

С. В. АЛЬОХІНА
РОЗМОВА З ЧИТАЧЕМ

Фейлетон як один із жанрів художньої публіцистики відзначається навмисно підкресленою адресованістю до читача. Фейлетоніст відтворює обстановку невимушеної, відвертої розмови, атмосферу усного особистого спілкування. Він прагне привернути увагу умовного співрозмовника, викликати в нього певне ставлення до повідомлюваного, імітувати безпосередню участь читачів у подіях, що описуються.

Легко вгадуваний образ читача, співрозмовника з боку автора у фейлетоні, як правило, змальовується позитивно, з почуттям симпатії. При цьому важливе застосування простодушно-лукавих, інтимно-фамільярних інтонацій. Найчастіше читач солідарний з автором, він його однодумець, що також зацікавлений у викритті непривабливих явищ і фактів. Фейлетоніст розмовляє з ним довірливо, доброзичливо, що, однак, не виключає дружнього чи добродушно-глузливого жарту. При розбіжності поглядів, систем оцінок автор займає критичну позицію щодо співрозмовника-опонента, виявляє деяку полемічність у діалозі з адресатом-противником, що провокує сатиричну спрямованість викладу.

Стилізація спілкування, особистого контакту автора з читачем досягається різними мовними засобами. Звертання до читача передбачає введення усно-розмовних елементів лексики, фразеології, синтаксису. Розповідь, авторські міркування набувають форми діалогу завдяки використанню особових займенників і дієслів у формі 2-ї особи, дієслів наказового способу, а також різних форм звертань, спонукань, запитань, відповідей, окличних формул та інших елементів розмовно-експресивного синтаксису.

Інтимізують розповідь, виражають прояв уваги, заклик до адресата мовлення, дають останньому лаконічну оцінку-характеристику насамперед звертання. Так, у фейлетонах поширена адресація до співрозмовника-читача за зразком: «Не хвилюйся, *допитливий читачу!* Це не ти проморгав технічну новинку...» (Вечірній Київ); «Трохи терпіння, *шановний читачу*, і ви переконаєтесь — анекдот цей актуальний і сьогодні» (Перець). Фамільярно-дружнє звертання *браття* (ласкаве *братець*) теж знаходимо в прикладах: «*Браття* графомани! Дружно перекваліфікуйтесь на текстовиків» (Перець); «Хай вже там композитори творять, письменники, художники, архітектори, винахідники різні, а решта... Тут, *братця*, твори, да оглядайся, а що, як водій автобуса в порядку «творчого пошуку» пожене машину на червоне світло?» (там же).

Автори фейлетонів часто передбачають реакцію читачів на повідомлюване. Звичайно в жартівливо-іронічній формі вони підкреслюють, що справжнє розуміння і правильна інтерпретація фактів читачем збігаються з авторськими або читач помиляється і тоді його коректують. Таким чином виділяються «вузлові місця» тексту: «Ви, вельмишановні товариші, мабуть, уже зняли, що коли б школа в с. Гвізд була збудована як слід, про це писалося б деінде, але не в «Перці»» (Перець); «Знайома історія — скривить губи читач... Не зовсім, шановний читачу. Не зовсім» (там же); «Не подумайте, лишень, що директор промкомбінату вдався до, пробачте на слові, вульгарної приписки. Ні, і ще раз — ні! Не такі тепер часи» (там же).

Можливі запитання читачів, що, перериваючи авторську мову, провокують оповідача на побіжні зауваження, створюють ілюзію зворотного зв'язку: «Усе це так, усе це відомо, — не витримає читач, — але причім тут Антон Семенович Макаренко? Читач скаже: винуватці покарані, а для чого ж тоді цей фейлетон?» (Перець); «Дехто може запитати: а чому це автор оперує минулорічними фактами?» (там же). «Видимість» розмови створюється і у випадку, коли фейлетоніст повторює репліки умовного співрозмовника у вигляді запитання. Таке перепитування — дійовий засіб діалогізації тексту: «Отож, потрапивши на Прикарпаття, — пийте мінеральні води! Що? Кажете — не одною водою?» (Перець); «Чи застрахували ви своє життя? А майно? Ні? Дарма» (там же).

Створюють мовний контакт і надають текстам довірчо-жартівливого тону поради, рекомендації, прохання, заклики автора: «Риба багата на фосфор, корисний для

інтелектуалів. Отож, якщо хочете проявити себе на поприщі науки, їжте рибу!» (Вечірній Київ).

Прийом орієнтації на аудиторію, для якої призначений фейлетон, здатний виконувати провідну композиційно-сміслову функцію, займати особливе місце в архітектоніці цілого твору. Багаторазово повторюючись, блоки-звертання до читача, з одного боку, скріплюють оповідну канву твору, відіграючи текстоформуючу роль, з другого, відображаючи суб'єктивно-модальне й емоційно-оцінне ставлення автора, настроюють на сприйняття викладених подій і фактів, думок в потрібному жартівливому чи сатиричному ключі. Так, сконцентрованість авторської уваги на співрозмовнику стає одним з організуючих моментів у мовній структурі фейлетону, що розповідає про крадіжку катера: «Як ви гадаєте, дорогий читачу, що легше: пронести крізь прохідну пачку чаю чи мотобот? Гм-гм... Одразу видно, що ви ніколи цим ділом не займалися. З пачкою чаю ви, любий мій, влопаєтесь, як першокласник, бо у вахтера на ці діла око набите. А от коли ви на його очах серед білого дня будете вивозити з території порту свіжопофарбований красень-катер... — тут у нього не виникне ані найменшої підозри. Він просто не повірить такому нахабству... Ви думаєте, я вам розкажу якусь казочку? Тоді слухайте... Отак. А ви кажете — пачка чаю. Правда, навіть повірити важко?».

Введення до тексту подібних мовних елементів прямої адресації до читачів, які відбивають стилізовану усну мову, її спонтанний, ситуативний характер, дає змогу відтворити загальнотекстову комічну ситуацію активної комунікації між автором-оповідачем і читачем.

Таким чином, високий ступінь «причетності» автора, явна «включеність» читача надають особливій модальності фейлетонним текстам і породжують сатирично-іронічні інтонації.