

УДК 007 : 304 : 070

## МЕДІАПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ КОЛОНОК ЖУРНАЛУ «L’OFFICIEL УКРАЇНА»: ЕМОЦІЙНА ДОМІНАНТА

САДІВНИЧА Марина,

аспірант,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007, Україна; e-mail: marysad.journ@gmail.com

*У статті розглядаються медіапсихологічні особливості авторських колонок журналу «L’Officiel Україна» (L’Off. Укр.), при цьому особлива увага приділяється вираженню емоцій у тексті. За допомогою контент-аналізу виділено певні мовностилістичні маркери, які вказують на емоційне ставлення автора до піднятого питання. Визначено, що позитивне або негативне забарвлення текстів кожного автора, а відповідно і його ставлення до об’єкта відображення, здебільшого залишається незмінним у різних матеріалах. Це свідчить про те, що емоційна домінанта та особистість автора розкривається уже на першому етапі роботи над твором — вибору теми.*

**Ключові слова:** авторська колонка, емоції, об’єкт відображення, особистість автора.

### MEDIAPSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE AUTHOR’S COLUMNS OF THE MAGAZINE «L’OFFICIEL UKRAINE»: EMOTIONAL DOMINANT

*The article deals with the mediapsychological peculiarities of author’s columns of the magazine «L’Officiel Ukraine», the main attention is paid to expressing emotions in the text. With the help of content analysis are highlighted certain language stylistic markers, which indicate an author’s emotional attitude to the raised question. It is determined that the positive or negative emotionality of the texts of each author, and, consequently, his relation to the object of reflection, for the most part, remains unchanged in various materials. This indicates that the emotional dominant and personality of the author is revealed at the first stages of work on the text - the choice of the topic.*

**Key words:** author’s column, emotions, object of reflection, author’s personality, emotional dominant

**Вступ.** Авторські емоції, відображені у тексті, є однією з актуальних проблем дослідження журналістської творчості. Так, спілкуючись із читачем через текст, автор ділиться з ним своїми почуттями та переживаннями, впливає на його сприйняття твору та формування власних оцінок не лише на рівні логічних суджень, але й на рівні емоцій, у той же час емоції, виражені у тексті, визначають образ автора журналістського твору. Як зазначає В. Шкляр: «образ автора тісно пов’язаний із композиційним, емоційним-виразним способом розкриття теми і перебуває в прямій залежності від мови та стилю, тобто “емоційного підтексту”» [8, с. 10].

Відповідно, використання певних літературно-стилістичних засобів вираження задуму, через які проявляються авторські емоції, а також кількість та частота використання таких засобів, є одним із факторів, що визначають неповторний стиль певного автора. Найбільш емоційними жанрами серед арсеналу жанрів журналістики є художньо-публіцистичні, до яких відноситься і авторська колонка. Цей жанр передбачає наявність чіткої позиції публіциста та його власного стилю. На передній план у цих текстах виходить саме образ автора, а також його особистісне ставлення до дійсності. Таким чином, актуальним є дослідження саме авторських колонок щодо

© Садівнича М., 2019

емоційного ставлення автора до об'єкта відображення, тобто конкретного життєвого матеріалу, який складає основу журналістського твору.

Вивчаючи призначення жанру авторської колонки, Л. Кройчик визначає її як «монолог публіциста, який пропонує в образно-емоційній формі свою оцінку фактів та явищ дійсності» [4, с. 153]. Досліджуючи медіатекст як продукт журналістської творчості, науковці М. Яцимірська та Н. Драган звертають увагу на присутність у тексті «журналіста як творця» [9, с. 268]. Вони вивчають теорії емоцій, пов'язані з медійною творчістю та розглядають сприйняття текстів реципієнтами через призму емоцій, які ці тексти викликають [9, с. 267–276]. За словами О. Чернікової «колумніст стає ніби другом та постійним порадиником. Із ним можна погоджуватися або сперечатися, але його присутність на шпальті невідворотно стає для читача бажаною, а потім і необхідною» [7, с. 132–133]. Аналізуючи кореляцію між текстом та характером його автора, В. Белянін виводить типологію, за якою кожен тип тексту відповідає певному типові акцентуації: «Говорячи про тип тексту, ми маємо на увазі не стільки його сюжет або композицію, скільки емоційний задум, який лежить “за текстом”, який передує його появі та проявляється в кожному елементі тексту, і, природно, в стилі» [1, с. 265].

Загалом психологічні особливості взаємодії автор-читач в авторській колонці є предметом досліджень у багатьох авторів, але саме проблема емоційного ставлення автора до об'єкта відображення залишається недостатньо вивченою. Тож *новизна* запропонованого дослідження полягає у вивченні емоційної домінанти авторських колонок журналу та взаємодії автора з читачем через текст на емоційному рівні.

*Мета статті* — визначити прояви емоційного ставлення автора до об'єкта відображення в авторських колонках інтернет-версії журналу «L'Officiel Україна».

*Завдання:* проаналізувати авторські колонки журналу «L'Officiel Україна» й визначити особливості емоційних проявів автора та його ставлення до об'єкта відображення через використання певних літературно-стилістичних засобів вираження задуму; дослідити особливості взаємодії автора з читачем у структурі авторської колонки.

*Об'єкт дослідження* — авторські колонки журналу «L'Officiel Україна». *Предмет* — мовностилістичні маркери, що вказують на емоційне ставлення автора до об'єкта відображення.

**Методи дослідження.** Головним методом дослідження є контент-аналіз, а саме визначення у журналістських текстах літературно-стилістичних засобів вираження задуму та певних мовних маркерів, що вказують на емоційне ставлення автора до об'єкта відображення. За допомогою співставлення різних текстів кожного окремого автора та порівняння їх із текстами інших авторів визначено емоційну домінанту, притаманну кожному з аналізованих колумністів.

**Результати й обговорення.** «L'Officiel» — один із глянцевих світових журналів, що виходить в Україні на умовах франчайзингу. Бренд «L'Officiel», як стверджує саме видання, є найстарішим із нині існуючих французьких модних журналів. Перший примірник вийшов у 1921 році в Парижі, у 1938-му він став першим у світі глянцем, який опублікував кольорові фотографії. На сьогоднішній день журнал випускається у Франції, Росії, Китаї, Індії, Туреччині, Японії, Арабських Еміратах, Бразилії, Греції та Україні [11].

«Журнал, який знає про моду все, і навіть більше», — так позиціонує себе «L'Officiel». На його сторінках можна знайти матеріали про моду, красу, стиль, світське життя та особистостей. Окремою рубрикою йдуть авторські колонки. Саме до них ми звертаємося у нашому дослідженні.

Кожен автор колонок «L'Officiel Україна» спеціалізується на власній тематиці, у якій він є експертом. Так, наприклад, Олена Добровольська пише про тонкощі архітектури та дизайну, гештальт-терапевт Анна Солуніна розповідає про особливості

внутрішнього світу людини та його розвитку, мандрівник Антон Фрідлянд знайомить з новими незвичними місцями, які йому пощастило відвідати, Анна Варава досліджує український ринок моди, Анна Ставиченко розкриває перед читачем світ класичної музики та її виконання у різних куточках планети.

Нами проаналізовані колонки трьох авторів журналу «L’Officiel Україна»: Антона Фрідлянда, Анни Солуніної та Анни Ставиченко. Кожен із них має свій стиль і тематику, відповідно — об’єкти відображення у цих текстах різняться, проте дуже часто автори використовують схожі мовностилістичні засоби, що вказують на їхні емоційні оцінки.

Об’єкт відображення є одним із критеріїв, які визначають жанрову приналежність матеріалу. Емоційне ставлення автора до об’єкта відображення реалізується через використання певних літературно-стилістичних засобів вираження задуму. Ця система літературно-стилістичних засобів та певних словесних маркерів кожного тексту формує його загальну емоційно-сміслову домінанту, що, безперечно, впливає і на сприйняття його читачем, викликає емоційний відгук та визначає певний образ автора.

Звертаючись до поняття емоційно-сміслові домінанти тексту В. Белянін розглядає його як «систему когнітивних та емоційних еталонів характерних для певного типу особистості й таких, що служать психічною основою метафоризації та вербалізації картини світу в тексті» [1, с. 57].

Аналізуючи тексти різних авторів щодо відображення у них емоційного ставлення, ми звернулися до класифікації К. Ізарда [3]. Серед головних позитивних диференціальних емоцій науковець виділяє зацікавлення та радість. Подив як емоція, на його думку, не має чіткого позитивного або негативного забарвлення. До негативних емоцій відносяться страждання, гнів, відроза, презирство, страх та сором.

Схильності та світосприйняття публіцистів залишають помітний слід у їхніх творах. Розглядаючи тексти кожного автора, ми помітили, що емоційна домінанта текстів здебільшого зберігається. Так, у колонках Антона Фрідлянда переважають позитивні емоційні оцінки, а в текстах Анни Солуніної можна знайти яскраво виражене негативне ставлення до піднятого питання. Колонки Анни Ставиченко майже емоційно збалансовані.

Головна тема колумніста Антона Фрідлянда — подорожі, цікаві місця та люди, яких він там зустрічає, головна емоція — зацікавлення. У нарисі «Залягти на дно в Хуакіні» (L’Off. Укр, 29.11.2016) розповідає про місто, посилаючись на історичні дані, наприклад: «Доброзичливе ставлення тайців до цих дрібним шкідників має легендарні коріння: згідно з переказами, в давнину мавпячий король допоміг врятувати кохану сіамського правителя». Такі відомості здебільшого є емоційно нейтральними, але особисті враження, якими ділиться автор, та деталі демонструють неабияку зацікавленість темою, тобто мають позитивне емоційне забарвлення: «Прогулюючись серед сотень макак, які доглядають своїх діточок, вишукують один в одного бліх, а іноді влаштовують прочуханку тим, хто провинився, відчуваєш себе нелегалом в мавпячому царстві». Ставлення автора до об’єкта відображення впливає і на практичні поради, які він дає можливим новим відвідувачам міста: «Почати огляд тутешніх пам’яток варто з Літнього королівського палацу, розташованого на морському березі». Сам же опис місцевості демонструє спокій, розслабленість та радість від перебування у цьому місці: «Хуакін — тихе та затишне містечко зі спокійним чистим морем і широким пляжем», «Тиковий палац скоріше схожий на затишний сад з безліччю галерей і альтанок, де монарх міг відволіктися від справ державної ваги і просто помилуватися морськими видами». А, поринаючи в атмосферу міста, автор відкрито демонструє своє захоплення: «Взагалі, Хуакін — місто дуже творче», «Це місце має яскраву харизму», по-доброму іронізує: «Тому годувати приматів купленими тут же бананами варто лише людям,

які спокійно ставляться до того, що по їх тілу лазить десяток макак різної статі та розміру».

Інша колонка Антона Фрідлянда — «Туктук» (L'Off. Укр, 4.02.16) — це розповідь, яку автор почув під час однієї зі своїх подорожей, але об'єктом відображення тут постає скоріше сам оповідач: «Мій новий знайомий — статний француз років шістдесяти. Невелике черевце, великий ніс і такі ж великі окуляри в роговій оправі, сиве волосся зібране в пучок на потилиці» — описує Антон Фрідлянд свого співрозмовника, відмічаючи дрібні деталі, чим показує, що сам оповідач цікавиться його значно більше, ніж його розповідь. «Зробивши паузу, він пригубив кави і закури́в сигарилу. Під час розповіді він весь час крутив кільце на пальці, але тепер забув про цей тик». Своє зацікавлення автор виказує також словами: «...і я розташувався зручніше, намірившись слухати», «Франсуа взяв чергову інтригуючу паузу, і я всім своїм виглядом намагався показати, що дуже зацікавлений його розповіддю — власне кажучи, так і було». Передаючи слова самого оповідача, автор демонструє його розсудливість та здоровий глузд: «Я особливо не намагався його втримати... Лише дав йому кілька порад щодо безпеки», «Як ти розумієш, це була частина її плану», «Спочатку я теж так подумав, — відповів Франсуа. — Але потім вирішив». Таким чином, з тексту видно, що Франсуа викликає в автора не тільки зацікавлення, але й повагу та симпатію.

Таким чином автор активно демонструє позитивне ставлення до того, про що він пише, при цьому не нав'язує читачеві власної позиції, дозволяючи йому створити особисте уявлення про світ, який розкривається перед ним у тексті. Звертаючись до типології текстів, виведеної В. Белянїним [1], та методів аналізу, покладених у її основу, а саме — аналізу семантичних та стилістичних особливостей тексту, що вказують на емоційно-сміслову домінанту, тексти Антона Фрідлянда можна віднести до «світлих».

Проаналізовані колонки Анни Солуніної мають різне емоційне забарвлення. Так, ми бачимо, що її ставлення до різних об'єктів відображення також різняться. Колонка «Психологія: Безкінечний саморозвиток та жага досконалості — чому час зупинитися» (L'Off. Укр, 28.02.2019) є дуже емоційною. Обравши об'єктом відображення заохочувану в сучасному суспільстві тенденцію до активного та постійного саморозвитку, у тексті авторка більше демонструє власне ставлення до цього питання, ніж розкриває його суть. На початку твору Анна Солуніна порівнює успіх та досягнення з лате, де головне — пінка. Вона виказує своє зневажливе ставлення та навіть деяке презирство до об'єкту відображення: «Навіть якщо він приготовлений на третьосортному еспресо, ви не відчуєте цього». Звертаючись до читача на Ви, вона протиставляє його собі та власному ставленню до проблеми: «Ви зобов'язані особистісно зростати, збільшувати фінансові потоки, міняти роботу, якщо вона не розвиває вас, інакше — ви за бортом», «І якщо ви жадаєте похвали, як алкоголік пива в спекотний полудень, ви із задоволенням станете ходяком у ці «злачні місця». Узагальнює: «Сьогодні всі шукають формулу щастя» та намагається вплинути на читача шляхом залякування: «Але ігноруючи поступовий рух вперед, ви можете заплатити занадто високу ціну — відчуттям нікчемності і поганим настроєм в період стагнації».

Такий текст можна віднести до «темних», автор не сприймає оточуючої дійсності та не бачить чітких шляхів вирішення поставленої проблеми. Порада, яку дає Анна Солуніна наприкінці матеріалу: «...краще, що можна зробити для своєї душевної рівноваги, — пам'ятати, що ви не безкінечні».

На протигагу цьому матеріалові, колонка Анни Солуніної «Усі говорять «тобі потрібно закрити гештальт»: Що це і навіщо це робити?» (L'Off. Укр, 23.01.2019) містить у собі зовсім мало емоцій. Мета — дати читачеві інформацію для роздумів. У матеріалі переважають конкретні факти, які авторка ілюструє зрозумілими для

читача прикладами: «Завдяки саморегуляції наш організм здатний виокремлювати важливу в даний момент «фігуру», а інші відсувати на задній план» — факт. «Припустимо, на новорічному столі ви з ходу помічаєте пляшку віскі та абсолютно байдужі до олів'є та курки в кленовому сиропі. Схоже, ваша «фігура» — випивка, а святковий стіл — лише фон» — приклад. «Як тільки нагальна потреба задовольниться (ви таки пропустите скляночку), гештальт завершиться, втратить свою актуальність і поступиться місцем новому побратимові» — пояснення. Розтлумачуючи суть піднятого питання, Анна Солуніна виказує власне зацікавлення та навіть захоплення цією темою: «І це по-справжньому поетична частина гештальту!».

Тут ми вже не бачимо тієї похмурості, яка спостерігалася у першому матеріалі, але знаходимо дещо зверхне та іронічне ставлення до читача: «Ви, звичайно, можете бачити в психологу рятівного доктора, але я розчарую: він швидше ваш провідник складним лабіринтом внутрішнього світу», «Новачки» часто роздратовано скаржаться на те, що терапевт занадто багато уваги приділяє почуттям, буквально провокуючи реакцію. Начебто більше нема про що говорити!» Таким чином, емоційна домінанта текстів визначається об'єктом відображення, тому може відрізнитися в різних колонках автора. Але ми також спостерігаємо мотиви, які є незмінними, що вказує на певні риси характеру самого автора.

Провідною темою колонок Анни Ставиченко є класична музика та її виконання у великих концертних залах світу. Детальний аналіз кожного концерту та використання професійної термінології свідчить про те, що автор не просто цікавиться цією темою, а має певну професійну підготовку. Та емоційна складова її текстів не менш потужна, ніж аналітична.

Розуміючи, що не всі з її читачів професійні музиканти, автор намагається спростити подачу інформації, використовуючи зрозумілі читачеві порівняння, загострює увагу на деталях, іронізує. Так, описуючи акустику у залі Elbphilharmonie (Колонка «Диво-фестиваль у гостях у диво-філармонії» (L'Off. Укр, 23.10.2017), вона говорить: «Ти чхнув — це чутно в будь-якій точці залу, тебе всі ненавидять. У тебе дзвякнули ключі в сумці — молись, щоб меломани випустили тебе з залу живим... Але коли в Elbphilharmonie грають добре — це суцільне задоволення: кожен тембр розквітає всією своєю красою, при цьому ансамбль добре збалансований».

Іронія в словах звучить і в ставленні до деяких відвідувачів концертного залу: «Публіка гамбурзького дива поки досить кумедна, багато хто приходить сюди не послухати музику, а подивитися на «ту саму будівлю»... роблять обов'язковий чекін у модному місці та йдуть святкувати цю радісну подію».

Особлива нетерпимість та навіть гнів простежуються у ставленні Анни Ставиченко до неякісного виконання: «Недоречно гучний оркестр у концерті Лало Заглушав делікатну й технічно бездоганну гру зіркової аргентинської віолончелістки Соль Габетти, трагізм і філософічність симфонії Чайковського практично зникли за наполегливими темпами й динамікою нідерландського музиканта з диригентською паличкою, а Vorspiel до вагнерівського «Лоенгрину», ця божественна музика, яка справляє на слухачів гіпноотичний вплив, в інтерпретації Ван Зведена сприймалася як незграбний танк, склеєний із пап'є-маше нервовим підлітком».

Якщо ж авторка описує якісне та професійне виконання, вона яскраво демонструє своє захоплення, радість та зацікавлення: «Тому що ця музика полонить, вона зупиняє час, а разом з ним і втому», «...чудовий оркестр Угорського радіо, блискучий диригент Адам Фішер... солісти, основну частину яких склали талановиті угорські співаки...», «...додало всій тетралогії відчуття перебування на межі людських можливостей» (Колонка «Життя у «Кільці нібелунга», або як витримати 16 годин музики Вагнера» (L'Off. Укр, 24.06.2015).

Активний, динамічний та місцями дещо різкий стиль текстів дозволяє віднести колонки Анни Ставиченко до типу «активних».

**Висновки та перспективи.** Аналіз авторських колонок, опублікованих у журналі «L'Officiel Україна» показав, що, завдяки використанню певних літературно-стилістичних засобів вираження задуму, кожен автор демонструє власне емоційне ставлення до об'єкта відображення. Будучи найбільш особистісно-орієнтованим жанром, авторська колонка дозволяє журналістові самостійно обирати тему, відповідно до власних уподобань та інтересів. Тож об'єкт відображення творів кожного автора визначається його особистісними рисами. Ми помітили, що емоційне забарвлення текстів кожного автора, а відповідно і його ставлення до об'єкту відображення, здебільшого залишається незмінним. Це свідчить про те, що особистість автора розкривається уже на першому етапі роботи над твором — вибору теми. Кожен автор самостійно обирає, про що він збирається розказати своєму читачеві, які емоції, позитивні чи негативні, прагне в нього викликати.

Різняться також і стиль подачі матеріалу. Створюючи текст, колумніст може загострити увагу на позитивних або негативних аспектах теми, спробувати наптовхнути читача на роздуми або викликати у нього певні емоції. Крім того, він може запропонувати своє бачення вирішення певного питання, дати практичні поради.

Саме емоційність колонок кожного автора є одним з аспектів, які визначають неповторний авторський стиль, роблять матеріали більш цікавими та близькими до читача. Відбувається взаємодія автора з читачем, оскільки сприйняття тексту, насиченого певними емоціями, формує у свідомості читача образ автора та його власний емоційний відгук як на описувану проблему так і на самого журналіста.

**Перспективу подальших досліджень** вбачаємо у вивченні впливу особистісних характеристик та внутрішніх станів автора на художньо-публіцистичний твір, а також особливостей сприйняття читачами певних психологічних рис текстів.

1. *Белянин В. П.* Основы психолінгвистической диагностики. (Модели мира в литературе) / Белянин В. П. — М.: Тривола. — 2000. — 248 с.

2. *Здоровега В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості: [підруч.] — Здоровега В. Й. — Львів: ПАІС, 2004. - 268 с.

3. *Изард, Кэррол Э.* Психология эмоций: [Пер. с англ.] / К. Э. Изард. — СПб. и др.: Питер, 2000. — 460 с

4. *Кройчик Л. Е.* Система журналистских жанров / Л. Е. Кройчик // Основы творческой деятельности журналиста : учеб. [ред. сост. С. Г. Корконосенко]. — СПб. : Знание, СПб ИВЭСЭП, 2000.

5. *Потебня А. А.* Мысль и язык / Потебня А. А. // Слово и миф. — М.: Правда. — 1989. — С. 17–200

6. *Свалова М.* «Психологія» взаємодії автор-читач у структурі авторської колонки (за матеріалами Ю. Андруховича й О. Гембік) / М. Свалова // Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (12–13 жовтня 2016 р.) [наук. ред. В.М. Каленич]. — Вінниця, 2016. — 353 с.

7. *Черникова Е. В.* Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособ. / Черникова Е. В. — М. : Гардарики, 2005. — 287 с.

8. *Шкляр В.* Образ автора: композиційно-мовленнєвий аспект / В. Шкляр // Образ. — Вип 10. — 2009. — С. 9–10.

9. *Яцимірська М., Драган Н.* Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій) / М. Яцимірська, Н. Драган // Вісник Львівського ун-ту Серія журналістика. — 2007. — Вип. 30. — С. 267–276

10. *Khomenko T.* (2018) Dialogical foundation of the publicist's communicative ethics: dialogical levels of the "Communicative pyramid". Social Communication Volume 1, 25-32

11. *О моде* из официальных источников [Електронний ресурс] // L'Officiel Україна. — Режим доступу: <https://officiel-online.com/redakcija>

1. Belyanin, V.P. (2000), *Osnovy psicholingvisticheskoy diagnostiki (Modeli mira v literature) [Fundamentals of Psycholinguistic Diagnosis (World models in literature)]* / Trivola, Moscow, Russia

2. Zdorovega, V. Y. (2004) *Teoriya i metodika zhurnalistskoyi tvorchosti* [Theory and methodology of journalistic creativity], Lviv: PAIS, Ukraine
3. Izard, Kerrol E. (2000), *The Psychology of Emotions* [Per. s angl.], SPb. i dr.: Piter, Russia
4. Kroychik, L. E. (2000), *System of journalistic genres, Osnovy tvorcheskoy deyatelnosti zhurnalista* [Fundamentals of journalist’s creative activity]: ucheb. [red. sost. S. G. Korkonosenko]. – SPb. : Znanie, SPb IVESEP, Russia
5. Potebnya, A.A. (1989) *Thought and language, Slovo i mif* [Word and myth], Pravda, Moscow, Russia
6. Svalova M. (2016), “Psychology” of the author-reader interaction in the structure of the author’s column (based on materials by Y. Andrukhovych and O. Gembik), *Suchasniy mas-medIyniy prostir: realiyi ta perspektivi rozvitku: materIali II Vseukrayinskoyi naukovopraktichnoyi konferentsiyi (12–13 zhovtnya 2016 r.)* [nauk. red. V.M. Kalenich]. Vinnitsya, Ukraine
7. Chernikova, E. V. (2005), *Osnovy tvorcheskoy deyatelnosti zhurnalista* [Fundamentals of journalist’s creative activity], Gardariki, Moscow, Russia
8. Shklyar, V. (2009), *The author’s image: compositional-speech aspect*, *Obraz*, Iss.10. P. 9–10.
9. Yatsimirska, M., Dragan, N. (2007), *Mediatekst as a product of journalistic creativity (psycholinguistic analysis of logical perception and emotions)*, *Visnik Lvivskogo un-tu Seriya zhurnalistika*, Iss. 30, P. 267–276
10. Khomenko T. (2018) *Dialogical foundation of the publicist’s communicative ethics: dialogical levels of the “Communicative pyramid”*. *Social Communication Volume 1*, 25-32
11. *O mode iz ofitsialnyih istochnikov* [Elektronniy resurs], L’Oficiel Ukraine, available at: <https://officiel-online.com/redakcija>.

UDC 007 : 304 : 070

## **MEDIAPSYCHOLOGICAL FEATURES OF THE AUTHOR’S COLUMNS OF THE MAGAZINE «L’OFFICIEL UKRAINE»: EMOTIONAL DOMINANT**

**Sadivnycha Maryna**, Phd student,

Sumy State University, 2, Rymsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: [marysad.journ@gmail.com](mailto:marysad.journ@gmail.com)

**Introduction.** The author’s emotions which reflected in the text are one of the topical issues in the study of journalism. By communicating with the reader through the text the author shares his feelings and experiences with him, affects his perception of the work and the formation of his own assessments not only at the level of logical judgments, but also at the level of emotions. At the same time, the emotions expressed in the text determine the image of the author of a journalistic work. One of the greatest emotional genres is the author’s column.

**The aim** of the research is to identify the manifestations of emotional attitude to the object of reflection in the author’s columns of the online version of the magazine «L’Oficiel Ukraine».

**Methodology.** The main method of research is content analysis, which involves the search of literary and stylistic means of expressing the conception and certain language markers pointing to the author’s emotional attitude towards the object of reflection in the texts. By matching the different texts of each author and comparing them with the texts of other authors defined emotional dominant which inherent in each of the analyzed columnists.

**Results.** The columns of three authors of the magazine “L’Oficiel Ukraine” are analyzed. Each of them has its own style and subject matter, respectively, the objects of reflection in these texts are different, but very often the authors use similar language tools which indicate their emotional factors. The preferences and views of publicists leave remarkable mark in their writings. Considering the texts of each author, we noticed that the emotional dominant of texts is mostly stored.

**Conclusions.** Each author demonstrates his own emotional attitude to the object of reflection through the use of certain literary and stylistic tools. The author’s column is the

most personality-oriented genre, which allows journalists to independently choose a topic according to their own preferences and interests. The emotionality of the texts of each author, as well as his relation to the object of reflection, for the most part remains unchanged. Thus, the personality of the author is revealed already at the first stages of work on the text - the choice of the topic. In addition, there is an interaction between the author and the reader since the perception of a text saturated with certain emotions forms in the minds of the reader the image of the author and his own emotional response to both the described problem and the journalist.

**Key words:** *author's column, emotions, object of reflection, author's personality, emotional dominant.*

Стаття надійшла до редакції 22.05.2019.