деякі елементи засобів втілення аферентної функції все-таки присутні.

У номері від 8 лютого 2008 року під рубрикою «Наше здоровье» (4 с.) було опубліковано кореспонденцію «Водогрязелечебница... пришла в цех», де йдеться про те, що співробітники підприємства безкоштовно мають можливість пройти курс оздоровлення масажем у своєму цеху, а також отримати інші процедури безпосередньо на базі водобрудолікарні. Далі подається пряма мова тих працівників, які вже успішно завершили курс лікування і дуже задоволені отриманим результатом: «Прокатчики очень довольны новой формой обслуживания», «Эффект потрясающий!», «После лечения его [дискомфорта] как не бывало» тощо.

Таким чином, читацьку аудиторію скеровують на те, що за умови необхідності лікування процедури можна робити, не покидаючи територію комбінату. Відповідно, і підприємство не матиме збитків, і співробітники будуть здорові, а головне – вдячні за це керівництву заводу. На нашу думку, після такого матеріалу багато реципієнтів звернеться до фахівців зі згаданої лікарні.

Є у випуску і тематична 6-та сторінка «Полезные советы», де крім низки кулінарних рецептів, надруковані матеріали «Мобильные мошенники» та «Два нехитрых способа оставить вас без денег», у яких розповідається про різновиди шахрайства за допомогою телефона. Журналіст постійно наголошує: «...просто позвоните по телефону на представительство компании...», «...не следует давать никакой информации о номерах или части цифр карточек пополнения, серийных номерах телефонов, вообще, никакой информации...», «расскажите об известных вам фактах телефонного мошенничества своим детям», «...люди, не теряйте рассудок, чтобы не чувствовать себя нагло обманутым и без всякого сопротивления отдать свои деньги».

Іншими словами, автор закликає не піддаватися на провокації. На наш погляд, враховуючи той факт, що переважна більшість читачів має мобільні телефони, вони обов'язково зроблять для себе певні висновки і згадають поради, репрезентовані в публікації, за подібних обставин.

Ще два матеріали з елементами аферентності розміщені на 11-й шпальті. Перший має назву «Зимовий рибалка – це небезпечно!». У ньому акцентується увага на заходах безпеки під час перебування на льоду. Автор використовує такі актуалізатори уваги, як «слід пам'ятати», «не дозволяється», «треба бути обережним», «суворо забороняється» і т.д. Отже, читача інструктують перед прийняттям важливого рішення: йти чи не йти на небезпечну зимову рибалку?

Другий матеріал «О порядке проведения периодических медосмотров» наголошує на необхідності медогляду і на санкціях, які може застосувати роботодавець до працівника, що його уникає.

Таким чином, можна підсумувати, що на шпальтах видання «Днепровский металлург» аферентна функція успішно інтерпретується, хоча засоби її втілення більш схожі на засоби закличної функції преси радянських часів.

На перший погляд, шпальти «Запорізького університету» взагалі позбавлені засобів реалізації аферентної функції. Так, у номері від 15 лютого 2008 року ми знайшли лише кілька проявів аферентності. По-перше, оголошення про конкурс на заміщення вакантних посад. Дійсно, ці відомості будуть корисні певній категорії читачів для прийняття рішення, однак матеріал не є власне журналістським текстом.

По-друге, «підштовхує» до роздумів, а відтак, і до відповідних дій зміст публікації «Податковий кредит: ваш шанс повернути гроші». Так, у ліді є речення: «І ніхто не повинен забувати про своєчасну та чесну

сплату податків...», а наприкінці, після авторського підпису, підкреслюється: «Тож не втрачайте можливості одержати додаткові кошти, які належать вам за законом». На нашу думку, така фраза приверне до себе не один погляд, тим більше, що її виділено «розрядкою» та надруковано на кольоровому тлі.

По-третє, до нарисового, на перший погляд, матеріалу «Зателефонуйте – на вас чекають» додано таке звернення: «Шановні читачі! Якщо у вас є питання, котрі ви б хотіли адресувати кваліфікованим спеціалістам Центру, ви хочете запропонувати цікаві теми для «прямих ліній» чи пройти тренінгові заняття, щоб стати консультантом служби екстренної психологічної допомоги «Телефон довіри», телефонуйте ... На ваші дзвінки чекають».

Відповідно, втілення аферентної функції не лишається поза увагою редакційного колективу видання, хоча у більшості номерів її засобів дуже мало.

Таким чином, аналіз видань на предмет засобів аферентної функції засвідчив, що комерційна преса найбільше турбується про корисність для читачів інформації, поданої в журналістських текстах. Можливо, наше враження викликане значним обсягом (72 сторінки) газети «Суббота плюс» (для порівняння: «Днепровський металург» – 12 с., «Запорізька правда» – 20 с., «Запорізький університет» – 4 с.). Матеріали багатотиражки «Днепровський металург» також приділяють порівняно багато для свого обсягу уваги допомозі читацькій аудиторії в прийнятті важливих рішень. А ось «Запорізька правда» та «Запорізький університет» з невідомих нам причин найменше турбуються про аферентність своїх текстів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Днепровский металлург. – 8 лютого 2008 року.
2. Запорізька правда. – 28 лютого 2008 року.
3. Запорізький університет. – 15 лютого 2008.
4. Мельник Г.С., Тепляшина А.Н. Основы творческой деятельности журналиста. – СПб.: Питер, 2004. – 272 с.
5. Різун В.В. Літературне редагування: Підручник. – К.: Либідь, 1996. – 240 с.
6. Суббота плюс. – 6 березня 2008 року.
7. Феллер М.Д. Эффективность сообщения и литературный аспект редактирования. – Л.: Вища школа, 1978. – 396 с.

УДК 070. 449. 7: 621. 396. 71 (477. 72)

СТРУКТУРНО-ЗМІСТОВІ ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ НА РАДІО «СКІФ» СМТ НИЖНІ СІРОГОЗИ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Коротка К.О., студент

Запорізький національний університет

У статті розглядаються особливості застосування інформаційних жанрів на регіональній радіостанції «Скіф» смт Нижні Сірогози Херсонської області. Автор подає узагальнений виклад наукових концепцій і поглядів на принципи класифікаційного поділу та властивостей інформаційних жанрів радіомовлення дослідників та практиків (Ю. Бараневича, Ю. Гальперина, В. Лизанчука, В. Миронченка, В. Смірнова, А. Шереля, В. Ярошенка).

Ключові слова: радіомовлення, інформаційні жанри, замітка, звіт, репортаж, інтерв'ю, огляд, кореспонденція

Коротка К.О. СТРУКТУРНО-СОДЕРЖАТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЖАНРОВ НА РАДИО «СКИФ» ПГТ НИЖНИЕ СЕРОГОЗЫ ХЕРСОНСКОЙ ОБЛАСТИ / Запорожский национальный университет, Украина

В статье рассматриваются особенности применения информационных жанров на региональной радиостанции «Скиф» пгт Нижние Серогозы Херсонской области. Автор представляет изложение научных концепций и взглядов на принципы классификационного разделения и возможностей