

## Теорія й історія журналістики

УДК 070.486

Марина Варич

### ЖАНР ОГЛЯДУ НА СТОРІНКАХ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ВИДАНЬ

У статті проаналізовано використання жанру огляду в автомобільних виданнях, визначено тенденції подальшого розвитку цього жанру. Розглядається можливість здійснення впливу за допомогою згаданого вище жанру на вибір читача. Вивчаються способи подання матеріалу в жанрі «огляд», які будуть зорієнтовані на широку аудиторію.

**Ключові слова:** автомобільні журнали, огляд, жанр, сторінки видань.

В статье проанализировано использование жанра обзора в автомобильных изданиях, определены тенденции дальнейшего развития этого жанра. Рассматривается возможность осуществления влияния с помощью вышеупомянутого жанра на выбор читателя. Изучаются способы подачи материала в жанре «обзор», которые будут сориентированы на широкую аудиторию.

**Ключевые слова:** автомобильные журналы, обзор, жанр, страницы изданий.

In the article the use of genre is analysed review in motor-car editions, subsequent progress of this genre trends are certain. Possibility of realization of influence is examined by an afore-mentioned genre at choice reader. The methods of serve of material are studied in a genre review, which will be orientated on a wide audience.

**Key words:** motor-car magazines, review, genre, pages of editions.

*Постановка проблеми.* На сучасному етапі зростає попит на автомобільному ринку. Тож не дивно, що перед купівлею автівки людина прагне більш детально ознайомитися зі своєю майбутньою власністю, проконсультуватися з фахівцями, почути думку експертів, а також почерпнути необхідну інформацію людина може зі сторінок автомобільних журналів.

У подібних виданнях досить часто можна зустріти публікації такого жанру, як огляд, удаючись до якого автори ознайомлюють читачів з новинками на автомобільному ринку, інформують про ціни, проводять порівняння між автомобілями відомих марок.

*Аналіз останніх досліджень з проблематики роботи.* Огляду в цілому як жанру приділяли чимало уваги радянські дослідники журналістики, що цілком виправдано, бо саме в той період означений жанр зазнав найбільшого розквіту. Зокрема, його досліджували А. Аграновський, М. Подолян, А. Москаленко.

Чимало досліджень у журналістиці присвячено протилежному огляду, економічному та огляду преси. Проте огляду автомобільних видань не здійснювали в незалежній Україні. Це пояснюється тим, що видання такої тематики порівняно недавно з'явилися на вітчизняному ринку й досі не ставали предметом зацікавлення журналістів. Однак вони потребують досліджень, адже є складовою тенденцій розвитку сучасної журналістики.

Мета статті полягає в тому, щоб дослідити на сторінках автомобільних видань матеріали, подані в жанрі огляду, та з'ясувати їх вплив на вибір читача.

Мета дослідження обумовлює розв'язання таких завдань:

- 1) проаналізувати причини того, що в процесі написання матеріалів у автомобільних виданнях журналісти досить часто звертаються до такого жанру, як огляд;
- 2) довести ефективність використання жанру огляду та спрогнозувати його подальший розвиток у журналах на автомобільну тематику.

Об'єктом дослідження є спеціалізовані автомобільні видання.

Предметом дослідження є жанр огляду, до якого звертаються автори автомобільних видань.

Досить часто на сторінках автомобільних видань зустрічаються огляди різноманітних новинок. Так, у часописі «Motor News» за березень-квітень 2012 р. ми можемо спостерігати розширений огляд автомобільних новинок, які були представлені на мотор-шоу, що проходило у Женеві в березні 2012 р.

Своєрідний стиль викладу матеріалу простежується вже з перших рядків видання. З метою зацікавлення читачів автор вдається до різноманітних засобів, а саме: авторський стиль подання матеріалу, що включає в себе оригінальну мову, яскравий ілюстрований матеріал, який займає близько 70% друкованого тексту, та ін. Авторський стиль відіграє важливу роль, оскільки саме використання нестандартних фраз, уникнення штамтів, кліше, вплітання в канву тексту власних думок, порад, зауважень створюють більш тісний зв'язок з читачем. Автор намагається подавати матеріал у формі дружніх порад, для чого використовує сучасну мову, сленг. Це допомагає нівелювати кордони між автором та споживачем інформації й встановити тісний контакт між ними, довірливі стосунки. Огляди, подані у вигляді міні-порад щодо вибору конкретного автомобіля, аргументовано наведених переваг однієї марки над іншою, прямо або опосередковано наштовхують читача на вибір певної іномарки. Зокрема, фрази на кшталт «Варто придивитися, неможливо встояти перед спокусою, справжня еволюція третього покоління, форми милують око, симпатична автівка припаде до смаку» [2, 20] зацікавлюють читача, викликають інтерес та змушують звернути увагу на конкретні моделі автівок.

Огляд є жанром глибокого дослідження предмета, він не передбачає поверхневих знань, тож автор повинен бути компетентним у певному питанні. Його знання мають бути глибшими за знання читача чи принаймні на одному рівні. Тому передбачається, що автор повинен не лише інформувати, а й робити змістовний аналіз та узагальнення, з усього величезного потоку інформації обирати найсуттєвіший, найцікавіший. Також автор зобов'язаний досконало вивчати інтереси своєї аудиторії для того, щоб задовольняти її інформаційні потреби, тобто мати уявлення про інтереси читача та його зацікавлення.

Результативнішим буде матеріал у тому разі, якщо автор не лише вихвалитиме певну марку автомобіля, а й надаватиме конкретну практичну інформацію. У більшості випадків видання, як-от «Байк», «Motor News», проявляють свою компетентність, оскільки автори надають таку інформацію, яка знадобиться автомобілісту під час використання авто, а саме: максимальна швидкість, витрата пального, пристосування до доріг тощо.

Текстовий матеріал доповнюється ілюстрованим, наприклад, яскравими фотографіями автівок в різних ракурсах, ззовні та всередині. Ілюстрованому матеріалу надається вагоме значення, оскільки певна кількість читачів спочатку звертає увагу на фото певного автомобіля, зацікавлюється ним, а вже потім ознайомлюється з його функціями, можливостями та ціною.

Досить часто в автомобільних виданнях ми можемо натрапити на матеріали, в яких здійснено детальний огляд моделей певної іномарки. Так, у журналі «Motor News» за червень-серпень 2013 р. вміщено огляд модельного ряду автомобілів Toyota. Варто звернути увагу на те, що кожна модель відомої марки має як переваги, так і недоліки, однак автор звертає увагу переважно на перше. Прикладом можуть слугувати фрази на кшталт: «Prius – справжній апогей практичності від Toyota, це дійсно міська еволюція», «Який тип кузова в світі найпопулярніший? Звичайно ж, седан», «Спортивна слава Toyota незаперечна» [2, 20]. Звісно, в матеріалі названі основні функції автомобіля, цінова палітра, витрата пального, радіус розвороту, потужність двигуна, тож у разі необхідності читач може порівняти одну іномарку з іншою та зупинити свій вибір на тій, яка задовольнить його потреби. Однак у цьому огляді все ж таки простежується прихована реклама чи, можливо, позиція автора щодо конкретного автомобіля.

Неможливо оминати увагою рубрику, яка є родзинкою в автомобільних виданнях, – motor-тест. У ній автор, пройшовши тест-драйв, ділиться своїми враженнями від використання авто, зазначає, які в нього плюси та мінуси, що переважає. Матеріали цих рубрик подані досить майстерно, не як звичайний фактаж функцій та пристосування до доріг певного автомобіля, а як докладний опис з усіма подробицями, власними роздумами та бажаннями: «Якби в мене був дипломат грошей – я б віддав не замислюючись. Щоб весело було завжди, а не лише під час такого короткого недільного тест-драйву» [2, 18].

Складається враження, що ніби це ти перебуваєш за кермом відомої іномарки. Варто виокремити той факт, що в матеріалах яскраво виражений авторський стиль, часом доволі експресивний, як-от: «Ви натискаєте на акселератор, і машина миттю мчить», «реалізація цих переваг викликала у нас небувале захоплення», «Результат – незрівнянне відчуття повного контролю над автівкою» [6, 68].

Також потрібно окремо зосередити увагу на фотознімках, що супроводжують рубрику мотор-тесту. Автівки зняті крупним планом, в різних ракурсах, всередині та ззовні. Переоцінити важливість та вагомість зображальних засобів неможливо, адже фотографії є важливим атрибутом, без яких матеріал був би неповним, складалося б враження, що чогось явно не вистачає.

У виданні «Байк» рубрика «тест-драйв» має свої певні особливості. Тут подано не лише характеристики мотоцикла, враження та переживання автора від їзди на ньому, а й думки та поради власників, наведені розмовною мовою й доповнені різноманітними смайликами. Для прикладу, в номері за березень 2013 р. читаємо: «Придбав його у серпні 2011-го. Того року особливо покататися не вдавалося. І лише з середини літа 2012-го я перестав його боятися. Тому, що він – страшний» [4, 18].

Також у виданні «Байк» можна натрапити на невеличке інтерв'ю з продакт-менеджерами чи незалежними експертами, які відповідають на запитання стосовно

новинки, що проходила тест-драйв. Запитання стосуються здебільшого головних переваг транспортного засобу, його основних конкурентів на автомобільному ринку та наскільки виправдано з економічної точки зору випускати нову модель. Такі короткі інтерв'ю дають змогу отримати більш детальну інформацію та почути думку не лише автора матеріалу, а й інших експертів.

Досить вдалим є те, що у виданні «Байк» наприкінці матеріалу розміщена таблиця, в якій новинка, що пройшла тест-драйв, оцінюється за п'ятибальною шкалою, позначеною відповідними фразами «фантастика, дуже добре, чудово, з пивом покотить, повний відстій» [4, 18].

Під час опису автівки чи байка автори зосереджуються переважно на власних відчуттях, які в них з'являються під час їзди. Свої емоції вони передають словами та фразами на кшталт: «це дає божевільне відчуття свободи», «почування від руху шикарні», «щодо керування більш дивного мотоцикла я ще не бачив», «і який тут звук, особливо привабливі хрюкання під час зміни передач, що вгору, що вниз – заслухаєшся» [4, 15].

Варто звернути увагу на той факт, що характеристики жанру огляду передбачають наявність у читача довіри до конкретного оглядача, оскільки читач вважає його спеціалістом, незалежним експертом у цьому питанні. Жанр огляду дає змогу автору давати певні консультації, а також висловлювати свою незаангажовану думку.

В огляді ключовою фігурою матеріалу є саме автор, адже передбачається, що він є вузьким спеціалістом у тій сфері, про яку пише. Тому спостереження свідчать, що оглядачі працюють переважно у межах своєї компетенції. Скажімо, автомобільний оглядач не буде писати матеріали на спортивну, політичну чи економічну тематику.

Жанр огляду нині є перспективним, оскільки передбачає наявність порад у матеріалі. Сучасна людина перебуває у надзвичайно великому потоці інформації, в якому складно зорієнтуватися, тож вона потребує дружніх порад. Цей жанр є перспективним ще й тому, що сьогодні процес комунікації виходить за межі спілкування віч-на-віч. Багато людей спілкуються не бачачи одне одного, й ключовим елементом у такій ситуації стає довіра, що виникає між комунікатором та комунікантом.

Отже, аналіз найбільш тиражної української автомобільної періодики, яка виходила впродовж останнього десятиліття, дає змогу зробити висновки, що з кожним роком жанр огляду стає все популярнішим у журналістиці. Водночас сучасний огляд охоплює найрізноманітніші сфери людського буття (від спорту до економіки) й набуває європейського зразка. Трансформація цього жанру особливо відчутна в спеціалізованих виданнях, яка відступає від традиції минулого, орієнтується в першу чергу на інтереси споживача, а не на усталені канони.

Головними тенденціями розвитку жанру огляду є такі: реклама автомобіля, його переваг порівняно з іншими марками авто тощо.

Бурхливий розвиток огляду як жанру у вітчизняних ЗМІ пояснюється тим, що він за формою і методом подання нагадує рекламу, але водночас лишається художнім твором. В огляді автор має змогу максимально наблизити до читача усі вектори інтересів – від часового до просторового.

\* Жанр огляду вже міцно закріпився у вітчизняній пресі й продовжує набирати популярності, насамперед серед автолюбителів та автомобілістів-професіоналів. Ні

інтерв'ю, ні репортаж не можуть скласти конкуренцію цьому методу, бо тут завжди викладено авторське бачення ситуації.

#### Література

1. Бідзіля Ю. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті / Ю. М. Бідзіля. – Ужгород, 2007. – 224 с.
2. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі / М. К. Василенко. – К., 2006. – 238 с.
3. Волощенко А. Порше панamera / А. Волощенко // Motor News. – 2013. – черв. – С. 17–21.
4. Герман С. Смартфони та мотоцикли / С. Герман // Байк. – 2013. – Берез. – С. 15–18.
5. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості / В. Й. Здоровега. – Л., 2004. – 268 с.
6. Пономаренко Е. Скалолази / Е. Пономаренко // Motor News. – 2012. – Берез. – С. 68.