
МЕДІА-ЖУРНАЛІСТИКА

УДК 070

Світлана Белькова



**МОДИФІКАЦІЇ ПОРТРЕТНОГО НАРИСУ
В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ГАЗЕТНІЙ ПРАКТИЦІ
(на матеріалі загальноукраїнських
та регіональних видань початку ХХІ ст.)**

У статті зроблено огляд наукових підходів до проблеми модифікацій сучасних портретних нарисів, а також на матеріалі різних газетних видань виявлено та проаналізовано існуючі моделі.

Ключові слова: *портретний нарис, модифікація, біографічний нарис, політичний портрет, портрет політика, політичний портрет історичного характеру.*

В статье осуществлен обзор научных подходов к проблеме модификаций современных портретных очерков, а также на материале разных газетных изданий проанализировано существующие модели.

Ключевые слова: *портретный очерк, модификация, биографический очерк, политический портрет, портрет политика, политический портрет исторического характера.*

Article review of scientific approaches to modifications of contemporary portrait essays, as well as on the material of different newspapers analyzed the existing models.

Key words: *portrait essay, modification, biographical essay, a political portrait, politics portrait, political portrait of a historical nature.*

У сучасній українській газетній періодиці нарис проявляє себе як доволі гнучкий жанр, здатний пристосовуватися до змін, які відбуваються в медіапросторі під впливом таких визначальних тенденцій, як конвергенція медіа та дифузія жанрів. Як зазначає російська дослідниця Л. Григор'єва, «через своє походження та гетерогенну структуру, сучасний нарис все більше тяжіє до синкретичності, жанрової дифузії, тим самим трансформуючи власну традиційну структуру та забез-

печуючи за допомогою плідної еkleктики народження нових форм» [4]. Утворення нових модифікацій нарису на основі інваріантних або константних характеристик жанру відбувається також внаслідок взаємодії жанрів, причому не лише журналістських, але й жанрів інших масовокомунікаційних сфер. Поява нових типів ЗМІ також актуалізує певні жанрові різновиди й визначає вектор жанроутворення.

Здійснивши одну з перших спроб в українській науці осмислити напрями жанрового руху в українській журналістиці на початку 2000 рр., відомий український науковець В. Здоровега відзначив занепад портретного нарису, популярного в радянські часи, але не зробив висновків щодо його остаточного зникнення. Натомість, як указав учений, «увага мас-медіа зосередилась на політичних портретах насамперед історичного характеру. Це особливо стосується діячів і явищ, які були під заборонаю або довкола яких десятиліттями творилися міфи...» [5, 246]. Також деякі видання, як зазначав В. Здоровега, «перейшли від політичних портретів видатних особистостей, до соціологічних портретів політичних об'єднань» [5, 246], а солідні аналітичні нариси про найголовніші політичні партії України, опубліковані на початку 2002 р., вчений відніс до різновиду проблемного нарису [5, 246].

Дослідник С. Шебеліст, визначаючи жанрові пріоритети сучасної газетної публіцистики, також стверджує, що «на зміну портретному нарису прийшов жанр політичного портрета, присвячений видатним постатям минулого і сучасності» [12, 76].

Також дослідженнями різних жанрових модифікацій портретних нарисів займалися М. Воронова, Т. Рискова, А. Чічановський, В. Шкляр та інші.

Мета статті — на основі аналізу контенту загальноукраїнських газет («День», «Дзеркало тижня») та регіональних видань м. Запоріжжя («МИГ», «Запорізька правда», «Наше время плюс», «Суббота плюс») за період з 2000 до 2010 року виявити модифікації портретного нарису та визначити їх особливості.

Політичний портрет, на нашу думку, є модифікованою формою, що утворилася на основі портретного нарису внаслідок посилення аналітичного елемента. Характерним фактом є наявність таких творів на шпальтах якісних видань (або видань, що претендують на цей статус) «Дзеркало тижня», «День». Вбачаємо причину цього в жан-

рових пріоритетах цих видань, що полягають у домінуванні не лише інформаційних, а й аналітичних жанрів.

Науковці А. Чічановський та В. Шкляр розрізняють політичний портрет і портрет політика. «Створюючи політичний портрет, — зазначають вони, — автор зосереджує увагу на політичній характеристиці особистості» [11, 34]. При цьому в політичному портреті людська індивідуальність, за переконанням дослідників, «поступається місцем політичному еству особистості» [11, 34], а вся увага приділяється політиці як основній професійній формі діяльності цієї людини.

Натомість портрет політика — «це не обов'язково виклад його політичних поглядів і дій в динаміці. Домінанта духовного світу (внутрішній портрет) політика — його політичний світогляд, концептуальні підходи до проблеми влади, суспільства, особистості, участь у справах держави, визначення форм, завдань, змісту державної діяльності» [11, 34].

Дослідниця М. Воронова не відносить політичний портрет до нарису і взагалі не асоціює його з художньо-публіцистичними жанрами. «Політичний портрет активно послуговується іншими жанрами, — стверджує вона, — долучає розслідування, репортаж, інтерв'ю» [2, 146]. На її думку, «найчастіше політичний портрет твориться у формі статті — глобальний аналіз на основі значної сукупності фактів» [2, 146]. За визначенням дослідниці, політичний портрет є «формою аналізу політичної ситуації і формою творення політичного образу-іміджу» [2, 145]. Проте вона не виключає, що саме портрет політика може бути написаний і у формі нарису. Використання елементів художності в політичному портреті М. Воронова вважає не лише прийнятним, але й доцільним, адже без них мова цього твору буде «блідою і непринадною» [2, 146].

Надаючи загальне визначення портрету як жанру сучасної журналістики, що «аналізує особистість, індивідуальність людини на тлі історичної, соціальної, політичної, культурної дійсності» [2, 145], М. Воронова, зазначає, що він використовує та переймає особливості різних жанрових форм, серед яких найпершим називає нарис.

Відстоюючи свою позицію, дослідниця апелює до жанрової системи західної, зокрема французької журналістики, де портрет віднесено до аналітичних жанрів, у якому поєднано «елементи репортажу, розслідування, інтерв'ю та аналізу. Він має довільну форму викладу й

може змінювати свій обсяг» [3, 60]. Ми погоджуємося із М. Вороною в тому, що «журналістикознавство стоїть перед проблемою переосмислення жанрових класифікацій та визначень,... адаптації теорії до тих практичних здобутків, які вже зробила журналістика» [2, 145], але питання про здобуття портретистикою «окремого» місця в системі сучасних журналістських жанрів залишається поки що відкритим, з чим, до речі, погоджується й сама М. Воронова. Від себе додамо, що характеристики, які надаються французькими теоретиками жанрові портрету, не суперечать характеристикам, покладеним в основу портретного нарису, а саме: «1. Добре виписаний портрет має залишати у читача враження, ніби він особисто познайомився з людиною, ім'я якої йому давно відомо. 2. Персонаж портрета має бути присутнім з перших рядків тексту і не зникати з жодного абзацу. Розповідь має містити багато цитат, сценок з життя, влучних зауважень. 3. Жанр передбачає, щоб автор зустрічався з персонажем особисто, а попередньо назбирав на нього гарне досє... 4. Виписати портрет — це відшукати ті риси, які максимально точно окреслюють персонажа...» [3, 63–64]. Щодо аналітичного компонента, то він має бути наявним, адже дослідницьке начало є, як зазначалося вище, інваріантною жанровою характеристикою нарису.

Аналізуючи типи політичних портретів, представлених на шпальтах сучасних видань, російська дослідниця Т. Рискова виділяє серед них такі: політико-ідеологічний (політико-світоглядний), політико-психологічний, історичний, політичну біографію [10]. Зокрема, у політико-ідеологічному портреті основний акцент робиться на потенційних можливостях та політичному впливі лідера як представника певної політичної сили [10]. Життєвий шлях, вчинки лідера в них розглядаються крізь призму його належності до політичної організації, з погляду їхньої відповідності ідеологічним принципам політичної сили. У політичних портретах цього типу набуває значення метод аналітичної інтерпретації біографічних даних, а також проявів політичної активності лідера. Крім того, політичний портрет може містити розгорнутий аналіз не лише ідеологічних, але й інших поглядів лідера, розповідати про його захоплення, оскільки таким чином можна простежити еволюцію його світогляду. Великого значення в них набувають факти з життя лідера. Інформаційний ряд, зазначає Т. Рискова, має відповідати критеріям оперативності,

достовірності й може включати в себе опис фактів і подій та їх авторський коментар [10].

Зразками портретів політиків, є, зокрема, матеріали, розміщені в «Дзеркалі тижня» у 2002 р. в циклі «Україна партійна» та у 2004 році «Адьютанти їх величностей».

Кожна окрема частина циклу «Україна партійна» присвячена політичній партії (блоку), які займають лідерські позиції на політичній арені: Партії зелених, Нашій Україні, БЮТ, Комуністичній партії України, Соціалістичній партії та Соціал-демократичній партії України (об'єднаній), причому головний акцент робиться саме на лідера цієї партії. Автори (С. Рахманін та Ю. Мостова) у вигляді «штрихів до портрета», не заглиблюючись у біографію, зображають людські й лідерські якості кожного з них. Привертає увагу сміливість деяких авторських характеристик: В. Кононов «на фоні більшості керівників партій виглядає білою вороною», «його екзотична (як для народного обранця) зачіска довгий час викликали здивування і навіть роздратування», «травоїдний Кононов»; популярність В. Ющенко серед українців, на думку авторів, полягає в тому, що «більшість точно знає, яких вождів воно не хоче і тому прив'язується до тих, кого вважає білою вороною» (мається на увазі Ющенко); політична значущість П. Симоненка «визначається впливовістю партії й чисельністю фракції», Симоненко «прагне зробити все, щоб не опинитися «відкинутим нареченим» на грандіозному «політичному весіллі» тощо. Але при цьому не забувають автори і про лідерські та особисті якості своїх героїв, завдяки яким вони і є лідерами: «основним талантом Кононова, що дозволяє йому так довго утримуватися на посту лідера партії і так же довго зберігати партію від реальних розколів — рідкісний дар миротворця», Юлія Тимошенко — «типовий представник дніпропетровської школи. Не відводячи погляду від мети, ці люди здатні змінювати курс, принижуватися, укладати на не вигідних умовах союзи з ворогами, лестити, зраджувати, але головне — рухатися до наміченого» тощо. Автори залишаються поза кадром, не висловлюючи в тексті свого відкритого «я», проте вдало підібрані коментарі, експертні оцінки, результати опитувань засвідчують глибоку їхню обізнаність із темою (реалізація функції «автор-дослідник»).

Інтерес авторів до політичного портрета, як свідчить дослідження, не постійний. Посилюється він у роки активних виборчих пере-

гонів (особливо 2004 рік), а в інші роки на шпальтах преси побутують портретні нариси, політичні портрети історичного характеру та біографічні нариси. Політичні портрети, що з'являються на шпальтах газет у роки «виборчого затишшя», як правило, змальовують президентів (лідерів) інших країн (зокрема, нариси О. Підлущького «Лі Куан Ю: лідер, який створив собі велику державу на маленькому острові» («Дзеркало тижня». — 2007. — 9 червня), «Янош Кадар: творець «гуляш-соціалізму» («Дзеркало тижня». — 2007. — 7 липня) тощо.

Політичний портрет історичного характеру доводить спадковість різних поколінь політиків. Автори намагаються віднайти універсальні риси лідерства, залежно від соціально-політичного та історичного контексту. Першочергового значення в таких нарисах набуває хронологічний виклад основних етапів життєвого шляху політика, визначення його ролі в історії. Як джерела такого нарису можуть долучатися спогади сучасників, щоденники, листи тощо.

У таких портретах обов'язково наявні оцінні судження, в тому числі автора, щодо історичних масштабів особистості. Для цього необхідними є історичні дані, які дозволяють охарактеризувати також й історичну добу, в якій довелося діяти лідеру.

За формою політичні портрети історичного характеру переважно є викладом біографічних відомостей про людину з виділенням тих факторів, які вплинули на формування особистості, вироблення системи її поглядів. Головна функція їх — відкрити перед читачами людей, про яких раніше заборонялося говорити, або їх імена були загублені в надрах історії і стали відомими після кропіткої роботи авторів в архівах.

Сьогодні на шпальтах газет (серед аналізованих — у «Дні» та «Дзеркалі тижня») часто зустрічаються політичні портрети історичного характеру. Причому якщо в газеті «Дзеркало тижня» за аналізований період вони публікувалися лише під рубрикою «Персоналії», то в «Дні» вони розміщувалися або на сторінці «Україна Incognita», або «Історія та я», що є прямим натяком або на те, що про цю особу раніше не говорили взагалі, але її роль для долі країни є незаперечною, або на те, що нарис про особу — саме історичного характеру.

Регіональна преса, як показало дослідження, не послуговується цим жанром взагалі.

Узагальнюючи основні підходи до трактування біографічного нарису, російська дослідниця Л. Григор'єва, зазначає, що поруч із

думками про підпорядкованість біографічного нарису портретному та його самостійність, є також поширеною позиція, згідно з якою є біографічний нарис та портретний. На її думку, «створити повноцінний портрет людини, не звертаючись до її біографії, практично неможливо» [4], адже «щоб зобразити характер, внутрішній світ особистості, потрібно показати вчинки героя та події, що відбулися з ним, які є важливою частиною життя людини, а отже, і частиною її біографії» [4].

Серед видань, жанровий репертуар яких складають біографічні нариси, лідирують сьогодні «глянцеві» біографічні журнали («Биография», «Караван историй» тощо).

У центрі біографічного нарису — опис життя відомої людини, що, правда, вектор спрямування конкретного типу видання накладає свій відбиток і на вибір персони, якій присвячується біографічний нарис. Якщо для глянцевого видання критерієм вибору об'єкта зображення — особистості — є її успішність та відомість, що зумовлює появу на їхніх шпальтах великої кількості нарисів, присвячених зіркам шоу-бізнесу, спортсменам, загалом — публічним персонам, відомим широкому загалу, то, наприклад, у суспільно-політичному тижневику «Дзеркало тижня» значна частина таких творів присвячена вченим, винахідникам, письменникам, іншим діячам мистецтва, тобто персонам, чий внесок в історію та сьогодення України є великим, але, можливо, потребує визначення та визнання. Натомість, вибір героїв для біографічних нарисів у біографічних виданнях дослідники справедливо характеризують як однобічний, хоча й «свідчить про те, що увага до індивідуальності в сучасному суспільстві знаходиться на високому рівні» [4].

Посилення інтересу до біографічного нарису відбувається паралельно з посиленням інтересу до біографії окремої людини, до унікальності її особистості, що завжди відбувається на «переломних етапах історії» [4]. Характерним є той факт, що популярність біографічних нарисів «зростає під час переходу суспільства від тенденцій колективізму до тенденцій індивідуалізму» [4]. Проте привертає увагу нерівномірний розподіл біографічних нарисів між різними типами видань: у газетах такі твори зустрічаються нечасто (за винятком газет «Дзеркало тижня» та «День»), в той час як біографічні журнали спеціалізуються саме на цьому жанрі. При цьому, як заува-

жила Л. Григор'єва, «не дивлячись на наявність у багатьох біографіях морально-психологічної ідеї, сучасні журнальні видання керуються в основному комерційними інтересами» [4], що може призводити до надмірної сенсаційності.

Зміни, що відбулися в житті суспільства в пострадянський час, призвели до набуття біографічним нарисом розважального та пізнавального характеру, в той час як у портретному нарисі основну увагу приділено типовому, поданому через індивідуальні характеристики особистості. Водночас не можна позбавляти біографічний нарис виховної, «ціннісно-орієнтуючої функції» [4], актуалізація якої відбувається залежно від типу видання. Так, мета, яку ставить перед собою тижневик «Дзеркало тижня», претендуючи на статус якісного (за М. Житарюком, «опінієтворчого») видання, зумовлює наявність на його шпальтах великої кількості публікацій, в яких життя героїв — вчених, письменників, винахідників та представників інших професій, — подається як приклад, гідний для наслідування.

Отже, в контексті загальної тенденції розвитку сучасної публіцистики, яку можна охарактеризувати як посилення особистісного начала, цілком закономірним є заміщення портретного нарису біографічним, для функціонування та розвитку якого найприйнятнішими є журнальні та якісні газетні видання.

Розквіт біографічного нарису в пострадянській журналістиці пов'язаний зі «зміщенням фокусу уваги з типовості на індивідуальність, пошук нового змісту, свіжого ракурсу у висвітленні героя, прагненням до відмови від штампів у зображенні особистості, перехід від однобічного висвітлення особистості до різнобічного» [4].

Завдяки досягненням психологічної науки, до яких сьогодні можуть долучатися не лише науковці, автори сучасних біографічних нарисів мають великі можливості для глибокого осягнення внутрішнього світу особистості, простежити еволюцію характеру.

Для біографічного нарису, як і для портретного, характерним є розкриття особистості героя через його вчинки, діяльність. Проте у біографічному нарисі великого значення набуває розповідь про шляхи, якими йшов до успіху герой, про те, що допомогло йому досягти своєї мети.

У сучасних біографічних нарисах акцент авторами робиться саме на відомості, популярності героїв цих творів. Небезпеку цієї тенден-

ції відзначає, зокрема Л. Григор'єва, вважаючи, що «публікації такого типу різко зменшують можливість освоєння суспільством реально існуючого досвіду взаємодії між людьми» [4].

Серед негативних тенденцій розвитку сучасного біографічного нарису дослідники виділяють такі: витискування нарисових форм, які розповідають про людей звичайних, але дійсно непересічних, акцентування на сенсаційності, висування на перший план тих якостей героїв, які можуть привернути неабияку увагу читача, але надавати негативний приклад соціальної поведінки. При цьому матеріальний успіх, якого досягли герої, ставиться понад усе [7, 161–162].

На відміну від журнальної періодики, яка орієнтована на відображення успіху відомих, заможних та успішних, в якісних газетних виданнях у біографічних нарисах зазвичай акцентується на соціальній активності героїв, на їхніх професіональних досягненнях, їхньому місці в історії (якщо герой вже не є сучасником автора).

Досягнути поставленої мети автору біографічного нарису допомагає композиція, яка може бути хронікальною, заснованою на логіці причинно-наслідкових зв'язків, вільною або есеїстською, що характеризується складністю асоціативних зв'язків та образних узагальнень.

Роль автора в біографічному нарисі є значно меншою, ніж в інших нарисових формах, проте вона виявляється у відборі фактів з життя героя, у формах їх подачі, в характері художнього узагальнення документальних даних.

Із класичним портретним біографічним нарисом об'єднує ціннісно-орієнтуюча функція, яку можуть виконувати твори цього жанру. Було б помилкою, виходячи з тенденцій розвитку біографічного нарису в журнальній періодиці, визнавати домінантними функціями цих творів лише розважальну та пізнавальну, адже й на шпальтах глянсових видань такі нариси «допомагають людям у пошуку секретів успіху та щастя, показують позитивні приклади виходу зі складних ситуацій» [4].

Аналіз контенту загальнонаціональних та регіональних ЗМІ довів кількісні та якісні зміни, що відбулися протягом останнього десятиліття з портретним та біографічним нарисами, і які можуть бути інтерпретовані в контексті загальних тенденцій розвитку інформаційного простору, в тому числі й трансформації ЗМІ.

Газети «День» та «Дзеркало тижня», підтверджуючи свій статус видань, що формують громадську думку, беруть активну участь у державотворчих процесах, дбають про збереження культурного спадку, використовують біографічний нарис для того, щоб відкрити українському читачеві незаслужено забутих діячів політики, культури та науки.

У газеті «День», зокрема в рубриці «Україна Incognita» з певною періодичністю з'являються біографічні нариси, що популяризують спадок видатних українців минулого. Таким, наприклад, є нарис М. Чабана «Невідомий Манжура», присвячений українському письменнику та етнографу В. Манжурі («День». — 2006. — 27 квітня), або ж нарис того ж М. Чабана «Широчінь Дніпра поширює душу...», в якому з нагоди 130-річчя Володимира Винниченка зроблено спробу окреслити велич особистості письменника та його внесок в українську літературу (День. — 2010. — 22 жовтня).

Відома українська публіцистка К. Гудзик сприяла розвитку біографічного нарису на шпальтах «Дня». Під згаданою вже рубрикою «Україна Incognita» часто друкувалися біографічні нариси, в яких авторка намагалася окреслити постаті духовних лідерів не лише України, але й світу: «Патріарх Варфоломей I — перший серед рівних у світі православ'я» («День». — 2000. — 8 грудня), «Феофан Прокопович — архітектор перебудови... Петра I» («День». — 2002. — 8 лютого); «Мелетій Смотрицький — публіцист, учений і патріот» («День». — 7 лютого. — 2003); «Юстиніан — наставник єпископів» («День». — 2006. — 27 квітня); «Франциск Скорина — східнослов'янський першодрукар» («День». — 2006. — 11 листопада); «Засновник Нового Рима. Імператор Костянтин: уроки історії» («День». — 2006. — 25 листопада) та інші.

Подібною є інтерпретація функцій біографічного нарису і в «Дзеркалі тижня». Надруковані на шпальтах цього видання біографічні нариси накреслюють вектор бажаної соціальної поведінки читачів, пропонуючи як приклади для наслідування життя та діяльність видатних науковців, діячів культури та мистецтва та ін.

Жанрова система сучасної газетної преси перебуває під постійним впливом практики PR. Інтеграція журналістики та паблік рілейшинз призвела до набуття деякими журналістськими жанрами та їх різновидами невластивих їм функцій інструментів формування імі-

джевого капіталу. Як зауважує С. Шебеліст, дослідивши деякі сучасні тенденції розвитку художньо-публіцистичних жанрів, «велика частина журналістських текстів, насамперед про так званих “публічних людей”, часто має неприхований замовний PR-характер, про який ЗМК нерідко забувають нагадати традиційною у таких випадках позначкою “на правах реклами”, що було б свідченням професійності та поваги до читача» [12, 145]. Серед причини появи таких публікацій О. Назайкін називає: прагнення ЗМІ захистити інтереси своїх рекламодавців, розміщуючи на їхню підтримку та на їхнє прохання статті, інтерв’ю, замітки (у нашому випадку — й нарису); вплив владних структур, що зацікавлені в публікаціях, які б позитивно висвітлювали їх діяльність [9].

Виходячи з цього, російський дослідник А. Богоявленський пропонує називати таку «нову» журналістику «журналістикою публіцитною» [2, 12].

Як зазначають дослідники, уточнення жанрових меж текстів, що функціонують сьогодні в «медіаміксі сучасної преси», що створюється в результаті взаємодії власне журналістського тексту з текстами реклами та PR є одним із першочергових завдань для науковців, а «розв’язання цієї проблеми має відбуватися з урахуванням економічного, правового та етичного аспектів журналістської і PR-діяльності» [8, 160]. Зокрема, працівників ЗМІ, які заради власної вигоди й вигоди клієнтів порушують законодавчі норми й принципи професіональних кодексів, маскуючи справжні комунікативні наміри за ознаками інших, первісно не призначених для цього жанрових форм (наприклад, використовуючи журналістські жанри з не властивою їм публіцитною, навіть рекламною метою).

Портретний нарис, що від самого свого початку орієнтований на показ соціально ідеальної особистості, яка являє собою приклад для інших, потрапивши в поле інтересів PR, активно використовується для формування іміджу суб’єктів публік рілейшинз — бізнесменів та чиновників. Особливо актуальною, на нашу думку, ця практика є не для якісних видань, що намагаються уникнути звинувачень в заангажованості, а для масових газет, особливо регіональних. Аналіз жанрового контенту регіональних видань дозволив виявити твори, які відповідають формальним ознакам портретного нарису, але, по суті, є модифікованими утвореннями внаслідок зміни цільової установки,

коли визначальною метою стає не інформування громадськості, а створення іміджу суб'єкта PR.

Ступінь трансформації рисових ознак внаслідок реалізації невластивого для журналістського твору завдання може бути різною, а PR-складник таких публікацій може відчуватися більше або менше. Так, портретний нарис Г. Стициної «Жінка, яка мріє прокинутися... без кредитів», розміщений у запорізькій газеті «МИГ» під рубрикою «Особистість» («МИГ». — 19 жовтня. — 2000), є спробою змалювати портрет сучасної ділової жінки. Героїнею нарису є запорізька «бізнесвумен» Ольга Кутепова. Журналістка прагне подати історію героїні як історію успіху, який дався цій жінці важкою ціною, але сила волі, невичерпна життєва енергія дозволили їй подолати всі перешкоди.

Водночас відчутна певна заданість сюжету, навіть шаблонність у подачі образу ділової жінки, яка заснована на закріплених у суспільній свідомості стереотипах, що, на нашу думку, є способом маніпуляції свідомістю читачів. «Формула успіху» жінки, що сама себе «зробила», полягає у підйомі о четвертій ранку, в тому, що вона є «закінченим трудовоголіком», у той час як в якісному портретному нарисі автор би намагався відійти від схематизму та шаблонності, показавши обраного героя в новому та цікавому ракурсі, добиваючись таким чином більшого впливу на читача. Не виправляють ситуації і розмови з героїнею про корупцію як найбільючішу тему для бізнесу.

Часто PR-матеріали приховуються під різними дезорієнтуючими читача спеціальними позначками та рубриками. Під рубрикою «Антикриза» був надрукований і нарис «Дмитро Зусманович: бізнесмен і добрий самаритянин», підписаний іменем Семена Александрова, «члена Національної спілки журналістів України» («МИГ». — 2009. — 20 серпня).

Героєм нарису є відомий запорізький бізнесмен та меценат Д. Зусманович. Ініційованість публікації, її іміджеформувальна інтенція не спонукає автора до глибокого осягнення внутрішнього світу «керівника торговельно-промислової транснаціональної корпорації», а виявляється у «нанизуванні» позитивних фактів діяльності героя нарису, сухе, квапливе їх перерахування. Замість аналізу вчинків, діяльності бізнесмена, його міркувань, висловлювань, що також характеризували б життєву позицію героя нарису, автор пропонує читачу набір поданих у надмірно схвальному тоні характеристик: «Цей неви-

правний романтик, філософ, який любить і глибоко відчуває музику, живопис, поезію, вихований на музиці групи “Бітлз” та вірний їй до сих пір, змолоду, вже десятки років займається чоловічою, суворою і прагматично, інколи на самій межі з Його Величністю Законом, роботою — бізнесом». Далі автор перераховує досягнення бізнесмена, а також його підприємства, причому головну увагу приділяє описові благодійних справ свого героя.

Проте спроба вмістити в традиційну журналістську форму — нарис — іміджеформувальну інформацію, без спроби її творчого опрацювання, оголює задум автора, що полягає у просуванні суб’єкта PR. Відсутній конфлікт, який би зміг окреслити характер героя. Емоції автора є одноманітними, однобарвними.

Цей нарис доводить тезу про те, що при використанні журналістики як засобу PR-діяльності «спостерігається викривлення професійних функцій і принципової сутності журналістики: пропаганда превалює над правдивістю, повнотою та об’єктивністю інформації» [6, 12].

Начебто схаменувшись, автор у кінці намагається докреслити «людський» образ відомого бізнесмена, але ця спроба також не є переконливою: «Ця людина дуже любить життя у всіх його проявах. Він любить свою сім’ю, викроюючи зрідка дні й години для спілкування з рідними, виховання дітей. Любить поїсти, а особливо пригостити своїх друзів, колег у своєму дітищі — кафе “Солярис”...» Проте справжня мета цього нарису виявляється в останніх реченнях: «Йому б у нардепи, думаю, була б коритись людям для нашої сьогодні хворої країни».

Отже, на утворення модифікацій на основі портретного нарису впливають як вектор типологічного спрямування конкретного видання, так і суб’єктивні та об’єктивні чинники. У загальноукраїнських виданнях, на відміну від регіональних, часто використовуються політичні портрети історичного характеру та біографічні нариси. У той час регіональні газетні видання послуговуються портретним іміджевим нарисом (особливо під час виборчих кампаній) для створення позитивного іміджу конкретного суб’єкта. Для загальноукраїнських видань така практика поки що не є характерною. Перспективним щодо подальшого наукового пошуку в цьому напрямі має стати контент-аналіз різних видів газетних видань, виявлення в них модифікованих жанрових форм та визначення їх особливостей.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Богоявленский А. Е.* PR и журналистика : поговорим о ценностях по понятиям / А. Е. Богоявленский // Коммуникация в современном мире : научно-практ. конф. исследователей журналистики, рекламы и паблик рилейшенз, 12–14 мая 2003 г. : тезисы докл. / [под науч. ред проф. В. В. Туполова]. — Воронеж, 2003. — С. 10–12.
2. *Воронова М. Ю.* Сучасна портретистика. Проблеми жанру / М. Ю. Воронова // Наукові записки Інституту журналістики : [наук. зб. / за ред. В. В. Різуна] ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. — К., 2002. — Т. 8 (лип. — верес.). — С. 145–148.
3. Гід журналіста : збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ / адаптація та упорядкування А. Лазаревої. — К., 2003. — 124 с.
4. *Григорьева Л. М.* Биографический очерк в современной российской журнальной периодике : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 — журналистика [Электронный ресурс] / Л. М. Григорьева. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/667>.
5. *Здоровега В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості : підручник / В. Й. Здоровега. — 3-тє вид. — Л. : ПАІС, 2008. — 276 с.
6. *Ковалева М. М.* Журналистика как социально-политический институт / М. М. Ковалева // Журналистика и политика : сборник статей / сост.: М. М. Ковалева, Д. Л. Стровский ; под науч. ред. М. М. Ковалевой. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. — 112 с.
7. *Лазутина Г. В.* Жанры авторского журналистского творчества в современных российских СМИ / Г. В. Лазутина, С. С. Распопова. — М. : Аспект Пресс, 2011. — 320 с.
8. *Мантуло Н. Б.* PR-текст у дискурсі сучасної преси / Н. Б. Мантуло // Наукові праці Кам'янець-Подільського нац. ун-ту ім. І. Огієнка: Філологічні науки. — Кам'янець-Подільський : Медобори—2006, 2011. — Вип. 25. — С. 159–161.
9. *Назайкин А. Н.* Три цвета медиарилейшнз [Электронный ресурс] / А. Н. Назайкин // Медиаскоп. — 2008. — Вып. 1. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/node/208>.
10. *Рыскова Т. М.* Политический портрет лидера: вопросы типологии / Т. М. Рыскова // Вестник МГУ. Серия 12. — 1997. — № 3. — С. 17–22.
11. *Чічановський А. А.* Політика, преса, влада / А. А. Чічановський, В. І. Шкляр. — К. ; М. : Славянський діалог, 1993. — 68 с.
12. *Шебеліст С. В.* Особливості розвитку сучасної української есеїстики в системі журналістських жанрів : дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : спец. 27.00.04 — теорія та історія журналістики / С. В. Шебеліст. — К. : КНУТШ, 2009. — 187 с.