

(Херсон)

ЩОДО ПРОБЛЕМИ ЖАНРОВОЇ СПЕЦИФІКИ ФЕЙЛЕТОНУ

У статті розглянуто специфіку фейлетону як художньо-публіцистичного жанру, його різновиди та особливості композиції.

Ключові слова: публіцистичний стиль, газетний стиль, інформаційний стиль, фейлетон.

The article deals with the specificity of feuilleton as an artistic publicistic genre, its types and peculiarities of its composition.

Key words: publicistic style, newspaper style, informative style, feuilleton.

Лінгвістичні дослідження художньо-публіцистичних текстів в Україні та за її межами проводяться протягом достатньо тривалого часу [7; 9; 13; 16; 18; 19]. У наукових розвідках стикаються інтереси спеціалістів зі стилю, поетики, а також інтереси професійних журналістів, пропагандистів, іміджмейкерів. Досліджується різноманіття способів створення вдалого образу у відносно короткому і доступному для адресата тексті. Встановлюється вплив на створюваний текст екстралінгвістичних умов, мовної картини світу. Вивчаються особливості прочитання публіцистичного тексту з урахуванням контексту, що містить імпліцитну інформацію, актуальну для розуміння тексту.

Щоправда публіцистичний стиль трактують різні науковці неоднаково. Традиційно більшість дослідників ототожнюють поняття «публіцистичний стиль» і «газетний стиль». Однак І.Р. Гальперин чітко відрізняє публіцистичний стиль від газетного стилю, в межах якого лінгвіст розрізняє: а) стиль газетних повідомлень, заголовків і оголошень, котрі, на його думку, і є суттю газетного стилю; б) стиль газетних статей, що є різновидом публіцистичного стилю, куди також належать ораторський стиль і стиль есе [19, с. 295].

Проте таке об'єднання специфічних рис мови газети в поняття газетного стилю вважаємо неправомірним, адже при цьому ознаки функціонального стилю підмінюються ознаками жанру. Крім того, в передовицях, текстах політичних документів і виступів, у статтях про культуру, науку чи техніку відображаються різні стилеві системи мови. Нарівні з публіцистичним стилем у газеті може бути наявний і офіційно-діловий під час публікації документів загального значення, і науковий; нарешті, в газетах друкуються і художні твори або уривки з них.

Д.Х. Баранник навіть пропонує виділяти не газетний, а інформаційний стиль. Дослідник стверджує, що в усній і писемній мовній практиці є велика група жанрових форм особливого призначення, які набули цілком конкретної стильової визначеності. Це передусім значна частина газетних матеріалів, інформаційні передачі, радіо і телебачення, усні повідомлення. До жодного з перерахованих стильових різновидів літературної мови їх зарахувати не можна. Це, безперечно, своєрідний стиль літературної мови. За жанром оформлених у цьому стилі матеріалів його автор називає інформаційним [2, с. 3].

Класифікуючи стилі, або функціональні різновиди мови, І.Г. Чередниченко описує стиль масової преси і виокремлює при цьому інформаційний та власне публіцистичний стилі [18, с. 54–58]. В.В.

Зайцева, зважаючи на практику вживання різних термінів щодо номінації того самого об'єкта, взагалі пропонує використовувати назви публіцистичний та інформаційний (стиль) як синонімічні [7, с. 83]. Хоча у своїй науковій розвідці «Особливості газетно-публіцистичного стилю» авторка стверджує, що «ми маємо досить підстав включати до складу функціональних стилів ще один спеціальний стиль – інформаційний». Це, на її думку, дасть змогу під час вивчення відповідних тем зі стилістики чіткіше представити систему функціональних стилів української мови, теоретично обґрунтувати лінгвостилістичні відмінності між мовленням інформаційним і власне публіцистичним [7, с. 91].

Існує певна дискусія і стосовно статусу газетного стилю. Деякі лінгвісти вважають, що існування газетного стилю зумовлене і певною метою комунікації, і наявністю специфічної системи мовних засобів. Однак ці властивості реалізуються тільки в окремих матеріалах газети: коротких інформаційних повідомленнях, газетних звітах, інформаційних статтях, рекламах і оголошеннях, заголовках і в передовицях. Проте реклама і оголошення в газетах нічим не відрізняються від тих, що представлені в інших засобах масової інформації. Автори підручника «Стилїстика англійської мови» О.М. Мороховський, О.П. Воробйова, Н.І. Лихошерст і З.В. Тимошенко стверджують, що можливість існування «власне інформаційних статей» у газеті є досить сумнівною, адже вибір і публікація матеріалу завжди визначаються ідеологічними установками друкованого видання [16, с. 239]. Таким чином, специфічно газетний стиль виявляється лише в коротких інформаційних повідомленнях, газетних звітах і заголовках. Своєрідність газетних заголовків у пресі не є вагомою підставою для того, щоб стверджувати про наявність окремого функціонального стилю. Повністю погоджуємось із думкою окремих лінгвістів про доцільність говорити не про газетний стиль, а про мову газети взагалі, розуміючи під цим поняттям і особливості мови, і жанрову специфіку.

Виявлення лінгвістичних особливостей художньо-публіцистичних типів текстів витікає із загальних ознак жанру та його текстових функцій. О.Я. Мастерова ототожнює поняття «жанр» і «тип тексту» [12, с. 164]. Під журналістськими жанрами, відповідно до О.О. Тертичного [17], розуміються стійкі типи публікацій, які об'єднані подібними формально-змістовими ознаками. О.Я. Мастерова відзначає, що саме такі жанроутворюючі ознаки дозволяють віднести текст до певного жанру: 1) об'єкти зображення; 2) способи відображення дійсності (фактографічний, аналітичний, наочно-образний); 3) функції відображення (пропагандистські, комерційні, рекламні, критичні та ін.), 4) творчі цілі (інформувати, висловити власне ставлення) [12, с. 165]. Для здійснення творчих цілей також використовуються різноманітні методи, які О.О. Тертичний поділяє на три групи: а) емпіричні або документальні, тобто методи підбору інформації, характерні для бесід, інтерв'ю; б) теоретичні методи (логічний, історичний, аналіз, синтез, аналогія); в) методи наочно-образного узагальнення, що спираються на прийоми асоціації, фантазії, метафоризацію, гіперболізацію, тощо [17].

Сучасна українська сатирична публіцистика чутливо реагує на зміни в суспільстві, тому сатирики активно шукають нові форми й засоби поєднання конфліктного та комічного. До основних типів художньо-публіцистичних текстів соціально-критичного спрямування належать фейлетон, глоса, памфлет, нарис, репортаж, пародія.

У центрі нашої уваги – фейлетон. Дослідженням фейлетону як літературного/журналістського жанру займалися І.Р. Гальперин, Л.Є. Кройчик, О.Я. Мастерова, О. Почапська, О.О. Тертичний та ін.

Актуальність цієї статті зумовлена її відповідністю сучасним напрямкам лінгвістики, необхідністю здійснення лінгвостилістичного аналізу фейлетону як короткого і доступного для адресата тексту, в

якому в комічно-сатиричному плані викриваються вади суспільства, а вдало створені образи є втіленням злободенних проблем.

У статті маємо за мету прослідкувати жанрову специфіку фейлетону, його різновиди та особливості композиції.

Фейлетон (франц. feuilleton – лист, аркуш) – невеликий за обсягом жанр художньо-публіцистичної літератури злободенного змісту, якому притаманні сатиричність, динамізм викладу, невимушена композиція, пародійність, застосування позалітературних жанрів, зокрема приватного та ділового листа, доповіді, резолюції тощо [11, с. 27].

У прозовий текст фейлетону можуть бути включені віршовані фрагменти. Фейлетон вважається проміжною ланкою між оповіданням, новелою, нарисом та характеризується чіткою фактичною основою з наявним авторським підтекстом. За тематикою Л.Є. Кройчик виокремлює такі типи фейлетону: художній, документальний, із «невказаною адресою», узагальнювальний, проблемний, оглядовий, «проти явища», «проти особистості» [11, с. 27].

В англійських лексикографічних джерелах подано таке визначення цього жанру: фейлетон – це короткий літературний твір фамільярного тону та знайомого змісту, що містить визнання, спогади автора, картини з життя тварин, символічні розповіді, які натякають на особисті та національні проблеми [20, с. 1016].

Фейлетон як літературно-публіцистичний газетний твір сатиричного характеру започаткований 28 січня 1800 р., коли при французькій газеті «Journal des Debats» з'явився листок-додаток (feuilleton), спочатку заповнюваний театральною хронікою, віршами, загадками, шарадами, рецензіями, тощо. Згодом такого характеру твори були перенесені на повноцінну газетну сторінку. Тривалий час вони посідали там чільне місце: друкувалися у спеціальному розділі газети. Ще на початку ХХ століття жанрові особливості таких публікацій не враховувалися: фейлетоном вважали все, опубліковане у газеті «підвалом», тобто в нижній частині газетної полоси (навіть великий белетристичний твір міг називатися фейлетоном) [5, с. 258].

Серед найвідоміших майстрів фейлетону можемо відзначити постійну колонку американського фейлетоніста Арта Бухвальда у виданні «International Herald Tribune», подібну колонку Майлса Кінгтона в англійській газеті «The Times» і звісно гумористично-сатиричні твори Остапа Вишні на шпальтах української газети «Народна воля», журналу «Червоний перець» та ін.

Фейлетон як тип публіцистичного тексту має структуру, що реалізує загальні вимоги до публіцистичних текстів, а також специфічні ознаки цього жанру.

При реалізації загальних і специфічних вимог у тексті фейлетону відіграють роль «творчі протиріччя», характерні цьому жанру:

- протиріччя між відносною стислістю і насиченістю тексту інформацією;
- відносно протиріччя між художнім, сатиричним і публіцистичним началом фейлетону [12, с. 165].

Творче протиріччя між відносною стислістю тексту фейлетону і його інформаційною насиченістю вирішується шляхом створення двох видів фейлетону, які Л.Є. Кройчик класифікує як белетристичний та публіцистичний [11, с. 32]. Сатиричне викриття певних явищ через систему художньо осмислених образів – ось основна лінія белетризованого фейлетону. У публіцистичному

фейлетоні ця мета досягається іншим чином. Узагальнення, властиве сатири, реалізується тут не через систему художніх образів, а через образ-тезис, образ-думку. Система логічних умовиводів дозволяє фейлетоністу досягти певного результату. Поняття публіцистична категорія в такому фейлетоні може не перетворюватися в художній образ, але вона пов'язана воєдино з іншими поняттями і уявленнями публіциста, ця категорія виконує ту ж функцію узагальнення, що й художній образ [11, с. 22].

Дещо розмиті поняття «образ-тезис» і «образ-думка», як зазначає О.Я. Мастерова, можна уточнити за допомогою усталеного когнітивно-лінгвістичного поняття «концепт» [12, с. 164]. «Концепт – термін, який слугує для пояснення одиниць ментальних і психічних ресурсів усвідомлення і тієї інформаційної структури, що відображає знання і досвід людини. На відміну від поняття, котре реалізується в логічній формі і відображає найбільш суттєві ознаки предмета чи явища, до складу концепту входять різнотипні одиниці оперативної свідомості, такі як уявлення, образи, поняття» [10, с. 90]. Таким чином, концепт уміщує в собі як образність, так і аналітичність.

Виокремлення публіцистичного та белетристичного різновидів фейлетону необхідне лише для жанрового аналізу; насправді ж, ці два типи не мають чітких меж; в одному й тому ж тексті спостерігаються елементи, наявні як в одному, так і іншому видіві. Тим не менш, є всі підстави об'єднувати белетристичний і публіцистичний фейлетон в єдиний тип тексту. Обидва види мають одні й ті ж завдання і об'єкт відображення. Способи вирішення завдань, не дивлячись на всю різницю, мають більше спільних рис, ніж відмінних. В обох випадках внутрішня структура фейлетону залишається тією ж самою. Вона основана на дотриманні зовнішньої (формальної) подібності між фактом і його викладом. Однак формальна правдоподібність знімається заміною реальної ситуації на штучну. Нерідко вводиться асоціативна тема для порівняння об'єктів і понять. У фейлетоні необхідним є дотримання ідентичності кінцевого результату у структурі тексту й реального факту [11, с. 113].

Під зовнішньою (формальною) подібністю між фактом і його викладом розуміється виклад матеріалу, при якому автор дотримується хронології описуваних подій, вводить об'єкти в текст із конкретними іменами і не допускає тропічних перейменувань. Однак дана подібність є формальною, оскільки автор фейлетонів експліцитно або імпліцитно вводить власну оцінку подій асоціативною темою, що не порушує хронологію. Тим самим змінюється сенс описуваної ситуації.

Белетристичний і публіцистичний фейлетон може бути як адресним, так і безадресним [11, с. 49]. Адресний фейлетон загострює увагу на конкретних фактах, їх сатиричній суті. У безадресному фейлетоні об'єднуються декілька фактів, що є складовими проблеми, яка досліджується автором.

Д.С. Григораш поділяє фейлетони на документальний та проблемний [5, с. 258-259]. У документальному фейлетоні фактичною основою є реальна подія, життєвий приклад або якась особа. Автор не переінакшує інформацію, не домислює, а відбирає для опису лише виразні, актуальні, злободенні явища. В центрі другого типу фейлетону – не конкретна особа, а проблема, підкріплена взятими з багатьох джерел фактами. Уся оповідь розгортається навколо ключового питання, якому підпорядкований фактичний матеріал.

Таким чином, жанрові властивості та функціональне навантаження фейлетону можна звести до декількох позицій, а саме:

1. Загальні вимоги до фейлетону як типу публіцистичного тексту соціально-критичного спрямування: відносна стислість, відсутність абстрактних висловлювань, інформаційна

насиченість, полемічність, маніфестація авторського ставлення до об'єкта зображення, аналітичність як пошук істини разом з читачем.

2. Специфічні вимоги і завдання: злободенність й оперативність, виявлення сатиричної суті факту, створення сатиричного образу чи концепту.
3. Об'єкт фейлетону: факт, що стосується героя, процесу, події і т.п.
4. Фейлетон становить собою суперечливу єдність публіцистичного, сатиричного і художнього начал.
5. Творче вирішення протиріч полягає в створенні двох типів фейлетонів: публіцистичного і белетристичного.
6. Обидва види можуть бути адресними і безадресними, документальними та проблемними.
7. Внутрішня структура обох видів фейлетонів така:
 - дотримання зовнішньої (формальної) подібності між фактом і викладом;
 - зняття формальної правдоподібності шляхом заміни реальних подій на вигадану ситуацію;
 - дотримання ідентичності кінцевого результату в структурі і реальному факті [12, с. 165].

Фейлетон як один із жанрів, що належить до публіцистичного стилю, відзначається гострим суспільно-політичним змістом, актуальністю й оперативністю проблематики, сатирично-гумористичною образністю, жвавим дотепним викладом. Як художньо-публіцистичний жанр фейлетон не просто сухо описує факти, а піддає їх сатиричній типізації та узагальненню.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні лінгвістичних особливостей тексту англomовного фейлетону в аспекті його інформаційної цінності та можливого формування суспільної думки через специфічний інструментарій прагмалінгвістичних, соціолінгвістичних, лінгвокультурологічних та психологічних засобів (одиниць, операцій, процесів, механізмів); продовженні дослідження специфіки текстів, що мають гумористичний або сатиричний характер і створюються з метою висміювання або привернення уваги до важливих суспільних проблем чи тенденцій, на матеріалі сучасних фейкових новин в англomовних засобах масової інформації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка (стилистика декодирования) / И.В. Арнольд. – Л.: Просвещение, 1981. – 295 с.
2. Баранник Д.Х. До питання про інформаційний стиль мови / Д.Х. Баранник // Мовознавство. – 1967. – С. 3-10.
3. Бобков А.К. Газетные жанры: учеб. пособие / А.К. Бобков. – Иркутск: Иркут. ун-т, 2005. – 64 с.
4. Власов В.И. Газетные жанры / В.И. Власов. – М.: Политиздат, 1976. – 176 с.
5. Григораш Д.С. Журналистика у термінах і виразах / Д.С. Григораш. – К.: Вища школа, 1974. – 296 с.

6. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / Т.О. Приступенко, Р.В. Радчик, М.К. Василенко та ін.; за ред. В.В. Різуна. – К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2010. – 287 с.
7. Зайцева В.В. Особливості газетно-публіцистичного стилю [Електронний ресурс] / В.В. Зайцева // Дослідження з лексикології і граматики української мови. – Вип. 10, 2011. – С. 82-91. – Режим доступу: <http://ukrmova.com.ua/2011/Artcl11.pdf>.
8. Козачек Е. Особенности перевода сатирических текстов (на материале оригинала и перевода фельетона Д. Барри) [Электронный ресурс] / Е. Козачек. – Режим доступа: http://linguistics.kspu.edu/webfm_send/1496.
9. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту: навч. посіб. / Ірина Миколаївна Кочан. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К.: Знання, 2008. – 423 с.
10. Краткий словарь когнитивных терминов [Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, Ю.Г. Панкрац, Л.Г. Лузина]. – М.: Фил. ф-т МТУ им. М.В. Ломоносова, 1997. – 245 с.
11. Кройчик Л.Е. Современный газетный фельетон / Л.Е. Кройчик. – Воронеж: Воронежский ГУ, 1975. – 230 с.
12. Мастерова О.Я. Фельетон как тип текста в системно-структурном и стилистическом аспектах (на материале немецкоязычного фельетона) [Електронний ресурс] / О.Я. Мастерова // Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна Вісник ХНУ ім.В.Н.Каразіна. – Харків: Видавництво ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 1964. – № 930: Серія: Романо-германська філологія. Methodика викладання іноземних мов. Вип.64. – 2010. – С. 164-169. – Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6473/2/10moymnf.pdf>.
13. Мацько Л.І. Стилiстика української мови: Підручник / Л.І. Мацько, О.М. Сидоренко, О.М. Мацько. – К.: Вища школа, 2003. – 462с.
14. Піддубняк В.Г. Словник журналіста і видавця / В.Г. Піддубняк. – Херсон: ХМД, 2005. – 120 с.
15. Почапська О. Фейлетон як провідний жанр сатиричної публіцистики 1917-1921 рр. (за матеріалами газет Наддніпрянської України) / О. Почапська // Українська мова і література в школі. – 06/2007. – № 6. – С. 42-44.
16. Стилiстика англiйського язyка: Учебник / А.Н. Мороховский, О.П. Воробьева, Н.И. Лихошерст, З.В. Тимошенко. – К.: Вища школа, 1991. – 272 с.
17. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: [учеб. пособие для вузов] / А.А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
18. Чередниченко І.Г. Нариси з загальної стилістики сучасної англійської мови / І.Г. Чередниченко. – К.: Радянська школа, 1962. – 495 с.
19. Galperin I.R. Stylistics (Стилiстика англiйського язyка). 2-е издание / I.R. Galperin. – М.: Высшая школа, 1977. – 334 с.
20. Webster's Third New International Dictionary of the English Language, Un-abridged / Philip Babcock Gove, Merriam-Webster, Inc. Merriam-Webster, 2002. – 2806 p.