

ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ФЕЙЛЕТОН І ПРОФЕСІЙНА ЕТИКА

Володимир Павлів

*Український католицький університет,
вул. Свенціцького, 17,79011, м. Львів, Україна,
e-mail: pavliv@ucu.edu.ua*

У статті досліджено проблематику дотримання стандартів журналістської етики у статтях фейлетонного жанру. Проаналізовано історичний контекст формування журналістського фейлетону, особливості його застосування у сучасній українській періодиці.

Ключові слова: фейлетоністика, медіа-етика, колумністика, публіцистика, відповідальність журналіста.

Проблема з дотриманням стандартів професійної етики не є новою чи тільки якоюсь, наприклад, національною чи регіональною журналістською традицією. В обставинах, коли суспільні настрої радикалізуються, у діяльності ЗМІ першою страждає журналістська етика.

Загроза порушення етичних норм зростає, коли журналісти готують матеріали у жанрах більш суб'єктивних, як то публіцистика, особливо фейлетон. У цьому також немає нічого надзвичайного, адже з певним узагальненням можна сказати, що такою є природа виникнення і розвитку журналістського фейлетону.

Журналістський фейлетон формував і видозмінював свої головні ознаки упродовж всього XIX століття. Вже на його початках у жанрі фейлетону поєднуються дві публіцистичні традиції: “вчені статті” та розважально-моралістичні роздуми про дух епохи, що були властивими Просвітництву. Характерне поєднання повчання та розважання знаходить чудовий прийом у публіки саме в той час, коли мистецтва виходять з придворного простору та відбувається формування громадської думки.

З'являються театральні, літературні, побутові фейлетони. “Спочатку важливою була тільки фейлетонна, легка форма, але з часом він став більш пов'язаний з конкретними прізвищами, він став суб'єктивним висловлюванням, вільним від пресових обов'язків, тобто від точного відображення дійсності, інформування тощо. Досить швидко почали запрошувати писати фейлетони людей з-поза газет. Бо важливим стало прізвище” [3, с. 229].

В епоху французької революції фейлетон набуває гостро політичного характеру і знову часто прибирає форми памфлету, висміюючи монархію, короля, Церкву, а також закликаючи народ до революційних дій. Однак у спокійніші часи фейлетон головно виконував роль, сказати б, газетної белетристики із не завжди найвищим естетичним рівнем художнього тексту. Тоді фейлетон мав здебільшого позитивну налаштованість, яку лише згодом відтіснила сатиричність.

Ось як про це пише австрійський дослідник культурних тенденцій на зламі XIX та XX століть Карл Шорске: “Автори фейлетонів, майстри невеличких оповідей працювали з розрізненими деталями та епізодами, котрі були так до смаку XIX сторіччю з його любов’ю до конкретики. Але крім того, вони намагалися надати своїм матеріалам колориту, який їм підказувала власна уява. Суб’єктивний відгук репортера чи критика на якусь подію, його враження, тональність набували куди більшого значення, ніж сама тема розповіді. Передача емоційного стану стала способом формулювання думки. Тож у стилі фейлетоністів іменники дослівно губилися під кучугурою прикметників, а характерний для автора тон практично стирив контури предмета, про який йшлося” [2, с. 34].

Один із найвідоміших європейських фейлетоністів того часу, Теодор Герцль, взагалі вважав, що на фейлетоніста чатує небезпека “закохатися у свій власний дух і таким чином втратити будь-які критерії оцінки себе та інших” [2, с. 34].

“Фейлетоніст мав схильність перетворювати об’єктивний аналіз світу на суб’єктивне плекання особистих почуттів. Він сприймав світ як випадкову послідовність подразників чуттєвості, а не як поле діяльності. Він сам уособлював той культурний тип, якому адресував свої статті: його характерними рисами були нарцисизм і зосередженість на своїх переживаннях, пасивне сприйняття зовнішнього світу, і, понад усе, чутливість до психічних станів” – пише Шорске [2, с. 35].

Варто підкреслити, що звинувачення в “нарцисизмі” на адресу фейлетоністів з’явилося більш, ніж сто років тому. Однак, своєрідна самозакоханість у свої тексти, у свої відчуття і почуття все ж є не найгіршою рисою фейлетоністів. Значно гіршою є завзятість, азарт, агресивність у відношенні до персонажів фейлетону.

Один із найвідоміших нині польських фейлетоністів Єжи Пільх так описує свою пристрасть: “Атакуєш, бо відповідаєш на атаку, напруга від початку наростає, зростає, стає все гарячіше, тож все більше тебе несе, аж доходиш до суті справи і “вбиваєш цвяха у труну”. Суттю досконалого фейлетону є зачіпка, агресивний удар, ти усвідомлюєш, що завдаєш удари нижче пояса, але приємність – якою вона є у таких випадках – є великою. Як фейлетоніст я не зазнав більшої втіхи, ніж тоді, коли Єжи Туровіч підійшов до мого робочого столу у “Тигодніку Повшехному”, поклав на нього мій фейлетон, який він щойно прочитав, постукав по ньому пальцем і сказав: “Буде самогубство” [7, с. 32].

Фейлетон, як сказано вище, це один із жанрів публіцистики, а перед публіцистом стоїть велика відповідальність, оскільки він дає оцінки, висміює чи критикує, славословить чи засуджує. “Убити словом”, “Рани від слів не гояться” – це про публіцистику, ще більше про фейлетоністику.

З іншого боку, як зазначено в Довіднику з журналістики, підготованому групою європейських авторів, висловлюється переконання, що “... суспільство потребує публіцистичної інстанції, яка б виступала не суддею, а експертом його символічних життєвих проявів, і яка б не виносила категоричних вироків, а формулювала б чіткі аргументи щодо того, чому слід відрізнити велич від посередності або якість від шарлатанства” [3, с. 233].

Ці розбіжності між теорією і стандартами журналістики з одного боку, а публіцистичною практикою з іншого, впливають власне з суб’єктивності авторів фейлетонів, з їхньої емоційної заангажованості. Часом це штовхає фейлетоністів у крайнощі, які

не тільки порушують етичні норми, але й призводили іноді до приватних трагедій, і до масових заворушень. Мається на увазі те, що в тоталітарних суспільствах фейлетони часом виконували роль публічного “доносу” на певних людей, для яких це закінчувалося плачевно. З іншого боку у суспільствах ліберальних впадання у крайнощі фейлетоністів часто перетворюється у образу національних чи релігійних почуттів на межі “богохульства”. Варто лише пригадати пародії та карикатури у західній пресі на Папу Римського, на пророка Моххамеда, на символи християнства та інших релігій.

Усі ці процеси не минули й періоду формування новітнього українського фейлетону. Сучасний журналістський фейлетон в українській пресі формувався за двома нуртами: перший формувався на базі сатирично-гумористичних часописів, що виходили легально в Українській РСР, найвідомішим з яких був журнал “Перець”; другий же зародився на сторінках нелегальних видань, званих узагальнено “самвидавом”. Якщо фейлетоністи у легальних виданнях зі зрозумілих причин зосереджувались на суспільно-культурній тематиці, висміюючи людські слабості, забобони тощо, то автори “самвидави” головню зосереджувалися на політичній критиці, висміюванні політичної системи.

І хоч наприкінці 80-х – на початку 90-х років ХХ століття багатьом українцям було не до сміху, то все ж був “сміх крізь сльози”, адже самі навички реагувати на обман і глупоту сарказмом нікуди не поділися. Навіть у часах “самвидаву”, окрім чорноволивського “Українського Вісника”, існували ще й сатиричні газетки, такі як львівський “Сальцесон”, “Леватива”, “Грюндік” чи варшавська “Відрижка”, що її українською мовою видавала польська молодь українського походження.

Та найбільш відомим і яскравим виданням на щойно виниклому газетному ринку незалежної України все ж став львівський щотижневик “Пост-Поступ”. Ця суспільно-політична газета, що виходила у 1991–1995 роках, саме завдяки своєму іронічному підході до дійсності, що виражався у фейлетонному стилі написання статей на будь-яку тематику – від політики до культури – здобула популярність у всіх регіонах України і далеко за її межами.

Головний редактор “Пост-Поступу” Олександр Кривенко так сформулював її завдання: “Кредо газети – несприйняття більшовизму, червонуватого чи синьо-жовтуватого”. І ще: “Хочемо поєднати серйозність аналізу з фривольністю викладу. Щоби газета була впливова, шляхетна і влучна. Ну, така, як гільйотина. Але веселіша” [5, с. 85].

Тут варто відзначити, що “пост-поступівці” самі досить довго не усвідомлювали, що їхній стиль називається фейлетоністикою. З одного боку через те, що більшість членів редакції не мали журналістської освіти, а з іншого – тому, що на початку 90-х років в українську журналістику почали масово потрапляти західні формати та поняття про професійні стандарти. Таким чином на сторінках української періодики почало прищеплюватися таке явище як “колумністика”, тобто авторські колонки. Це поняття до нас прийшло з англійської мови і журналістської традиції. Оскільки фейлетон зазвичай поміщали у постійній колонці, тому з англійської слово на означення постійного фейлетоніста видання звучало – колумніст.

В останніх роках, мабуть, під впливом все тих же західних взірців в Україні почало активніше розвиватися явище колумністики, яке частково заповнює порожню нішу фейлетоністики. Однак текстам українських колумністів зазвичай бракує блиску

справжніх фейлетоністів і, на жаль, часто не бракує заангажованості – чи то на користь якоїсь політичної опції, чи власника ЗМІ.

У багатьох випадках це призводить до невиправданого бажання авторів висміяти своїх персонажів, часто з порушенням етичних норм.

Характерні для фейлетону елементи іронії та гумору часто роблять його схожим до сатиричної літератури. Це відповідно впливає на використання у ньому специфічних мовних засобів, що знаходять відображення і в заголовках. Особливо ризиковано це виглядає, коли застосовується такий прийом, як вульгаризація мови – використання еротичних алюзій чи лайливої ненормативної лексики.

Ця тенденція теж не нова. Ще український літературознавець Ф. М. Білецький серед характерних рис української гумористичної прози кінця XIX століття називає: вульгаризацію мови, використання лайливої лексики як засіб досягнення комізму.

Однак останнім часом українська колумністика все частіше вдається до вульгаризації мови, втім і заголовків статей. Особливо це стає помітним, коли мова йде про Інтернет-журналістику. Це явище може набрати загрозливого характеру як для самої української публіцистики, так і для всієї вітчизняної журналістики загалом, якщо його вчасно не обмежити. А обмеженням у такій волелюбній галузі як журналістика може бути тільки дотримання стандартів професійної якості.

Правила професійної журналістики, закони і звичаї, етичні стандарти тощо – часто обмежують бажання фейлетоніста називати зло – злом, а негідника – негідником. Тому фейлетоніст змушений шукати шляхів обійти ці обмеження. У цій справі помітними можуть бути такі прийоми, як використання Езопової мови, пародії на високий стиль, гра слів, неологізми тощо.

Адже фейлетоніст повинен вміти переконливо представляти оригінальний погляд на всім відомі події; бачити і показати те, що у несподіваних проявах чи й у повсякденному житті є суспільно-значимим, а що не вартим уваги; осмислювати події з суспільних морально-етичних позицій.

Зрозуміло, що фейлетон не хвалить – фейлетон критикує. Але при цьому фейлетоніст повинен проявляти співчуття і поблажливість до людини, розуміння причин її слабостей, але при цьому має залишатися безжалісним до наслідків цієї слабкості.

Фейлетоністика завжди є тенденційною, однак якщо вона оформлена в хорошому стилі, передана доброю мовою і заправлена відповідною дозою дотепності, то така тенденційність має чимало шанувальників серед споживачів журналістського продукту. Автори фейлетонів добре знають про свою тенденційність і головним їхнім завданням є подати її так, щоб це знайшло якнайбільше прихильників серед аудиторії.

Фейлетоністика – це інтелектуальна провокація, спрямована на порушення усталених схем, на боротьбу з упередженнями та стереотипами. Пишучи фейлетон чи памфлет, автор намагається зробити його якнайпереконливішим, якнайвишуканішим, якнайдотепнішим, сподіваючись, що читач оцінить передусім його майстерність. Але практично жоден публіцист не в стані запрограмувати точно суспільну реакцію на свої твори.

Тому єдиним способом, щоб максимально застрахуватися від негативних непередбачуваних наслідків діяльності професійного фейлетоніста є послідовне й усвідомлене дотримання стандартів журналістської етики.

Список використаної літератури

1. Крістіанс К. Медієтика: Практичні випадки та моральні міркування / К. Крістіанс, М. Маклер, К. Річардсон та ін.; пер. з англ. Олег Король. – Львів : Видавництво УКУ, 2014. – 592 с.
2. Карл Шорске. Віденський *fin-de-siecle*. Політика і культура / Карл Шорске. Львів : Видавництво Класика, 2003. – 320 с.
3. Зігфريد Вайшенберг. Журналістика та медіа: довідник / Зігфريد Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьорксен; пер. з нім. П. Демешко та К. Макєєв. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.
4. Єжи Пільх. “Коментарі до оточуючої доцільності”.
5. Кривенко О. Енциклопедія нашого українознавства (статті про журналістику і журналіста) / Олександр Кривенко, Володимир Павлів. – К. : Дух і літера, 2007. – С. 140.
6. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : підручник / Володимир Здоровега. – Львів : ПАІС, 2004. – С. 268.
7. Biblia dziennikarstwa / pod redakcją Andrzeja Skworza i Andrzeja Niziołka. – W. : Znak, 2010. – S. 560.

Стаття надійшла до редколегії 12.09.14

Прийнята до друку 05.10.14.

JOURNALISTIC FEUILLETON AND PROFESSIONAL ETHICS

Volodymyr Pavliv

*Ukrainian Catholic University,
Sventsitskoho Str., 17, 79011, Lviv, Ukraine,
e-mail: pavliv@ucu.edu.ua*

This article explores the problems of compliance with standards of journalistic ethics in the articles of feuilleton genre. The historical context of the formation of journalistic feuilleton, peculiarities of its use in modern Ukrainian periodicals was analyzed.

The problem is that violation of ethical norms increases just using those genres of journalism that are more subjective, such as publicistics, especially feuilleton.

In modern journalism are combined moral, professional, commercial requests. Feuilleton ridiculed or criticized, praises or condemns, resorting to paradoxes and hyperbolisation. All this puts feuilletonist on the border between wit and insult between mordacity and incorrect. On the guard of this limit should be journalistic ethics, allowing a better understanding of their main tasks.

Key words: feuilleton, media ethics, columnistics, journalism, journalist responsibility.