

in the contrasted languages have been identified. **Practical value:** the results can be implemented in further studies of the system organization of the word-formative category of the doer of action in Russian and English. **Results:** comparative analysis makes it possible: 1) to reveal systemic specifics of similar phenomenon conceptualization by the consciousness of speakers of two different languages and of its verbalization by means of the homophonous word structure; 2) to find out interlanguage isomorphic and allomorphic features in the word-formative semantics of deverbatives denoting the doerofaction; 3) to substantiate the fact of intralingual and interlanguage predictability of the homophonous word structure meaning on the basis of designated distributive and oppositional originality of correlations.

**Key words:** *word-formative semantics, implicit semantic augments, inner form, the doer of an action, derivative, distribution, opposition.*

Надійшла до редколегії 21.02.2018

<https://doi.org/10.15421/251803>

УДК 811.161.1'38'42

### ВАНЯРКИН Вадим Михайлович

кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой иностранных языков  
для социально-экономических специальностей Днепропетровского национального университета  
имени Олеса Гончара; пр. Д. Яворницкого, 35, г. Днепр, 49044, Украина; тел.: +38(056) 744-32-24;  
e-mail: forlangefdu@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-3972-7736

## ТИПОЛОГИЯ ТЕКСТОВ ОЦЕНОЧНОГО ТИПА И ИХ ПАРАМЕТРАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ (на материале жанра фельетона)

**Аннотация.** *Цель исследования* – выявить на примере жанра фельетона некоторые типологические особенности текстов оценочного типа, обеспечивающие условия правильной, удачной коммуникации. *Объект изучения* – тексты оценочного типа газетно-публицистического стиля, *предмет* – факторы коммуникативно-прагматической структуры произведения, влияющие на семантическую и структурную организацию текста и предопределяющие его стилевые черты. *Материал исследования* – около 30 текстов фельетонов региональной прессы за 2015–2017 годы. Используются описательный, сопоставительный и структурный *методы*. В *результате* исследования выявлены особенности реализации коммуникативной целеустановки в текстах оценочного типа, проанализирована связь структурно-композиционной организации текста фельетона с «экспрессивным полем» этого жанра. *Практическое применение* результатов возможно в исследовании эффективности средств массовой коммуникации, призванных оказывать существенное влияние на выбор и модели поведения коммуникантов. **Выводы:** 1) как и любой другой жанр, фельетон имеет свою особую организацию текста, которая определяется основной функцией воздействия, а побуждается коммуникативной заданностью; 2) построение текста фельетона сопряжено с взаимодействием публицистичности, информационности, сатиры и художественности; 3) стилевые черты данного типа текста, понимаемые как характерные особенности текста, основанные на частоте, дистрибуции и сочетании элементов стиля, формируются прежде всего под воздействием категории экспрессивности, проявляющейся на всех уровнях языка; 4) соотношение экстралингвистических факторов и стилевых черт может быть определено как причинно-следственная зависимость. Соотношение же вышеобозначенных факторов и языково-стилистических средств носит, как представляется, взаимозависимый и взаимообусловленный характер; 5) реализация коммуникативной установки в виде прагматического эффекта для данного типа текста обусловлена прежде всего функционированием экспрессивно маркированных элементов, которые, будучи соответствующим образом организованы в тексте, могут выступать в качестве конструктивных элементов текста.

**Ключевые слова:** *жанр, адресат, целеустановка, типология, заголовок, экспрессивность, композиция.*

**Постановка проблеми.** Последние десятилетия характеризуются значительным расширением задач лингвистики и выходом их за пределы системы языковых знаков в узком смысле – на первый план выступает изучение «языка в действии».

Углубленное исследование функционального аспекта языка привело к необходимости выйти за пределы предложения, а также выявить, определить природу, иерархизировать и описать систему, способствующую содержательно-формальной организации текста как высшей, в плане уровневого анализа, единицы.

Изучение факторов, связанных с прагматической установкой, подтекстовой, контекстуальной спецификой высказывания должно, по мнению исследователей, способствовать более полному и глубокому пониманию речевого произведения, указывая пути и способы наиболее оптимального конструирования текстов, особенно относящихся к сфере массовой коммуникации.

**Постановка заданий исследования.** *Цель* данной статьи – изучить на примере газетно-публицистического стиля некоторые типологические особенности текстов, обеспечивающих создания условий правильной, удачной коммуникации. Одним из таких газетных жанров, по нашим наблюдениям, является жанр фельетона, для которого характерна плотная насыщенность разнообразными формами оценочности, включение элементов разговорности и синтаксической экспрессии, формирующих механизм воздействия на массового адресата.

**Связь с предыдущими исследованиями.** Несмотря на большое количество публикаций, посвященных фельетону, некоторые исследователи указывают на отсутствие специальных исследований, рассматривающих этот жанр как феномен СМИ, находящийся на стыке социально-политического, массмедийного и комического дискурсов [16, с. 14].

При выявлении типологических особенностей текстов оценочного типа, и в частности фельетона, представляется целесообразным остановиться на следующих элементах коммуникативно-прагматической структуры произведения: 1) адресант; 2) адресат; 3) коммуникативное задание (цель сообщения); 4) внутренняя организация сообщения.

Прагматическая направленность в плане реализации определенных коммуникативных интенций адресанта свойственна фельетону в гораздо большей степени, чем текстам информативного или комментирующего типов.

Характерные особенности фельетона как своеобразного жанра публицистики определяются его двойственным характером: сатирически повествуя о конкретных, реальных фактах, он использует разнообразные художественно-беллетристические формы [17, с. 199]. «В этом двойственном характере фельетона – все дело: по методам разработки факта фельетон – явление литературное, по своему отношению к факту – внелитературное. Обе функции необходимы, и именно соединение их, переключение бытовой и художественной функций составляет суть фельетона...» [18, с. 7]. Эта особенность фельетона предопределяет особый тип «образа автора». По определению В. В. Виноградова, «в образе автора», в его речевой структуре объединяются все качества и особенности стиля художественного произведения: распределение света и тени при помощи выразительных речевых средств, перехода от одного стиля изложения к другому, переливы и сочетания словесных красок, характер оценок, выражаемых посредством подбора и смены слов и фраз, своеобразия синтаксического движения» [3, с. 7].

Как отмечают исследователи, здесь мы сталкиваемся с определенным преломлением «образа автора», что объясняется спецификой жанра [17, с. 199].

**Изложение основного материала.** Публицистичность фельетона особенно ярко и непосредственно выражается в выводах, обычно заключающих текст, где автор «сбрасывает все маски» и выступает как публицист. Формы таких выводов различны. Так, например, фельетон М. Куюна «Укрощение строптивого», в котором автор в форме лирического повествования рассказывает о бедственном экологическом положении, сложившемся на «поэтических берегах седого Славутича», заканчивается словами: «...не пора ли сейчас трезво подойти к тем решениям, которые, по сути, грубо попирают природоохранное законодательство, и отменить их? И автор твёрдо уверен, что в данной ситуации свое веское слово должен сказать специальный отдел областной прокуратуры» [Дн. пр., 12.03.2015].

Таким образом, типологически маркированным средством текста фельетона можно считать особый тип «образа автора», что находит свое выражение прежде всего в преднамеренном столкновении разностилевых текстов, при этом, как отмечает исследователь, «только тексты газетно-информативного, публицистического характера воспринимаются в нём как нестилизованные» [17, с. 200].

Из сказанного выше можно сделать вывод о том, что отличительной особенностью фельетона является то, что это жанр личностный и эффективность восприятия во многом зависит от мастерства автора, от его умения сделать интересной для максимально широкого круга читателей предметную реальность, не представляющую большого интереса с точки зрения наличия в ней каких-то новых сенсационных сведений. А это достигается прежде всего благодаря использованию большого количества экспрессивных средств на всех уровнях языка, что фактически означает присутствие экспрессивности как одной из основных категорий текста фельетона.

К текстовым категориям, ориентированным на адресата, следует также отнести информативность, поскольку основная цель иллокутивного акта – сообщить информацию собеседнику [5, с. 16].

Специфика жанра фельетона, как отмечалось ранее, уже с самого начала во многом предопределена своеобразием функционального стиля и публицистически-целенаправленной прагматической установкой газетных текстов на информацию и убеждение. Однако соотношение этих факторов в различных типах текстов неодинаково. Если в некоторых жанрах данного функционального стиля (хроника, сообщение, коммюнике) акцент делается, прежде всего, на информативную сторону, что предопределяет выбор языковых средств, соответствующих этому типу текстов, то для жанра фельетона фактор информативности играет второстепенную роль и служит для эффективного перенесения убеждений, при котором сообщение значений, сведений является прежде всего средством воздействия на читателя [10, с. 67].

На передний план в данном случае выдвигается морально-эстетическое восприятие текста, и степень готовности к взаимодействию между сознанием коммуникаторов и сознанием получателей информации определяется не только приобщённостью последних к описываемому в тексте факту, явлению, событию, но и их языковой подготовленностью, культурным и общеобразовательным уровнем, т. е. адекватность восприятия коммуникативной целеустановки во многом зависит от тезауруса читателя.

Конечно, работая над текстом, автор мысленно представляет читателя и старается так или иначе учитывать его социальный статус, образовательный уровень и т. п. Однако отсутствие определенной адресатной ориентации, свойственной газете, заставляет его добиваться реализации коммуникативной установки в

основном посредством воздействия на эмоциональную сферу человека. А это уже предполагает широкое использование в тексте экспрессивных средств.

Главным среди факторов коммуникативно-прагматической структуры произведения, оказывающих влияние на семантическую и структурную организацию текста, предопределяющих его стилевые черты, несомненно, является цель высказывания. Создание текста подчиняется цели говорения (сообщения) о предмете, т. е. коммуникативной задаче, порождающей и организующей сообщение [7, с. 116].

Как справедливо отмечает О. И. Москальская, анализ коммуникативной целеустановки не может быть безразличен к жанру текста, так как каждый жанр выдвигает при этом свои специфические трудности [12, с. 63]. При определении коммуникативной установки исследуемого жанра необходимо исходить из того, что фельетон, как не раз подчёркивали исследователи, представляет собой соединение, органическое переплетение, нерасчленённость трёх начал: публицистического, художественного и сатирического [2, с. 163]. Все формы отражения действительности в данном случае пропущены через художественно-публицистический замысел автора, подчинены сознательному выбору способа представления действительности как средства воздействия на читателя.

В исследуемом жанре цель заключается в том, чтобы побудить читателя солидаризироваться с мнением автора в оценке действительных, конкретных фактов, событий, явлений окружающей действительности. Такая целеустановка порождает определенные качества, стилевые черты жанра: непринуждённость, эмоциональность, экспрессивность. Именно эти особенности отличают данный тип текста от других с подобной целеустановкой, например, от передовой статьи, которая является прежде всего продуктом коллективного творчества с использованием речевых и языковых средств, имеющих не индивидуальный, а социально закреплённый традиционный характер [15, с. 7].

Для жанра фельетона особенно характерно стремление автора приблизиться к читателю, вовлечь его в коммуникативный акт, обращаясь к нему как бы лично от себя, задавая ему вопросы и подводя к нужным ответам. От других текстов оценочного типа, например реплики и памфлета, фельетон отличает большая свобода проникновения в текст авторского «я» [17, с. 129] и более резкий характер отрицательной оценки; при этом, естественно, возрастает роль не прямых способов выражения оценки, таких как ирония, метафора, гиперболы, каламбур, драматизация повествования или описания, несобственно-прямая речь и т. д.

Таким образом, типологически отмеченным свойством текста фельетона является высокая степень выраженности иллокутивной силы речевого произведения.

Несомненно, что функция текста в процессе коммуникации, коммуникативная целеустановка являются исходными факторами, определяющими структуру текста и его языковые особенности. Однако это отнюдь не означает, что роль языка в организации текста второстепенна. Думается, что здесь существует обратная связь.

Если коммуникативная задача управляет процессом формирования замысла, последний осуществляет отбор языковых средств, совокупность которых вместе с их содержательной стороной составляют внешнюю форму текста [13, с. 22], то внешняя форма, данная непосредственно восприятию, в свою очередь оказывает влияние на осуществление первоначальной коммуникативной задачи.

Следовательно, в данном случае, по нашему мнению, можно говорить о взаимообусловленности, о тесной зависимости между коммуникативной целеус-

тановкой и внутренней организацией сообщения, его композиционно-речевыми признаками.

Одной из существенных характеристик композиции текста многие исследователи считают наличие названия (заголовка) [6, с. 133], которое в качестве имени любого текста является важным текстообразующим признаком произведения, проявляющимся уже в прецикле восприятия, и, таким образом, первоначально стимулирует интеллектуальную и эмоциональную деятельность читателя как в выборе произведения, так и в процессе его чтения [1, с. 24].

Несмотря на имеющиеся различия в существующих классификациях заголовка, всех их объединяет указание на номинативность, информативность и рекламность.

На наличие и относительную важность функций заголовка оказывает влияние и жанр публикации. Личностный характер жанра фельетона допускает ярко выраженную оценку событий и факторов с целью усиления воздействия на получателя речи. Часто уже в самом заголовке, который то в ясной, конкретной форме, то в завуалированной, имплицитной, выражает основной замысел, идею, концепт создателя текста [4, с. 113]. Стилистические значения слов, слова и фразеологические обороты, употребленные в практическом значении, отражают отношение автора к описываемому факту, ср.: *Плач по подхалимам* [Дн. пан., 21.05.2016]; *Мор в законе* [Дн. веч., 22.09.2015]; *Рождественские мечтания* [Дн. пр., 17.10.2017].

Начало фельетона часто сознательно выделяется автором как часть, требующая по законам жанра беллетризации, в характерном для данного типа текста «обнажении приема» [17, с. 202].

«В фельетонном жанре почему-то не практикуются лирические отступления... А жаль. Попытаюсь восполнить досадный пробел.

На поэтическом берегу седого Славутича стояла почти в полном составе компетентная комиссия...» [Дн. пр., 19.03.2016].

Одним из распространенных, типичных видов композиции фельетона является использование развернутого описания, аналогии, введение ассоциативной или метафорической темы [8, с. 249].

Для того чтобы подтвердить достоверность даваемой информации, автор часто прибегает к ссылке на первоисточники информации, использует в тексте реальные документы, цитаты:

«Он энергично подмахнул депешу, направляемую председателю Криничанского райисполкома, в которой указывал, что “не возражает в создании на территории колхоза малого... предприятия “Биотон”» [Дн. пан., 23.06.2017].

Таким образом, с точки зрения композиционной, как отмечается во многих исследованиях, фельетон характеризуется тем, что «в нем почти всегда противопоставляется изложение стилизованное, художественно-беллетризованное как ироническое, шутовское, “придуманное” газетно-информационному и публицистическому как достоверному и истинному» [17, с. 207].

Публицистичность фельетона, как отмечалось выше, особенно ярко и непосредственно выражается в выводах, обычно заключающих текст. Формы таких выводов различны. Так, например, фельетон О. Жадана «Четвертной на тарелочке» заканчивается обращением автора к читателям:

«Взятки к датам? Но ведь разных дат уйма – разве напасешься, соберешь столько трудовых кровных рублей? Послушайте, да так ли уж надо было их собирать? За что платить-то, вздумайте хоть на минутку!» [Дн. веч., 14.07.2015].

Нередки для жанра фельетона концовки в виде риторических вопросов:

«Но вот проблема: а что делать, если и другие чиновники откажутся подчиняться президентской директиве? Как, скажите, защищать тогда основы российской демократии?» [Дн. пр., 25.10.2016].

Как отмечают сами авторы фельетонов, они ориентируются не только на квалифицированного, но и на рядового читателя, которому необходимо тот или иной факт и выводы из него подробнее разъяснить. «Поэтому иногда в ущерб художественности фельетона мы должны “пойти на жертву” и давать публицистическую (полупублицистическую) концовку. Конечно, это нельзя брать за правило, ибо часто “выводы” просматриваются в самом тексте фельетона» [14, с. 52].

Известно, что «конец речи должен закруглить ее, т. е. связать с началом» [9, с. 169]. В фельетоне, как правило, конец текста, выводы, тесно связаны с заглавием. Таким образом, соотношение заглавия, начала и концовки текста создает тот конструктивный каркас, внутри которого находит «фельетонное выражение мысль автора» [17, с. 210].

Структурно-композиционные особенности текста фельетона органично связаны с «экспрессивным полем» этого жанра. Чередование метафорического и логического, образного и документального в тезисах развертывания текста соотносится с таким же чередованием в микротекстах данного жанра. Сочетание в одной фразе, на небольшом отрезке текста образности и специальной терминологии, метафоры и публицистического стандарта является характерным для стиля фельетона.

По определению В. Г. Костомарова, «стандарт – это результат многовековых традиций, отбора типического». Стандарт, «наряду со стабильностью», характеризуется «нестандартным применением в каждом конкретном случае» [10, с. 150].

Способность языковых средств разного уровня обнаруживать выразительно-конструктивные «приращения» В. Г. Костомаров определяет как экспресsemу [Там же, с. 160].

Соотношение экспрессивных средств и стандарта по-разному проявляется в различных публицистических жанрах. В текстах фельетонов происходит контактное, по контрасту с дистантным, чередование экспрессивных средств и стандарта, в результате чего возникает экспрессивный контекст.

Говоря об элементах коммуникативно-прагматической структуры сообщения, необходимо отметить, что они очень тесно переплетаются, взаимодействуют друг с другом и поэтому не существует однозначного соответствия между каким-либо элементом модуса и определенной текстовой категорией. Так, фактор адресата влияет на функционирование как субъективной модальности, так и категории экспрессивности; с другой стороны, на категорию информативности влияют такие коммуникативные элементы, как цель сообщения, пресуппозиция и др.

Итак, анализ типологических характеристик жанра фельетона позволяет, на наш взгляд, сделать следующие **выводы**.

1. Как и любой другой жанр, фельетон имеет свою особую организацию текста, которая определяется основной функцией воздействия, а побуждается коммуникативной заданностью.

2. Построение текста фельетона сопряжено со взаимодействием публицистичности, информативности, сатиры и художественности.

3. Стилиевые черты данного типа текста, понимаемые как «характерные особенности текста, основанные на частоте, дистрибуции и сочетании элементов стиля» [11, с. 294], формируются прежде всего под воздействием категории экспрессивности, проявляющейся на всех уровнях языка.

4. Соотношение экстралингвистических факторов и стилиевых черт может быть определено как причинно-следственная зависимость. Соотношение же вышеобозначенных факторов и языково-стилистических средств носит, как представляется, взаимозависимый и взаимообусловленный характер.

5. Признание категории экспрессивности доминирующей и облигаторной для текста фельетона позволяет предположить, что реализация коммуникативной установки в виде прагматического эффекта для данного типа текста обусловлена прежде всего функционированием экспрессивно маркированных элементов, которые, будучи соответствующим образом организованы в тексте, могут выступать в качестве конструктивных элементов текста.

**Перспективы дальнейших исследований** видятся нам в разработке методологических основ и методических принципов анализа текста в единстве его формальных и содержательных элементов с учётом коммуникативной установки, реализация которой в виде прагматического эффекта предопределяет, в конечном итоге, эффективность всей коммуникации.

### Библиографические ссылки

1. Арнольд И. В. Значение сильной позиции для интерпретации художественного текста. *Иностранные языки в школе*. 1978. № 4. С. 23–31.
2. Вакуров В. Н., Кохтев Н. Н., Солганик Г. Я. Стилистика газетных жанров. Москва: Высшая шк., 1978. 183 с.
3. Виноградов В. В. Наука о языке художественной литературы и ее задачи: на материале русской литературы. Москва: АН СССР, 1958. 51 с.
4. Выготский Л. С. Психология искусства. Москва: Искусство, 1968. 576 с.
5. Гак В. Г. Прагматика, узус и грамматика речи. *Иностранные языки в школе*. 1982. № 5. С. 11–17.
6. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва: Наука, 1981. 139 с.
7. Дридзе Т. М. Проблема избыточности и информативно-целевой анализ речевого сообщения: материалы V Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. Москва, 1975. Ч. 1. С. 112–121.
8. Журбина Е. И. Искусство фельетона. Москва: ГИХЛ, 1965. 287 с.
9. Кони А. Ф. Советы лекторам. Москва: Госполитиздат, 1963. С. 163–171.
10. Костомаров В. Г. Русский язык на газетной полосе: Некоторые особенности языка современной газетной публицистики. Москва: МГУ, 1971. 267 с.
11. Михель Г. Основы теории стиля. *Новое в зарубежной лингвистике* / общ. ред. И. Р. Гальперина. Москва: Прогресс, 1980. Вып. IX. С. 271–296.
12. Москальская О. И. Грамматика текста. Москва: Выш. шк., 1981. 183 с.
13. Новиков А. И. Семантика текста и ее формализация. Москва: Наука, 1983. 215 с.
14. Рыкалин Г. И. Фельетонисты о своей работе. Ленинград: Academia, 1929. С. 49–57.
15. Солганик Г. Я. Язык и стиль передовой статьи. Москва: МГУ, 1973. 75 с.
16. Солганик Г. Я. Язык СМИ и политика. Москва: МГУ, 2012. 952 с.
17. Стилистика русского языка: Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. Москва: Наука, 1987. 236 с.
18. Фельетон: сб. статей / под ред. Ю. Тынянова и Б. Казанского. Ленинград: Academia, 1927. 219 с.

### References

1. Arnold, I. V. (1978), "The Essence of a Strong Position for the Interpretation of an Artistic Text", *Foreign languages at school* ["Znachenie sil'noj pozicii dlja interpretacii hudozhestvennogo teksta"], *Inostrannye jazyki v shkole*, № 4, pp. 23–31.

2. Vakurov, V. N., Kohtev, N. N., Solganik, G. Ya. (1978), *Stylistics of the Newspaper Genres* [*Stilistika gazetnyh zhanrov*], Moscow, 183 p.
3. Vinogradov, V. V. (1958), *The Science about the Language of Fiction and its Tasks: on the Material of the Russian Literature* [*Nauka o jazike hudozhestvennoi literatury i ee zadachi: na materialy russkoi literatury*], Moscow, 51 p.
4. Vyugotsky, L. S. (1968), *Psychology of Art* [*Psihologija iskusstva*], Moscow, 576 p.
5. Gak, V. G. (1982), "Pragmatics, Customary Usage and Speech Grammar", *Foreign languages at school*, ["Pragmatika, uzus i grammatika rechi"], *Inostrannye jazyki v shkole*, № 5, pp. 11–17.
6. Galperin, I. R. (1981), *Text as an Object of Linguistic Research* [*Tekst kak obekt lingvističeskogo issledovanija*], Moscow, 139 p.
7. Dridze, T. M. (1975), "The Problem of Message Redundancy and Informative and Target Analysis of Speech Transaction" ["Problema izbytochnosti i informativno-celevoi analiz rečevogo soobščhenija"], *Materials of the V all-USSR symposium on psycho-linguistics and the theory of communication*, Moscow, P. 1, pp. 112–121.
8. Zhurbina, E. I. (1965), *The Art of a Satirical Article* [*Iskusstvo fel'etona*], Moscow, 287 p.
9. Koni, A. F. (1963), "The Tips to the Lecturers" ["Sovety lectoram"], Moscow, pp. 163–171.
10. Kostomarov, V. G. (1971), *Russian on the News-Paper: Some Peculiarities of the Language of Contemporary Newspaper Journalism* [*Russkii jazik na gazetnoj polose: Nekotorye osobennosti jazika sovremennoi gazetnoi publicistiky*], Moscow, 267 p.
11. Mikhel, G. (1980), "Style Theory Fundamentals", New in foreign linguistics ["Osnovy teorii stilja"], *Novoe v zarubeznoj lingvistike*, Moscow, Ed. IX, pp. 271–296.
12. Moskalskaya, O. I. (1981), *The Grammar of the Text* [*Grammatika teksta*], Moscow, 183 p.
13. Novikov, A. I. (1983), *Semantics of the Text and its Formalization* [*Semantika teksta i ee formalizacija*], Moscow, 215 p.
14. Ryukalin, G. I. (1929), "Newspaper Satirists about their Job" ["Fel'etonisty o svoei rabote"], Leningrad, pp. 49–57.
15. Solganik, G. Ya. (1973), *The Language and Style of the Editorial* [*Jazik i stil' peredovoi stat'i*], Moscow, 75 p.
16. Solganik, G. Ya. (2012), *The Language of Mass Media and Politics* [*Jazik SMI i politika*], Moscow, 952 p.
17. *Stylistics of the Russian Language: Genre and Communication Aspect of the Stylistics of the Text* (1987), [*Stilistika russkogo jazika: zhanrovo-komunicativnyi aspekt stilistiki teksta*], Moscow, 236 p.
18. *Satirical Article: collected articles*, (1927), [*Fel'eton: sbornik statej*], Leningrad, 219 p.

### Список условных сокращений

Дн. веч. – Днепр вечерний

Дн. пр. – Днепровская правда

Дн. пан. – Днепровская панорама

#### ВАНЯРКІН Вадим Михайлович

кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри іноземних мов для соціально-економічних спеціальностей Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара;  
пр. Д. Яворницького, 35, м. Дніпро, 49044, Україна; тел.: +38(056) 744-32-24;  
e-mail: forlangefdnu@gmail.com; ORCID ID: 0000-0003-3972-7736

#### ТИПОЛОГІЯ ТЕКСТІВ ОЦІННОГО ТИПУ ТА ЇХ ПАРАМЕТРАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ (на матеріалі жанру фейлетону)

**Анотація.** *Мета дослідження* – виявити на прикладі жанру фейлетону деякі типологічні особливості текстів оцінного типу, які забезпечують умови правильної, вдалої комунікації. *Об'єкт дослідження* – тексти оцінного типу газетно-публіцистичного стилю, *предмет* – фактори комунікативно-прагматичної структури твору, які впливають на семантичну та структурну організацію тексту і визначають його стильові риси. *Матеріал* дослідження – близько 30 текстів фейлетонів регіональної преси за 2015–2017 роки. Застосовано описовий, зіставний та структурний *методи*. У *результаті* дослідження виявлено особливості реалізації комунікативної цілеустанови в



текстах оцінного типу, проаналізовано зв'язок структурно-композиційної організації тексту фейлетону з «експресивним полем» цього жанру. **Практичне застосування** результатів можливе в дослідженні ефективності засобів масової комунікації, покликаних суттєво впливати на вибір рішення і моделі поведінки комунікантів. **Висновки:** 1) як і будь-який інший жанр, фейлетон має свою особливу організацію тексту, яка визначається основною функцією впливу, а спонукається комунікативною заданістю; 2) побудова тексту фейлетону пов'язана із взаємодією публіцистичності, інформативності, сатири і художності; 3) стильові риси цього типу тексту формуються передусім під впливом категорії експресивності, яка виявляється на всіх рівнях мови; 4) співвідношення екстралінгвістичних факторів і стильових рис може визначатися як причинно-наслідкова залежність. А співвідношення зазначених факторів і мовно-стилістичних засобів має, на наш погляд, взаємозалежний і взаємовизначений характер; 5) визнання категорії експресивності домінуючою та облігаторною для текстів фейлетону дозволяє припустити, що реалізація комунікативної настанови у вигляді прагматичного ефекту для даного типу тексту зумовлена передусім функціонуванням маркованих елементів, які, будучи відповідним чином організовані в тексті, можуть виступати конструктивними елементами тексту.

**Ключові слова:** жанр, адресат, цілеустановка, типологія, заголовок, експресивність, композиція.

**Vadym M. VANIARKIN**

Candidate of Science (Philology), Associate Professor, Head of the Department of Foreign Languages for Social and Economic Specialties of Oles Honchar Dnipro National University; Dmytro Yavornytskyi Avenue, 35, Dnipro, 49044, Ukraine; tel.: +38(056) 744-32-24; e-mail: forlangefdn@gmail.com; ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-3972-7736>

#### **TYOLOGY OF THE APPRAISIVE TYPE TEXTS AND THEIR PARAMETRIC CHARACTERISTICS (a case study of feuilleton genre)**

**Summary. Objective** – to identify on the basis of the genre of satirical article some typological peculiarities of the texts of evaluating type, providing the conditions of the correct and successful communication. **Object** – the tests of evaluating type of newspaper and journalistic style, **subject** – the factors of the communicative and pragmatic structure of the writing, which influence the semantic and structural organization of the text and predetermine its stylistic features. **Material** – approximately 30 texts of satirical articles of the advertising press dating the years 2015-2017. The descriptive, contrastive and structural **methods** have been used. **Finding** of this research is the peculiarities of the communicative aim realization in the texts of evaluating type. The connection of the structural and compositional arrangement of the satirical article text with the “expressive background” of this genre has been analyzed. **Practical value** of the results is possible in the research of mass media efficiency, urging to have a significant impact on the choice and models of the communicators’ behavior. **Results:** 1) as any other genre, satirical article has its own text arrangement, which is determined by the main impact function and induced by the communicative designation; 2) satirical article text construction is conjugated with the interaction of political journalism, information, satire and artistic merits; 3) stylistic features of the text of this type, comprehended as the characteristic peculiarities of the text based on frequency, distribution and combination of the elements of style, are uppermost formed under the influence of the category of expressiveness revealing on all the language levels; 4) the correlation of the extra linguistic factors and stylistic features may be identified as causality. The correlation of the above-mentioned factors as well as the language and stylistic means is, as it is thought, of an interdependent nature; 5) the realization of the communicative message as the pragmatic effect for the text of the given type is mostly stipulated by the functioning of the expressively marked elements, which being specifically organized in the text, may possess the qualities of the constructive elements of the text.

**Key words:** genre, addressee, goal-setting, typology, headline, expressiveness, composition.

Надійшла до редколегії 06.04.2018