

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет української філології та журналістики
Кафедра журналістики

Дипломна робота
магістра

з теми: **ТРАНСФОРМАЦІЯ ЖАНРОВОГО КАНОНУ ФЕЙЛЕТОНУ У
СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ**

Виконала студентка ЗН1-М19 групи
спеціальності 061 Журналістика
за освітньо-професійною програмою
Журналістика
Хижа Ірина Ігорівна

Керівник:
доктор філологічних наук, професор
кафедри журналістики
Волковинський О.С.

Рецензент:
доктор філологічних наук, доцент,
професор, завідувач кафедри
історії української літератури
та компаративістики
Рарицький О.А.

Кам'янець-Подільський – 2020 року

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ЕВОЛЮЦІЯ ЖАНРОВИХ КАНОНІВ ФЕЙЛЕТОНУ	8
1.1 Становлення і розвиток жанру.....	8
1.2 Сучасне наповнення системи жанрових різновидів фейлетону.....	16
Висновок до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2 ФУНКЦІОНАЛЬНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФЕЙЛЕТОНУ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ: ВІДЕОБЛОГЕРСЬКИЙ ДОСВІД МАЙКЛА ЩУРА	27
2.1 Загальна характеристика програми «#@)€?§0 («Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль») з Майклом Щуром»	27
2.2 Моніторинг функціональних видозмін у жанрових ознаках фейлетону: матеріали передачі «#@)€?§0 з Майклом Щуром»	38
Висновок до розділу 2.....	91
ВИСНОВКИ	93
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	97
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ	109

ВСТУП

Після того, як Україна стала незалежною державою, змінилися напрями і пріоритети журналістської діяльності. Засоби масової інформації (далі – ЗМІ) під час свого функціонування почали впроваджувати нові підходи до способів збору, опрацювання і презентації відомостей. Це вплинуло на особливості змісто-формального представлення фактів, тобто тематичну і жанрову спрямованість журналістських матеріалів.

Фейлетон – художньо-публіцистичний жанр, специфіка якого полягає у тому, щоб відобразити реальність крізь призму злободенності. У ньому дійсність репрезентована за допомогою фактів, що перебувають у художньо-фантазійному обрамленні. Оповідь передбачає наявність особливого коду, який реципієнт має декодувати.

Під час обговорень ролі фейлетону, як жанрової форми, що забезпечує асоціативне сприйняття реальності з метою показу вад суспільства, не лише деякі науковці, але й журналісти-практики дотримуються думки про те, що такий спосіб оповіді не приваблює аудиторію. Аргументацією твердження слугує те, що зміни у суспільно-правовому статусі держави відкидають необхідність використовувати «Езопову мову» задля змалювання реалій.

Існує й протилежний погляд на ситуацію. Деякі науковці, які досліджують жанри художньо-публіцистичної групи, підтверджують те, що вони не зникають, а зазнають перетворень. Л. Кройчик зазначає, що такий процес пов'язаний зі змінами на інформаційному ринку, де «товаром стає не просто новина, а новина, “упакована” в публіцистичний текст» [43]. Унаслідок різноманіття доступних ЗМІ реципієнт звертає увагу на оригінальність подачі матеріалу, надаючи перевагу простоті та розвазі.

С. Шебеліст зауважує, що сучасні матеріали набувають белетристичних рис, серед яких переважає експресивність, вишукана

словесна гра, емоційність, іронія, дотепність та інтертекстуальність [88, с. 275–276]. Так проявляється вплив сучасних тенденцій представлення дійсності на формування нових характерних рис традиційних жанрів. В. Учонова у своїх наукових розвідках простежує зміщення жанрових канонів, серед яких є і фейлетон [80, с. 19]. Подібний процес пов'язаний з пристосуванням форм до потреб аудиторії.

Питанням функціонування фейлетону і його жанрової трансформації досліджували Н. Зикун [25], [26], [20], [31], С. Комаров [39], [40], П. Кузнецов [44], Ю. Никонова [53], [54], В. Павлів [57], [58], [59], О. Почапська [60], [64], [65], М. Северина [70], [71], О. Семенюк [73], Ю. Толутанова [76], [77] та інші.

Зважаючи на сукупність зовнішніх і внутрішніх чинників, які формують тематико-жанрову організацію засобу масової інформації, можна простежити зміну місця і ролі фейлетону у сучасній журналістській діяльності. Обговорення, що посилюють різноспрямованість поглядів науковців на трактування сутності фейлетону на вітчизняному інформаційному ринку; наявність неоднозначності щодо необхідності жанрової форми, що представляє факти кризь призму натяків, підтексту та інакомовлень; визначення змін, яких зазнав фейлетон, перераховуючи його традиційні і нові ознаки, що у комплексі створюють оригінальний спосіб висвітлення подій, зумовлюють **актуальність дослідження**.

Мета роботи – з'ясувати специфіку, особливості функціонування, перспективи розвитку і трансформації жанрового канону фейлетону у сучасній українській журналістиці.

Досягнення поставленої мети вимагає розв'язання таких **завдань**:

- встановити максимально повне і об'єктивне трактування поняття «фейлетон»;
- з'ясувати історичні передумови виникнення жанрової форми;
- констатувати жанрові різновиди фейлетону;
- конкретизувати домінуючі жанрові ознаки фейлетону;

- визначити змістове наповнення програми «#@)€?§0 («Ґрати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль») з Майклом Щуром»;
- встановити характерні ознаки традиційного жанрового канону фейлетону у матеріалах передачі «#@)€?§0 з Майклом Щуром»;
- з'ясувати сучасні риси функціонування фейлетону на українському інформаційному ринку;
- констатувати співвідношення традиційних і сучасних ознак фейлетону як способів прояву трансформації жанрового канону.

Об'єктом дослідження є випуски програми «#@)€?§0 з Майклом Щуром» упродовж 2019 – 2020 років.

Предметом дослідження є визначення ступеня трансформації жанрового канону фейлетону у сучасному українському інформаційному просторі шляхом простеження наявності традиційних жанрових ознак фейлетону у змісто-формальному наповненні передачі «#@)€?§0 з Майклом Щуром».

У процесі дослідження застосовувалися такі **методи**:

- аналіз – пізнання предмету шляхом його мисленнєвого розкладу на структурні частини. Унаслідок цього детально досліджувалась кожна програма з виокремленням характерних фейлетонних ознак;
- синтез – цілісне вивчення предмету завдяки об'єднанню окремих його частин. Метод сприяє об'єднанню усіх рис фейлетону, що вдалося простежити у програмі, сформувавши ознаки його пристосування до сучасної журналістики;
- контент-моніторинг – змістове дослідження наукових праць, необхідне для того, щоб отримати якісні відомості під час роботи над з'ясуванням сутності певного питання;
- конкретизація – метод, завдяки якому відбувається пізнання різноманіття предмету в певних обставинах. Тобто є змога простежити єдність традиційних та інноваційних рис фейлетону, зважаючи на його трансформацію, відповідно до вимог сучасного інформаційного простору;

- порівняння – процес виокремлення спільних і відмінних рис. Метод допомагає співвідносити теоретичну основу, описати на конкретних прикладах жанрову форму фейлетону з практичним її функціонуванням;

- узагальнення – встановлення загального поняття, що обґрунтовує сутність предмету, тобто виокремлення типологічних ознак сучасного прояву функціонування фейлетону.

Наукова новизна магістерської роботи полягає у тому, що завдяки дослідженню концепція про трансформацію жанрів журналістики дістала подальший розвиток. Уперше в українському журналістикознавстві здійснена спроба встановити генетичні і типологічні зв'язки між фейлетоном і тележурналістикою. Використання відомих підходів, що пояснюють особливості процесу пристосування і змін традиційних змісто-формальних рис фейлетону, забезпечують доповнення досвіду попередників. Це сприяє виокремленню узагальнених тенденцій жанрових змін у сучасному інформаційному просторі.

Практичне значення одержаних результатів. Спостереження і висновки дослідження можуть використовуватися в подальшій науковій і навчальній діяльності, серед яких – продовження вивчення проблеми під час написання курсових, бакалаврських і магістерських робіт; підготовка до лекційних і практичних занять з таких дисциплін, як «Журналістські (художньо-публіцистичні) жанри», «Історії української журналістики» та «Історії зарубіжної журналістики».

Магістерська робота була апробована під час виступу на звітній науковій конференції студентів і магістрантів факультету української філології та журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка за підсумками науково-дослідних робіт у 2019 – 2020 навчальному році (вересень 2020 р.). Здійснена публікація статті «Трансформоване функціонування фейлетону в сучасній українській журналістиці» у новому випуску «Збірника наукових праць студентів та

магістрантів Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка».

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, 90 позицій списку використаних джерел, 20 позицій списку джерел фактологічного матеріалу. Загальний обсяг роботи – 111 сторінок.

ВИСНОВКИ

Фейлетон упродовж усієї історії свого функціонування займав провідне місце у журналістиці. Поєднання фактажу з авторським образним трактування усього того, що відбувається навколо, забезпечувало популярність форми для висловлення нетипової для більшості думки. Використання фейлетону, як платформи для показу оригінальної позиції і ширшого бачення проблем у різних галузях, сприяло становленню та укріпленню сукупності характерних жанрових рис.

У вітчизняній журналістиці фейлетон став особливо актуальним у період соціально-політичних загострень. Можливість привселюдно представити свій критичний погляд на ситуацію за допомогою асоціативності, комунікативного іносказання та інших прийомів була гарантом безкарності. Крім того, вміння кодувати дійсність, створюючи художньо-фантазійний світ, були свідченнями інтелектуального розвитку і високого рівня професіоналізму автора.

Наразі можна помітити тенденцію стосовно того, що фейлетон втратив свою популярність як серед читачів, так і серед журналістів. Обґрунтуванням такої ситуації слугує те, що медіа працює у тому форматі подачі новин, яка до вподоби потенційним споживачам інформації. У переважній більшості сучасна аудиторія надає перевагу інформаційно-розважальному контенту. Унаслідок комерціалізації своєї діяльності ЗМІ особливу увагу приділяють тому, що створюють наповнення, яке б зацікавило більше реципієнтів, від кількісного показника яких залежить співпраця з рекламодавцями. Вони у свою чергу стають одним з головних джерел прибутку медіа.

Зважаючи на наявність прагнень окремих журналістів реалізовувати своє право на самовираження з метою створення для аудиторії матеріалів, які б сприяли розвитку її критичного мислення, у сучасній українській

журналістиці є приклади того, як фахівці мас-медійної галузі налагоджують співпрацю з реципієнтами за допомогою фейлетону. Підтвердженням такої взаємодії є програма «#@)€?§0 з Майклом Щуром». У ній фейлетон – базисна основа змістового наповнення і формальної подачі матеріалу. У матеріалах наявні не лише традиційні ознаки жанрової форми, але й сучасні, які виокремлюють журналістикознавці з урахуванням нових умов і можливостей функціонування інформаційної сфери. Унаслідок єдності цих рис відбувається трансформація жанрового канону фейлетону. Він активно розвивається і набуває тих якостей, які забезпечують його популярність серед сучасної аудиторії. Це свідчить про спроможність фейлетону виконувати свої головні функції, серед яких – викривальна, висміювальна, регулятивна, естетична, спонукальна, розважальна, і завдання, сутність якого полягає у тому, щоб помітити і сприяти вирішенню вагомій суспільній проблемі.

Під час проведення дослідження вдалося виконати усі поставлені завдання. Було з'ясовано значення терміну «фейлетон». Незважаючи на те, що жанр виник ще у XIX столітті, поміж дослідниками немає точного та однозначного трактуванні поняття. Це зумовлено тим, що спочатку фейлетон був місцем розташування певного виду інформації, а згодом – формою для вираження авторської позиції. Відомості вдалося дізнатися у ході з'ясування історичних передумов виникнення жанру.

Якщо підсумувати погляди науковців на фейлетон, то можна виокремити його загальне визначення. Фейлетон – художньо-публіцистичний жанр, у якому шляхом представлення комізму негативного явища за допомогою асоціативного кодування дійсності вдається звернути увагу громадськості на проблему у тій чи тій сфері.

Конкретизація жанрових ознак фейлетону сприяла отриманню розуміння того, що використовувати іронію чи сатиру для того, аби створити комічну ситуацію не є обов'язковою умовою, щоб написати текст. Найвагоміша риса, що слугує визначальною характеристикою фейлетону, є

асоціативність. Її можна реалізувати за допомогою таких приймів, як Езопова мова, алюзія, гіпербола, гротеск.

Ознайомлення з різними науковими напрацюваннями журналістикознавців дало можливість констатувати жанрові різновиди фейлетону. У кожного дослідника були свої принципи класифікації, серед яких можна виділити такі, як проблемно-тематичне спрямування, вид комічного, що лежить в основі тексту, ступінь узагальненості дійсності, спрямованість звернення автора та інші. Унаслідок індивідуального підходу науковців до виокремлення різновидів фейлетону немає однієї повної типології.

Завдяки здійсненню аналізу двадцяти випусків програми «#@)€?§0 з Майклом Щуром», які виходили в ефір упродовж 2019 – 2020 років, вдалося визначити змістове наповнення передачі. Творці проекту висвітлюють найрізноманітніші проблемно-тематичні аспекти життєдіяльності суспільства, що забезпечує повноту охоплення дійсності. Крім того, за допомогою передачі аудиторія отримує дані про найголовніші події країни і світу з відповідним аналізом, який сприяє кращому усвідомленню причинно-наслідкових зв'язків того, що сталося, і розумінню того, яке це має значення загалом.

Також під час проведення контент-аналізу вдалося встановити характерні ознаки традиційного жанрового канону фейлетону у матеріалах передачі і водночас з'ясувати нові риси функціонування фейлетону на українському інформаційному ринку. У програмі ведучий часто застосовував ігрову технологію розповіді, яка належить до сучасних якостей фейлетону. Наприклад, у студії з'являлася графіка, аудіовізуальні ефекти якої перетворювали її на поле з великою кількістю метеликів, або Майкл Щур перетворювався у якогось героя чи пропонував глядачам відгадати загадку.

Окрім цих прикладів, у програмі застосовують музичний супровід як фон під час розповіді новини і її детальному аналізу. Мелодія у сукупності з модуляцією голосу ведучого створює атмосферу тривоги чи радості, тобто

задає емоційний тон, з яким глядач має сприймати інформацію. Важливу роль відіграє невербальна комунікація Майкла Щура. За допомогою міміки і жестів він або ненав'язливо демонструє аудиторії власне ставлення до того, про що йдеться, або навмисно презентує протилежний емоційний стан сприйняття інформації, що створює комізм ситуації.

Ефектом, що підсилює впливовість програми на реципієнтів, є візуалізація у формі зображень і стікерів, коли глядачам демонструють те, про що розповідають, чи те, що має викликати відповідну асоціацію. Наприклад, коли ведучий говорив про прийняття Томосу, то на екрані з'являвся стікер, на якому зображений Петро Порошенко. Це асоціативно наводить глядача на думку про те, що колишній президент України часто згадує про Томос, як одну з найбільших цінностей народу, яку вдалося отримати тільки завдяки його старанням. Такою думкою Петро Порошенко часто зловживав під час передвиборчої агітації 2019 року.

Інфотейнментом, як чергова сучасна ознака, не зменшує цінність інформації, а надає їй доступнішої форми, завдяки чому реципієнт легко розуміє ту тему, з якою раніше не був ознайомлений. Пародіювання реалізується за допомогою стьобної манери оповіді, сутність якої полягає у представленні абсурдності певної ситуації. Ведучий може висміювати якийсь недолік у формі легкого жарту чи дійти до застосування ряду прийомів, серед яких гіпербола, гротекс, каламбур та інші.

Зважаючи на те, що фейлетон – традиційний художньо-публіцистичний газетний жанр, застосування цієї форми в аудіо-візуальному форматі є проявом його пристосування до умов функціонування української мас-медійної сфери. Завдяки цьому відбувається якісне інформування вітчизняної аудиторії. Фейлетон є універсальною формою, яку, незважаючи на історичні умови становлення і розвитку, неоднозначність виокремлення найважливіших якостей, можна пристосувати у зручний, нетиповий і цікавий спосіб представлення дійсності. Констатування співвідношення традиційних і нових ознак фейлетону є свідчення трансформації жанрового канону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аласанія З. Г. Стратегія розвитку Національної суспільної телерадіокомпанії України. Київ, 2017. 36 с. URL: <https://cutt.ly/NhhldA8> (дата звернення: 09.05.2020).
2. Білик А. А. Театральна критика Одеси в контексті міської видовищної культури (друга половина XIX – друге десятиріччя XX століття) : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства. Харків, 2009. 9 с.
3. Брадов В. В. Критерії ефективності в ракурсі функціональної подвійності медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Том 57. С. 71–76.
4. Браз М. Гус М. Стаття и фельетон: опыт пособия по газетной публицистике. Москва : Роботник просвещения, 1928. 323 с.
5. Варенко В. Методичний аспект створення інформаційно-аналітичних документів: аналіз, технології, проблеми Критерії ефективності в ракурсі функціональної подвійності медіа. *Вісник Книжкової палати*. 2015. № 3. С. 46–48.
6. Волковинський О. С. Алюзивний заголовок фейлетонів Остапа Вишні як запрошення до комунікативної гри автора з реципієнтом. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Том 54. С. 132–135.
7. Волощук В. І. Каламбур та перифраз як мовні засоби комічного в сучасному німецькому стислому оповіданні. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. 2013. № 33. С. 75–78.
8. Герасимчук Н. Г. Різновиди фейлетону (досвід французької та української преси). *Журналістика*. 2011. Вип. 10 (35). С. 109–116.
9. Герасимчук Н. Г. Специфіка використання стилістичних фігур у фейлетонах поч. XX ст. (на матеріалах газети «Громадська думка» / «Рада»

(1905 – 1914 pp.). *Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку*. 2016. С. 250–254.

10. Герасимчук Н. Г. Фейлетон: жанр і метод (французький досвід). *Журналістика. Лінгвістика. Дидактика*. 2010. Вип. 10 (35). С. 45–48. URL: <https://cutt.ly/chabLhk> (дата звернення: 05.03.2020).

11. Гич Г. М. «Кліпове» мислення молоді: друг чи ворог навчання. *Наукові праці. Серія : Педагогіка*. 2016. Вип. 257. С. 38–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchduped_2016_269_257_8 (дата звернення: 25.07.2020).

12. Головенко І. Виразальні засоби в інформаційних, аналітичних, художньо-публіцистичних радіожанрах. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип 15. С. 135–142.

13. Гурович Л. И. Ильф и Е. Петров – сатирики. *Вопросы литературы*. 1957. № 9. С. 110–139.

14. Дзюбак Д. Жанровий аспект сучасного телевізійного контенту. *Постановка проблеми. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії*. 2012. Вип. 12. С. 167–173. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ukrmyst_2012_12_26 (дата звернення: 23.01.2020).

15. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*. 2016. № 2 (29). С. 375–379. URL: <https://cutt.ly/Ghjw2uj> (дата звернення: 25.07.2020).

16. Дмитриевский М. И. Фельетон как инструмент исследования общественной жизни и специфика действенности жанра : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Алмат-Ата, 1967. 20 с.

17. Драган-Іванець О. І. Війна та гумор в Україні: лексичні аспекти (на прикладі програми Романа Вінтоніва). *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2017. Вип. 42. С. 281–286. URL: <https://cutt.ly/Thjw0ch> (дата звернення: 23.07.2020).

18. Друзюк Я. Грати, песик, пам'ятник свині: хто і навіщо робить шоу з «#@)€?§0 з Майклом Щуром». *The Village* : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/zhjwP1C> (дата звернення: 30.07.2020).

19. Ершов Л. Ф. Русская стихотворная сатира 1830 – 1870-х гг. *Муза пламенной сатиры*. Москва, 1988. С. 5–25.

20. Євланова О. Категорія «гротеск» у сучасному літературознавчому дискурсі. *Філологічні науки: збірник наукових праць Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка*. 2014. Вип. 18. С. 30–36.

21. Желтухина М. Р. Комическое в политическом дискурсе: на материале немецкого и русского языков : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.20. Волгоград, 2000. 250 с.

22. Журбина Е. И. Современный фельетон (опыт теории). *Печать и революция*. 1926. № 7. С. 18–35.

23. Звєгинцова М. Е. Майкл Щур: гра як стратегія подолання псевдокомунікації. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2018. Вип. 53. С. 9–15. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/haksk_2018_53_3 (дата звернення: 11.01.2020).

24. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

25. Зикун Н. І. Жанрова репрезентація сатиричної публіцистики: уточнення наукових підходів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Том 61. С. 84–91.

26. Зикун Н. І. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : дис. ... д-ра. наук із соціальних комунікацій : 27.00.04. Львів, 2016. 482 с. URL: <https://cutt.ly/Fhjw1Ti> (дата звернення: 23.01.2020).

27. Зикун Н. І. Українська сатирична публіцистика: загальне поняття та джерела становлення. *Держава та регіони. Серія : Соціальна комунікація*.

2013. № 2. С. 77–82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_2_17 (дата звернення: 18.01.2020).

28. Зозуля О. В. Постмодерністські концепції пародій: основні проблемні підходи і дискусії. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Філологічні науки*. 2014. № 2. С. 25–30. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vduerpf_2014_2_5 (дата звернення: 18.07.2020).

29. Зорков Н. Инфотейнмент на российском телевидении: возникновение, функции, способы воздействия. *RELGA: научно-культурологический журнал*. 2005. № 19. URL: <https://cutt.ly/XhjeuXx> (дата звернення: 31.07.2020).

30. Зыкун Н. И. Сатирические жанры журналистики: проблемы типологии. *Вестник Томского государственного университета*. 2015. № 1 (33). С. 181–191.

31. Зыкун Н. И. Становление и развитие сатирической журналистики в Надднепрянской Украине XIX – начала XX в. *Вестник Томского государственного университета*. 2014. № 6 (32). С. 161–172.

32. Истомина А. Е. Фельетон как жанр политического дискурса : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2008. 192 с.

33. Калашник Н. Б., Ланько О. С. Сатиричні новини як спосіб соціальної критики в українському інфопросторі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*. 2016. Вип. 10. С. 21–25.

34. Карякина К. А. Актуальные формы и модели новых медиа: от понимания аудитории к созданию контента. *Медиаскоп: Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова*. 2010. № 1. URL: <https://cutt.ly/ThaUFOw> (дата звернення: 01.08.2020).

35. Киселев Н. Н. Некоторые проблемы советской сатиры. *Вопросы языка и литературы*. 1970. С. 5–17.

36. Кознова Н. Н. Памфлет и фельетон: особенности развития жанра и проблемы «выживания» в современной медиасреде. *Современные СМИ в*

контексте информационных технологий. 2016. С. 70–75. URL: https://old.hspm.ru/files/rio/2016_journ.pdf (дата звернення: 12.01.2020).

37. Кольцов М. Е. Писатель в газете. Выступления. Статьи. Заметки. Москва : Советский писатель, 1961. 139 с.

38. Комаров С. А. Жанр фейлетону в російській літературі XIX – першій третині XX століття: теорія, історія, персоналії, поетика : дис. ... д-ра філолог. наук : 10.01.02. Харків, 2016. 467 с. URL: <https://cutt.ly/DhjeppK> (дата звернення: 23.02.2020).

39. Комаров С. А. Композиционные формы фельетона 1920-х годов. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. Серія : Літературознавство.* 2011. Вип. 2 (2). С. 79–90. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzl_2011_2%282%29__13 (дата звернення: 19.03.2020).

40. Комаров С. А. Фельетон проблемы жанрового определения. средство воздействия на общественное мнение. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди. Серія : Літературознавство.* 2011. Вип. 2 (1). С. 159–171. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzl_2011_2%281%29__23 (дата звернення: 19.03.2020).

41. Крайнікова Т. Профіль українського інтернет-користувача (аналіз вторинних соціологічних досліджень). *Вісник Книжкової палати.* 2014. № 2. С. 48–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2014_2_16 (дата звернення: 25.07.2020).

42. Кривопишина А. С. Масова та елітарна література: природа художності в українському романі початку XXI століття : дис. ... канд. філолог. наук : 10.01.06. Київ, 2018. 219 с. URL: <https://cutt.ly/HhaKRVr> (дата звернення: 13.01.2020).

43. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. *Основы творческой деятельности журналиста* / за ред. С. Г. Корконосенко. Санкт-

Петербург, 2000. С. 125–168. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/64.htm> (дата звернення: 17.01.2020).

44. Кузнецов П. В. Своеобразие фельетонистики 1920-х гг. в газете «Гудок» : автореф. дис. ... канд. філолог. наук : 10.01.10. Москва, 2011. 17 с. URL: <http://www.rad.pfu.edu.ru:8080/tmp/avtoref5282.pdf> (дата звернення: 22.01.2020).

45. Кузнецов П. В. Своеобразие языковых средств фельетониста Ю. Олеси. *Вестник Томского государственного университета*. 2011. № 346. С. 27–28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/svoeobrazie-yazykovykh-sredstv-felietonista-yu-oleshi/viewer> (дата звернення: 22.01.2020).

46. Кузнєцова Г. В. Алюзія як лінгвістичне явище. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2014. № 9. С. 89–91.

47. Лазаренко С. Функціонування парцеляції та приєднання в газетному тексті та робота з ними на заняттях з української мови як іноземної. *Порівняльно-педагогічні студії*. 2015. № 1 (23). С. 45–52. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppstud_2015_1_9 (дата звернення: 16.08.2020).

48. Левидов М. Ю. Фельетон в революции. *Журналист*. 1923. № 6. С. 18–23.

49. Лут К. А. Гіпербола як засіб прагматичного впливу в англomовному економічному дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. № 6. С. 57–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/olinv_2015_6%281%29__15 (дата звернення: 17.01.2020).

50. Машарипова Т. Ж. Метод публицистики. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия : Филология. Журналистика*. 2014. № 4. С. 123–129. URL: <https://cutt.ly/dhjefUR> (дата звернення: 13.01.2020).

51. Нагорняк М. В. Жанрові пріоритети новинного контенту мережевих радіостанцій як чинник ефективної комунікації зі споживачами. *Психолінгвістика*. 2015. Вип. 17. С. 264–274. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2015_17_30 (дата звернення: 29.01.2020).

52. Нагорняк М. В. Радіогазета як першопочаткова форма новинної радіомовної комунікації України (20 – 30-і роки ХХ століття). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Science*. 2016. № 4. С. 60–64. URL: <https://cutt.ly/RhdXA6z> (дата звернення: 29.01.2020).

53. Никонова Ю. И. Эмоциональное воздействие как прагматическая составляющая полемики фельетона. *Вестник Бурятского государственного университета*. 2010. С. 77–80.

54. Никонова Ю. И., Прокопьева С. М. Типология фельетонів в соответствии с доминирующей прагматической установкой. *Филология и человек*. 2010. № 3. С. 7–18. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-felietonov-v-sootvetstvii-s-dominiruyushey-pragmaticheskoy-ustanovkoj> (дата звернення: 19.02.2020).

55. Овсянніков А. Відеохостинг як перспективна платформа для інтеграції українських телеканалів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2018. Том 1 (70). С. 67–76. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2018_1_10 (дата звернення: 11.03.2020).

56. Омашев Н. Фельетон как жанр радиожурналистики (на материалах Всесоюзного и Казахского радио) : автореф. дис. ... канд. филолог. наук : 10.01.10. Алмат-Ата, 1984. URL: <http://cheloveknauka.com/felieton-kak-zhanr-radiozhurnalistiki-na-materialah-vsesoyuznogo-i-kazahskogo-radio> (дата звернення: 15.02.2020).

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

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

59. Павлів В. Рисунковий фейлетон у медіях: міжнародний та український досвід. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Вип. 15. С. 195–200.

60. Почапська О. І. Гумор і сатира в сатирично-публіцистичних жанрах наддніпрянської преси 1917 – 1921 рр. *Творчі та організаційні*

особливості функціонування сучасного медійного простору. 2008. Том 2. С. 245–248.

61. Почапська О. І. Жанрові особливості фейлетону (за матеріалами кам'янець-подільської преси 1917 – 1920 рр.). *Образ*. 2008. № 8. С. 85–91. URL: https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/Obraz_2008_9.pdf (дата звернення: 29.01.2020).

62. Почапська О. І. Критика соціально-політичного устрою Наддніпрянщини у сатиричній публіцистиці 1917 – 1921 рр. (за матеріалами газет Подільської губернії). *Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку*. 2007. С. 446–449. URL: http://journalism-history-ukraine.blogspot.com/2008/11/blog-post_8380.html (дата звернення: 18.02.2020).

63. Почапська О. І. Сатирична публіцистика в українській періодиці 1917 – 1921 рр.: тематичні й жанрові межі. *Взаимодействие культур и полилингвизм Приднестровья: становление и развитие*. 2007. Том 3. С. 74–78. URL: <http://oksana-genre.blogspot.com/2008/11/1917-1921.html> (дата звернення: 15.02.2020).

64. Почапська О. І. Сатирично-публіцистичний текст 1917 – 1921 рр.: різновиди і особливості структури. *Наукові праці Кам'янець-Подільського державного університету. Серія : Філологічні науки*. 2007. Вип. 15. С. 164–168.

65. Почапська О. І. Українська сатирична публіцистика Наддніпрянщини періоду національно-визвольних змагань 1917 – 1921 рр. : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій : 27.00.04. Київ, 2009. 15 с. URL: https://otherreferats.allbest.ru/journalism/00604320_0.html (дата звернення: 18.02.2020).

66. Почапська О. І. Фейлетон як провідний жанр сатиричної публіцистики 1917 – 1921 років (за матеріалами газет Наддніпрянської України). *Українська мова і література в школі*. 2007. № 6. С. 42–44. URL:

http://oksana-genre.blogspot.com/2008/11/blog-post_3558.html (дата звернення: 12.02.2020).

67. Савицкий В. А. Игровая технология в современных средствах массовой коммуникации. *Медиаскоп: Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова*. 2010. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/571#19> (дата звернення: 15.01.2020).

68. Самарская Т. Б., Мартиросьян Е. Г. Публицистический текст: сущность, специфика, функции. *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия : Филология и искусствоведение* 2011. Вып 4. С. 178–184. URL: <https://cutt.ly/ThjenjK> (дата звернення: 29.04.2020).

69. Свалова М. Публіцистичний текст у системі медіаосвітніх технологій (на основі публіцистики О. Бойченка й М. Рябчука). *Журналістика*. 2015. Вип. 14. С. 174–183. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/zhur_2015_14_18 (дата звернення: 18.03.2020).

70. Северина Е. А. Фельетон как «гибридный» жанр публицистического дискурса. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия : Гуманитарные науки*. 2014. С. 122–134. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/felieton-kak-gibridnyy-zhanr-publitsisticheskogo-diskursa-na-materiale-nemetskojazychnoy-pressy> (дата звернення: 12.03.2020).

71. Северина Е. А. Фельетон как средство воздействия на общественное мнение. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия : Гуманитарные науки*. 2016. С. 79–92. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/felieton-kak-sredstvo-vozddeystviya-na-obschestvennoe-mnenie> (дата звернення: 12.03.2020).

72. Семенець О. Проблемні ідентичності журналіста і аудиторії в сучасних соціальних комунікаціях. *Вісник Львівського університету. Серія : Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 109–114.

73. Семенюк О. Вплив соціокультурних факторів на розвиток українського фейлетону. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. 2019.

Вип. 175. С. 430–436. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2019_175_86 (дата звернення: 18.04.2020).

74. Снурнікова Ю. М. Новини з перцем та бульбашками: інфотейнмент на сучасному українському інформаційному телебаченні. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2011. Вип 33. С. 211–220. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2011_33_26 (дата звернення: 19.06.2020).

75. Соловей О. Пародійність роману Гео Шкурупія «Міс Адрієна». *Слово і час*. 2015. № 2. С. 40–50. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sich_2015_2_6 (дата звернення: 12.05.2020).

76. Толутанова Ю. Н. Подходы к освоению особенностей сатирической публицистики. *Рема*. 2010. С. 105–111. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-osvoeniyu-osobennostey-satiricheskoy-publitsistiki> (дата звернення: 23.03.2020).

77. Толутанова Ю. Н. Сатира в публицистике. Специфика и жанровые особенности фельетона как предмет многочисленных споров исследователей. *Культура народов Причерноморья*. 2007. № 110. С. 229–231. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/55020> (дата звернення: 23.03.2020).

78. Тормахова А. М. Комікс та мем як візуальні практики. *Міжнародний вісник: культурологія. філологія. музикознавство*. 2017. Вип. 1. С. 56–60. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mvkfm_2017_1_11 (дата звернення: 25.07.2020).

79. Ульянова Е. Утверждение жанра фельетона в периодической печати Восточной Украины. *Журналістыка – 2017: стан, проблеми і перспектывы*. 2017. Вип. 19. С. 284–287 URL: <https://cutt.ly/jhjeSyS> (дата звернення: 02.04.2020).

80. Ученова В. В. Современные тенденции развития журналистских жанров. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. 1976. № 4. С. 17–27.

81. Хмара П., Полянский Е. Товариш Зюганов! Верните нам подтекст. *Журналист*. 1996. № 4. С. 29–30.
82. Цепенюк Т. Яновська Х. Лінгвістичні особливості відеоконтенту. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. 2019. Вип. 175. С. 84–88. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2019_175_20 (дата звернення: 12.03.2020).
83. Цімох Н. І. Трансформація жанрів телебачення України : дис. ... канд. мистецтвознавства : 26.00.01. Київ, 2019. 218 с.
84. Чанышева З. З. Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Серия : Проблемы языкознания и педагогики* 2016. № 4. С. 54–62. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnye-tehnologii-smyslovyh-iskazheniy-v-klikbeyt-zagolovkah> (дата звернення: 10.06.2020).
85. Чик. Д. Ч. Жанр фейлетону у творчості Г. Квітки: проблематика і поетика. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 4 (263). URL: <https://cutt.ly/JhjeDFO> (дата звернення: 02.03.2020).
86. Чобанян К. В. Жанровые приоритеты современного информационного телеканала (на примере каналов Си-эн-эн и «Россия 24»). *Медиаскоп: Электронный научный журнал Факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова*. 2015. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru/1847#19> (дата звернення: 14.01.2020).
87. Шариф Я. Публицистический фельетон и его мастер. *Журналист*. 1924. № 11. С. 19–22.
88. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського університету. Серія : Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. С. 274–280. URL: <https://cutt.ly/DhjeGaJ> (дата звернення: 15.05.2020).
89. Шпилик С., Вовчук О. Facebook як ефективний маркетинговий інструмент розвитку бізнесу. *Галицький економічний вісник Тернопільського*

національного технічного університету. 2018. № 2. С. 106–113. URL: <https://cutt.ly/VhjeG0C> (дата звернення: 05.08.2020).

90. Эвентов И. Остроумие схватывает противоречие (О некоторых вопросах теории сатиры). *Вопросы литературы*. 1973. № 6. С. 116–134.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТОЛОГІЧНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Зеленський, Настя Каменських, Ляшко, Порошенко, Тимошенко: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 16. *Телебачення Торонто*. 17.02.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/Chhwph8> (дата звернення: 10.05.2020).
2. Укроборонпром, Порошенко, Зеленський, Тимошенко, Євробачення: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 18. *Телебачення Торонто*. 03.03.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/KhhwByW> (дата звернення: 15.05.2020).
3. Гра престолів, Чучундра, Гладковський, Instagram, Потап, Тимошенко, ТІК: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 19. *Телебачення Торонто*. 10.03.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/Ahhw7L0> (дата звернення: 19.05.2020).
4. Зеленський, MONATIK, Путін, Вакарчук, Samsung Galaxy Fold: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 25. *Телебачення Торонто*. 28.04.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/JhhefcT> (дата звернення: 25.05.2020).
5. Інавгурація, Зеленський, Коломойський, Jerry Neil, ЛГБТ, Цукерберг: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 26. *Телебачення Торонто*. 20.05.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ahhemoA> (дата звернення: 10.06.2020).
6. Зеленський, Аваков, український реп, Шарій, Мас Про, метелики: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 29. *Телебачення Торонто*. 09.06.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/XhheYgL> (дата звернення: 18.06.2020).
7. Слуга народу, Зеленський, Камбербетч, Тищенко, борщ, Сивохо, собаки: #(@)є?§ з Майклом Щуром # 31. *Телебачення Торонто*. 30.06.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/whheGlh> (дата звернення: 21.06.2020).

8. Майлі Сайрус, Винник, Дудь, астрологи, Олівер Стоун, матюки: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 32. *Телебачення Торонто*. 07.07.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/vhheXnd> (дата звернення: 30.06.2020).
9. Зеленський, Потап, MOZGI, Мунтян, Джокер, щеплення, Слуга народу: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 1. *Телебачення Торонто*. 01.09.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ehhe19U> (дата звернення: 05.07.2020).
10. Гладковський, Захар Беркут, Євробачення, голі у метро, Разумков: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 8. *Телебачення Торонто*. 20.10.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/xhhe4QH> (дата звернення: 16.07.2020).
11. Tinder, YUKO, скандал з Яременком, ринок землі, Хорошковський, Трамп: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 10. *Телебачення Торонто*. 03.11.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/VhhrrnX> (дата звернення: 22.07.2020).
12. Star Wars, Аваков, Зеленський, Гордон, тренди YouTube, покоління Z: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 17. *Телебачення Торонто*. 22.12.2019 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/LhhraXt> (дата звернення: 29.07.2020).
13. Вся правда про коронавірус, справу Шеремета, геїв, Вакарчука та сусідів: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 20. *Телебачення Торонто*. 02.02.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/6hhtpbv> (дата звернення: 03.08.2020).
14. VIP-палати, Madonna, Леся Нікітюк, Джаред Лето, MARUV, Half-Life: Alyx: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 27. *Телебачення Торонто*. 29.03.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/khhtxw9> (дата звернення: 08.08.2020).
15. Радикальна НК, The HARDKISS, Андрій Єрмак, COVID-19, Спіймати Кайдаша: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 28. *Телебачення Торонто*. 05.04.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ahhtIEO> (дата звернення: 17.08.2020).
16. Зеленський, Гандон, Полякова, Тищенко, Леся Нікітюк, Assassin's Creed: #(@)є?§0 з Майклом Щуром # 32. *Телебачення Торонто*.

10.05.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/chhyqFY> (дата звернення: 19.08.2020).

17. Зрада Гордона, alyona alyona, Kyivstoner, Unreal Engine 5, VIP-СІЗО: #(@)є?\$0 з Майклом Щуром # 33. *Телебачення Торонто*. 17.05.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/6hhyf1K> (дата звернення: 23.08.2020).

18. Кагарлик, провал Авакова, Гордон, Гаррі Поттер, Milli Vanilli, Шарій: #(@)є?\$0 з Майклом Щуром # 35. *Телебачення Торонто*. 31.05.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/ohhyxkf> (дата звернення: 27.08.2020).

19. Аваков і реформа МВС, протести у США, #BLM, Зеленський, українська мова: #(@)є?\$0 з Майклом Щуром # 36. *Телебачення Торонто*. 07.06.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/3hhyQdW> (дата звернення: 04.09.2020).

20. Зеленський, Стерненко, Вакарчук, DZIDZIO, Полякова, Порошенко, PS5 : #(@)є?\$0 з Майклом Щуром # 37. *Телебачення Торонто*. 14.06.2020 : веб-сайт. URL: <https://cutt.ly/MhhyYMi> (дата звернення: 11.09.2020).