

Олег Семенюк,
професор кафедри міжнародної журналістики
Факультету журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка,
доктор філологічних наук, професор

Oleg Semeniuk,
Doctor of Sciences (Philology), Professor,
Professor at the Department of International Journalism,
Faculty of Journalism,
Borys Grinchenko Kyiv University

Email: semenyuk_oleg@ukr.net
ORCID iD 0000-0002-1496-464X

УДК 070

DOI <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2022.2-14.3>

ФЕЙЛЕТОН У МОЛОДІЖНОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ДИНАМІКА ПОПУЛЯРНОСТІ ЖАНРУ

FEULETON IN THE YOUTH ENVIRONMENT: DYNAMICS OF THE POPULARITY OF THE GENRE

Публіцистичні жанри доволі часто перебувають під впливом кон'юнктурних факторів. Вони можуть набувати швидкої популярності або на певний час зникати з арсеналу журналістів. У нашому дослідженні ми проаналізуємо чинники зростання та зменшення популярності в молодіжному середовищі, зокрема й серед майбутніх журналістів, одного з традиційних жанрів української публіцистики — фейлетону. Останнім часом фейлетон не є популярним у засобах масової інформації, але соціальні, політичні, побутові проблеми суспільства, на корекцію яких він і спрямований, нікуди не зникли. Молоді журналісти все рідше звертаються до створення текстів художньо-публіцистичних жанрів, певним чином послаблюючи, збіднюючи свій творчий, виражальний потенціал.

У статті розглянуто функціонування фейлетону в молодіжних ЗМІ починаючи з 50-х років ХХ ст., проаналізовано, які теми соціальної проблематики цікавили й цікавлять молодь, наскільки майбутні фахівці знайомі з жанровими особливостями фейлетону та методикою його створення.

Ключові слова: фейлетон, молодіжна преса, сучасні ЗМІ, художньо-публіцистичні жанри, журналістика.

Economic factors quite often influence publicist journalistic genres. They can quickly gain popularity or disappear from the arsenal of journalists for a specific time. In our research, we will analyze the factors of growth and decline in the popularity among the youth, in particular among future journalists, of one of the traditional genres of Ukrainian journalism — the feuilleton. Recently, the feuilleton has not been popular in the mass media, but the social, political, and everyday problems of society, which it aims to correct, have remained. Young journalists are less and less to the creation of texts of artistic and journalistic genres, inevitably weakening and impoverishing their creative, expressive potential.

The article examines the functioning of the feuilleton in the youth mass media, starting from the 50s of the XX century; it analyzes which topics of social problems attract and interest the youth, how familiar the future specialists are with the genre features of the feuilleton and the method of its creation.

Key words: feuilleton, youth press, modern mass media, artistic and journalistic genres, journalism.

Вступ. Публіцистичні жанри, як відомо, доволі часто перебувають під впливом кон'юнктурних факторів. Вони можуть набувати швидкої популярності або на певний час зникати з арсеналу журналістів.

Ця теза справедлива і для одного з традиційних (газетних) жанрів української публіцистики — фейлетону, доля якого була і залишається в центрі уваги дослідників. Так, можна назвати праці Г. Денискіної [1],

А. Капелюшного [2], О. Кузнецової [3], О. Мельник [4], В. Павліва [5; 6], С. Почапської [7], Є. Філіпенко [8], М. Кунчіка й А. Зіпфель [9] та ін.

Маємо визнати, що останнім часом фейлетон не є популярним жанром друкованих ЗМІ, але соціальні, політичні, побутові проблеми суспільства, на корекцію яких він і спрямований, нікуди не зникли. Молоді журналісти все рідше звертаються до створення текстів художньо-публіцистичних жанрів, певним чином послаблюючи, збіднюючи свій творчий, виражальний потенціал.

Мета та завдання дослідження. Ми спробували розглянути функціонування творів (текстів) цього жанру в молодіжних ЗМІ починаючи з 50-х років ХХ ст., проаналізувати, які теми соціальної проблематики цікавлять молодь, наскільки майбутні фахівці знайомі з жанровими особливостями фейлетону та методикою його створення.

Одним із завдань дослідження є усвідомлення «масштабів проблеми», використання здобутих результатів під час навчання майбутніх працівників масмедіа, розвиток журналістської майстерності, ілюстрація виражальних можливостей традиційних художньо-публіцистичних жанрів.

Методологія. Для досягнення мети дослідження було здійснено аналіз особливостей тематики та місця фейлетону в студентській (молодіжній) пресі. Основним джерелом розглянутих текстів стала газета «Радянський студент» (у 90-х — «Студентський меридіан») Кіровоградського державного педагогічного університету. Для підтвердження певних авторських припущень застосовувався експериментальний метод.

Зазначимо, що в 60–80-х роках ХХ ст. популярність фейлетону виявлялася, зокрема, й у тому, що практично всі газети мали або постійну сатиричну рубрику, або з певною періодичністю розміщували на своїх сторінках фейлетони. Зрозуміло, що ці твори були різної «гостроти», але жанр вважався доволі дієвим засобом впливу на суспільство й читачів. Не були виключенням і «багатотиражки», газети, засновниками яких були великі підприємства, університети та інститути, військові з'єднання тощо.

Результати. Для розуміння динаміки популярності жанру проаналізуємо тексти фейлетонів (а їх не дуже багато, більшість безперечно належить гуморескам, як більш «м'якому» варіанту погляду на суспільні проблеми) в обраній нами газеті в діахронічному аспекті.

50-ті роки. Фейлетонів небагато, дається взнаки самоцензура, але все ж таки зразки жанру є. Наприклад, фейлетон «Вчений» син» про студента, який поїхав навчатися у велике місто, вивчився, захистив дисертацію, але забув про маму, не приїздить і не допомагає їй. Авторка, студентка К. Башликова (Радянський студент, 1958, жовтень).

Жде матуся сина, жде...

Жде та виглядає.

Син не їде і не йде,

І листів немає

Жде матуся сина, жде...

Десять літ минає.

Син в столиці десь живе,

Вчений ступінь має.

Жде матуся сина, жде...

Висихає м'ята.

В дощ осінній де-не-де

Протікає хата.

Жде матуся сина, жде...

Жде та виглядає.

Син не їде, і не йде,

І листів не має.

У декількох випусках студентської газети 1958 р. з'являється рубрика «Швабра». Це своєрідний сатиричний розділ, створений на основі сатиричної стінної газети фізико-математичного факультету. Згідно з жанром стіннівки, це був переважно малий фейлетон, документальний за своєю суттю, який прямо називав об'єкти сатири — зазвичай це студенти, які не дуже старанно навчалися, пропускали лабораторні роботи, занадто захоплювалися кіно й танцями.

60-ті роки. Фейлетони не найпопулярніший жанр студентської преси, але їх вже більше, ніж раніше. Наприклад «Про людей хороших» (автор — студент Г. Янов), більше схожий на замальовку: про студентку, яка врятувала маленького хлопчика; викладача, що допомагає студентам навіть у особистий вільний час. Але в тексті автор наголошує на тому, що хорошим людям не завжди співчувають й іноді забувають навіть якщо їх відзначити.

70-ті роки. Газета має рубрику «Куточок гумору». Друкує усмішки, гуморески й фейлетони. Серед фейлетонів, наприклад, такі:

— «Наука засідати» (1971, лютий) — про зайве тяжіння до безрезультатних нарад з різного приводу;

— «По той бік виміру» (1971, листопад) — фейлетон про проблеми в гуртожитку, студентів, які не хочуть прибирати, коменданта, якому байдужі поламани меблі. Фейлетон розміщено в рубриці

«Під променем комсомольського прожектора». Усі персонажі називаються реальними іменами, і така персоналізація у більшості текстів.

У **80-ті роки**, приблизно з 1983 р., у газеті з'являються постійні рубрики «Гуморески» та «Хвилина гумору». Наприклад, фейлетон 1984 р. «Невідповідна оцінка», автор — студент Микола Дмитрієв, написаний у віршованій формі.

На іспитах студентка —
провалилась,
Бо відповідь була — ні те ні се,
Та скаржитись відразу
Заходилась.
— Не заслужила двійки я, і все.
Скуйовдивши посивілого чуба,
Всміхнувся чемно мудрий голова.
— Комісія такої ж думки люба,
Та нижчої оцінки не бува.

Ще один віршований твір — «Імпортна краватка» (Е. Камінський) — розвиває тему «низькопоклонства перед Западом», тяжіння до закордонних речей і неуваги до якісних вітчизняних виробів. До речі, у 80-ті роки в газеті велика кількість саме віршованих усмішок і фейлетонів. Це пов'язано як з популярністю творів П. Глазового та Б. Олійника, так і з тим, що більшість дописувачів — студенти філологічного факультету, які добре знайомі із «віршованим словом».

Фейлетон «За двома зайцями» (1985), відповідно до своєї назви, критикує хлопця, який крутить голови двом дівчатам. Тобто поводить ся «не по джентльменському», «не по комсомольському» і загалом негарно. Імена й прізвища персонажів прості — Петро, Галя, Рая — наряд чи реальні, але ситуація цілком упізнана.

У **90-ті роки** під впливом процесів демократизації, «гласності» тематика фейлетонів і гуморесок дещо змінюється. Так, темою нечастих фейлетонів є боротьба з пияцтвом (після прийняття відповідного закону). В основі багатьох текстів популярні на той час анекдоти. Персонажі вже переважно з вигаданими іменами або абстрактні. Фейлетон зазвичай звертає увагу на загальну, соціально актуальну, зокрема й для студентства, проблему.

Для того щоб зрозуміти, чи цікавий жанр фейлетону студентській молоді як засіб боротьби з недоліками та як художньо-публіцистичний текст, ми провели експеримент. Значимо, що матеріал збирався у 2021 р., у відносно «мирний» час. Студентам спеціальностей «Філологія» (мова та література українська) і «Журналістика» було запропоновано написати

фейлетони (або запропонувати фабулу) для студентської газети. Нас цікавили насамперед теми, які вибере сучасна молодь для творів цього жанру. Окрім того, важливо було зрозуміти, на яку аудиторію орієнтуються автори — на своїх одноліток, на більш «дорослого» читача чи на абстрактний читацький загал. Отримали майже два десятки текстів різних авторів. Проаналізуємо деякі тенденції.

1. Серед запропонованих текстів є низка таких, які можна назвати «класично-народними», написаними під впливом гуморесок та фейлетонів Остапа Вишні, Павла Глазового, Олега Чорногуза й інших класиків жанру. Наприклад, фейлетон «Як українська родина своїй новонародженій дитині ім'я обирала» (авторка — студентка Т. Ткаченко). У сюжеті є і роздуми батьків над вибором найкращого імені, і добір імен за допомогою інтернету, і поради бабусі (імена, популярні в час, коли вона була маленька), і сварка між родичами. Наприкінці, коли було вибрано складне «заграничне» ім'я і батьки звернулися ним до своєї дитини, вони самі зрозуміли його не мелодійність і безглуздість, оговталися й вибрали українське, яке й здається найприроднішим.

2. Кон'юнктурні, у яких змальовано актуальні на сьогодні економічні чи політичні проблеми. Наприклад, «Як зекономити на газі» (авторка — студентка Н. Гаваза). Наведемо текст повністю:

«Почули дід і баба в “Новинах”, що газ знову здорожчає. Почали вони бідкатися: що ж робити... Дід збирається і йде на двір рубати дрова. Баба залишилася в хаті. Тут чує — Галька, сусідка гукає. Баба виглянула у вікно:

— Здоров, Галю!

— Чули вже про газ? А я ще прочитала в газеті, що будуть субсидії давати.

— Та поки ті супсидії виходиш, то й зима закінчиться!

Підходить дід:

— То шо, Галько, кому там супсидію давати-муть?

— Вчитала, що легше за все буде оформити якимсь релігійним організаціям. Церкві, чи що?

Дід замислився, а потім, посміхаючись, додав:

— Мо, нам стати такою релігійною організацією?

Галька витріщилась:

— Як це?

— Та приходь увечері, подумаємо.

Наступного дня до дідової хати сусіди занесли ікони, свічки, лампади, а дід писав устав релігійної організації.

Запросили комісію, щоб визнала їх релігійною організацією. Баба радіє: “От зекономимо на газі!”

Приїхала комісія: огрядний чубатий голова перерахував ікони, пузатий лисий заступник перевіряв лампадки, чи горять, а третій миршавий, із цапиною борідкою перевіряв, чи правильно баби моляться.

За дві години комісія постановила: “у субсидії отказать по причині недостаточного количества ікон і недостаточного громкого пенія молитв”.

Поїхала комісія. А дід рубає дрова».

Зазначимо, що текст твору має ознаки художності, є мовленнєві характеристики персонажів, пародія на «суржиковий канцелярит», простомовні спрощення термінів тощо.

3. Фейлетони, які присвячені опису соціальних та побутових проблем, дражливих для молоді, студентства. Наприклад, фейлетон «Черги довжиною у вічність...». Фабула стандартна, навіть як на радянські часи. Черги в різних установи, організації, де людина гає свій час. Немовби «Перець» часів застою. Але ситуації сучасні — активний студент, динамічне життя, навчання, робота, гаджети, що змінюють стиль спілкування, а тут «час завмирає» в перукарнях, поліклініках, супермаркетах. «...Будемо сподіватися і вірити, що прийде час, коли швидко рухатиметься не лише твоє шалене життя, а й черга в АТБ», — завершує свій текст юний автор.

Або ще один малий фейлетон, присвячений проблемам сучасних ЗМІ. Має назву ««Акули» регіональної журналістики» (авторка — студентка Стеба Марія). Наводимо оригінал в авторській редакції:

«Журналістське суспільство — це окрема каста, яка дуже часто працює за власними нормами і правилами. А регіональна журналістика — це звір, який не щадить нікого: ні читачів, ні «акул пера».

Звісно, є імениті та професійні видання й журналісти, які роблять якісний контент. А є такі, назвемо їх гучнотриндомовцями, які затямили тільки одне професійне правило: головне — заголовок, який не просто кричить, а верещить!!! А по тексту розберемося потім.

І пишуть оці гучнотриндомовці матеріал з одного речення. Я ні в якому разі не перебільшую! Ось, пересвідчитесь самі: заголовок «Вантажний поїзд наїхав на коня». Текст далі: «Кінь помер». От вам і новини з розряду «Нет времени объяснять!». А з заголовку «Кіровоградщина: пропав козел» не знаємо — чи сміятися, чи плакати. Адже насамперед, новина має хоча б щось пояснювати або інформувати читача, аби

в нього не з'явилось після прочитаного питання: «А мені що з цього?» Хіба може це я забагато хочу?»

4. Твори, присвячені особистісним проблемам, нюансам поведінки і вподобанням молоді. Їх найбільше. Наприклад фейлетон «Стереотипи», про шкоду упереджень та стереотипів, які розповсюджуються в суспільстві. Юнак (персонаж) ще не став студентом, але вже знає про тарганів у гуртожитку, холод взимку в аудиторіях та хабарництво викладачів. І, головне, активно про це розповідає іншим.

Або фейлетон «1000 і одна відмовка студента», у якому йдеться про те, що виправдання студентів можна окремо досліджувати, адже у сучасному світі це й інтернет, який зник, і не дав завершити дипломну; зламані компи, які псується у той момент, коли потрібно щось терміново здавати; забутий, загублений телефон і втрата зв'язку зі світом.

Цікавим є фейлетон про стиль одягу молоді «Головне — твій лук» (вигляд, образ). Ця тема не нова, і в радянські часи була ціла низка текстів, де висміювали «закордонну моду», джинси, клітчаті штани, пластикові пакети, футболки із зображенням рок-музикантів тощо. Пропонований текст має дещо інший аспект. Це розповідь про короткі штанці, кросівки на босу ногу й грип як наслідок переохолодження, але ж головне твій лук, а не тепло. Мамі можна скинути фото, де ти в шапці і поїв, але ж мама ніколи не питатиме, чи ти в шкарпетках, бо типу вона й подумати не може, що взимку можна вийти в кросівках на голу ногу. Але що дивуватися, коли влітку — шльопки з хутром і спітнілі ноги, але ж головне — твій лук.

Загалом серед запропонованих тем (фабул) переважають сучасні, актуальні для молоді. Це і подорожі за кордон, безвіз та курйозні випадки, що спричиняє незнання мови; мрії про «круту тачку», розкішне життя і небажання навчатися й працювати; романтично-закохані пари, які в кафе перше, що запитують у офіціанта, — пароль від WI-FI тощо.

Маємо зазначити, що запропоновані студентами тексти і теми, незважаючи на певні проблеми зі стилем викладу, художньо-лінгвістичним оформленням, у цілому відповідають основним характеристикам жанру фейлетону. Молодь розуміє художньо-публіцистичну специфіку текстів і, головне, готова використовувати (створювати) їх для досягнення основної мети жанру — виявляти комічну суть суспільної парадоксальної проблеми з метою її усунення.

Наш експеримент із залучення студентства до написання творів складного публіцистичного

жанру — фейлетону, не тільки дав можливість створити певний «банк» текстів, які можна використовувати для наповнення університетської газети. Він проілюстрував факт, що жанр дещо змінюється, трансформується відповідно до нових характеристик ЗМІ та соціальних умов, але все ж таки ще має помітний потенціал.

Висновки та перспективи. Присутність фейлетону в інститутській молодіжній газеті в період 60–80-х років є свідченням поширеності й дієвості його в друкованих ЗМІ. Тексти, незважаючи на те, що їхніми авторами здебільшого була студентська молодь, мали основні художні риси жанру.

Наприкінці 80-х — початку 90-х років минулого століття кількість фейлетонів у студентській газеті відчутно зменшується, а поява в рубриці «Гумор» анекдотів, гумористичних оповідань свідчить про вибір легшого шляху для завоювання прихильності читача.

Із 50 студентів, яким було запропоновано взяти участь в експерименті й написати фейлетон або запропонувати фабулу (розгорнутий план), завершений текст підготували 15, розгорнутий план — 27. Інші спромоглися тільки на назву та коментар до сюжету. Для коректності висновків щодо втрати популярності фейлетону (небажання писати складний художньо-публіцистичний твір) серед майбутніх журналістів ми нещодавно провели «експеримент» серед студентів Факультету журналістики Університету Грінченка. У роботі з модульного контролю найбільше балів можна було здобути за таке завдання: *Запропонуйте сюжети (2–3) для актуального фейлетону щодо проблем української науки і науковців.* У результаті з 61 студента третього курсу це завдання вибрало троє. Двоє запропонували майже готові тексти фейлетонів, один — сюжети.

Можна констатувати, що майбутні фахівці у галузі філології та журналістики обізнані з основними рисами жанру, легко знаходять фабули для текстів, але здебільшого вважають, що у своїй класичній формі фейлетон має існувати вже більше як жанр літератури, ніж публіцистики.

Список використаних джерел

1. Денискина Г. Лінгвостилістичні засоби комічного відображення дійсності у фейлетонах Олега Черногуза. *Українська мова і література в школі*. 2009. № 5. С. 44–46.
2. Капелюшний А. Сатиричний журнал «Червоний перець». Львів: Вища школа, 1986. 144 с.

3. Кузнецова О. Д. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі. Львів: Видавничий центр університету ім. Івана Франка, 2003. 250 с.

4. Мельник О. Сучасний літературний фейлетон: об'єкти художньої уваги та виражальні засоби (на матеріалі «Літературної України»). *Studia methodologica*. 2015. № 40. С. 439–442.

5. Павлів В. Журналістський фейлетон і професійна етика. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 77–81.

6. Павлів В. Журналістський фейлетон у інтернеті: можливості та загрози. *Теле- та радіожурналістика*. 2013. Вип. 12. С. 161–165.

7. Почапська С. Фейлетон як провідний жанр сатиричної публіцистики 1917–1921 рр. (за матеріалами газет Наддніпрянської України). *Українська мова і література в школі*. 2007. № 6. С. 42–44.

8. Філіпенко Є. С. Жанрово-комунікативні особливості фейлетонів у газеті «Червоний степ» (1924–1925). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 54. С. 173–178.

9. Kunczik M. Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu / Michael Kunczik, Astrid Zipfel. Warszawa : Scholar, 2000. 299 p.

References

1. Denyskyna, H. (2009) «Linguistic and stylistic means of comic depiction of reality in the feuillets of Oleg Chornohuz», *Ukrainska mova i literatura v shkoli*, no. 5, pp. 44–46.
2. Kapeliushnyi, A. (1986), *The Satirical Magazine «Chervoniy Perets»*, Vyshha Shkola, Lviv, 144 p.
3. Kuznetsova, O. D. (2003), *Means and Forms of Satire and Humor in the Ukrainian Press*, Vydavnychiy Tsentri Universytetu im. Ivana Franka, Lviv, 250 p.
4. Melnyk, O. (2015), «Modern literary feuilleton: objects of artistic attention and means of expression (based on the material of «Literaturna Ukrainia»)», *Studia methodologica*, no. 40, pp. 439–442.
5. Pavliv, V. (2015), «Journalistic feuilleton and professional ethics», *Tele- ta radiozhurnalistyka*, iss. 14, pp. 77–81.
6. Pavliv, V. (2013), «Journalistic feuilleton on the Internet: opportunities and threats», *Tele- ta radiozhurnalistyka*, iss. 12, pp. 161–165.
7. Pochapska, S. (2007), «Feuilleton as the leading genre of satirical journalism in 1917–1921 (based on materials from newspapers of the Naddniproysk region of Ukraine)», *Ukrainska mova i literatura v shkoli*, no. 6, pp. 42–44.
8. Filipenko, Ye. S. (2014), «Genre-communicative features of feuillets in the newspaper «Chervoniy Step» (1924–1925)», *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, vol. 54, pp. 173–178.
9. Kunczik, M. & Zipfel, A. (2000), *Introduction to the Study of Journalism and Communication*, Scholar, Warsaw, 299 p.

Надіслано до редакції: 14.12.2022 р.