

УДК 070.15:82-992:7.049.2

## ОСОБЛИВОСТІ САТИРИЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ ТРЕВЕЛ-ПРИГОД У РЕГІОНАЛЬНІЙ ПЕРІОДИЦІ

**МІТЧУК Ольга,**

д-р наук із соц. комунік., проф., e-mail: o.mitchuk@gmail.com<sup>1</sup>;

**КРИВКА Елеонора,**

аспірант, e-mail: gorvat.elya.1995@gmail.com<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка, вул. Маршала Тимошенка, 13-Б, м. Київ, 04212, Україна.

<sup>2</sup>Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, вул. Степана Дем'янчука, 4, м. Рівне, 33027, Україна.

*Мета наукової розвідки – дослідити провідні жанри сатири та гумору, в яких відтворено тревел-пригоди та які були поширені в рівненській пресі в 1950–80-х рр. ХХ ст. Визначено, що сатиричне відтворення тревел-пригод на сторінках регіональної періодики мало місце. На прикладі контенту преси Рівненщини розкрито різноманіття тематики тревел-пригод, прослідковано динаміку появи цих текстів на сторінках рівненських газет «Червоний прапор» та «Зміна». Окреслено найважливіші складові тревелу в регіональному інформаційному просторі, зокрема ті, які виконує мандрівник-оповідач. З'ясовано, що суттєвий вплив на зміст тревел-пригоди здійснює дослідник-популяризатор, яскраво виражаючи власну позицію.*

**Ключові слова:** тревел-пригода, сатиричне відтворення, регіональна преса.

### PECULIARITIES OF SATIRICAL REPRODUCTION OF TRAVEL ADVENTURES IN REGIONAL PERIODICS

*The purpose of scientific research is to explore the leading genres of satire and humor, which reproduce travel adventures and which were distributed in the Rivne press in the 1950–80s of the twentieth century. It is determined that the satirical reproduction of travel adventures in the pages of regional periodicals took place. The diversity of topics of travel adventures was revealed on the example of the content of the Rivne region press, the dynamics of the appearance of these texts on the pages of the Rivne newspapers «Chervoniy prapor» and «Zmina» was traced. The most important components of travel in the regional information space, in particular, performed by the traveler-narrator are outlined. It was found that a significant influence on the content of the travel adventure is exerted by the researcher-promoter, clearly expressing his own position.*

**Key words:** travel adventure, satirical reproduction, regional press.

**В**ступ. Одними з найцікавіших жанрів, які збагачують пресу унікальним стилем, образністю, емоційністю, своєрідним комічним характером, є сатира та гумор. Як свідчить практика, сатирично-критичні публікації посідають провідне місце в журналістських матеріалах, адже «виконують функції важливої ланки механізмів соціального пізнання й соціального управління» [4, с. 221]. Сатирично-гумористична публіцистика періоду 50–80-х рр. ХХ ст. – це особлива група публікацій, яка, відтворюючи в гумористичній формі життєві суперечності, виконувала роль інструменту впливу на громадську думку та соціальну практику, а тому дуже часто з'являлася на сторінках регіональної преси.

Сатирична складова художньо-публіцистичних текстів може виражати взаємозв'язок мети подорожі та її маршруту й різних соціальних проблем, які розглядаються. В означених публікаціях спостерігаються дві форми реалізації інфор-

маційних установок автора-публіциста – документальна образність та інформаційне повідомлення, сатирична реальність.

*Актуальність дослідження* зумовлена тим, що сатирично-гумористична спадщина відтворення тревел-пригод рівненської преси залишається поки що недослідженим явищем, попри те що ці жанри постійно привертають увагу дослідників. Сьогодні достатньо розробленими є питання теорії, зокрема жанрової структури сатирично-гумористичних жанрів, дослідженнями яких займалися такі вчені, як В. Здоровага, І. Михайлин, А. Сукоцєв, О. Тертичний, Ю. Ярмиш. Своєрідність стильових особливостей мови, художньо-образних засобів, використовуваних у публіцистичній практиці, вивчали Л. Кайда, О. Кузнєцова. Серед праць, присвячених специфіці сатирично-гумористичних жанрів регіональної преси 50–80-х рр. ХХ ст., варто згадати дослідження С. Вареник, М. Дяченко, О. Кулініча та ін. Отже, проблема жанрової, тематичної специфіки, динаміки появи сатирично-гумористичних публікацій у рівненській пресі 50–80-х рр. ХХ ст. досі потребує наукового осмислення.

*Мета статті* – проаналізувати особливості сатиричного відтворення тревел-пригод, їх специфіку, динаміку появи в період 1950–1980-х років ХХ ст. сатирично-публіцистичних матеріалів.

*Завдання* наукової розвідки полягають у тому, щоб визначити та охарактеризувати домінантні сатирично-гумористичні жанри, які переважали в рівненських газетах у 1950–80-х рр.; окреслити їх тематичну складову; проаналізувати динаміку появи тревел-пригод на шпальтах газет Рівненщини «Червоний прапор» та «Зміна» обраного нами періоду.

*Об'єктом дослідження* є сатиричні жанри, які відтворюють пригодницький маршрут у регіональних виданнях. *Предметом* – особливості сатиричного відтворення тревел-пригод.

**Методи дослідження.** Методологія дослідження базується на системному підході, дотримання якого дозволяє глибше зрозуміти особливості формування сатиричних жанрів, які відтворюють пригодницький маршрут. У дослідженні застосовано порівняльно-історичний метод: шляхом порівняння виявлені ознаки – загальні й особливі, а також причини цих подібностей і розходжень, зміни, що відбулися, визначено тенденції та головні закономірності формування сучасного тревел-медіатексту. На основі виявлених історичних фактів розкрито процеси та явища особливостей сатиричного відтворення тревел-пригод, які вплинули на становлення й формування сучасного тревел-медіатексту.

**Результати й обговорення.** Часто художньо-публіцистичні тексти в регіональній пресі транслюють звернення до історії, людей, образів, що дозволяє авторові відбрати й компоувати факти, конструувати події, ситуації, маршрути руху так, щоб означити свою позицію щодо зображуваного й водночас задовольнити очікування читачів. Отже, тут ми торкаємося питання авторського «Я» в аналізованих текстах художньої публіцистики.

Є всі підстави вважати публікації з елементами тревел-пригод певною мірою науково-публіцистичним текстом за формальними ознаками, оскільки тут представлено необхідний науковий апарат: примітки, фотографії, історичні, географічні, побутово-ужиткові довідки, додатки.

На необхідність виокремлення сатиричних жанрів, які відтворюють пригодницький маршрут у регіональних виданнях, вказує й характер творчої роботи, коли публікація орієнтована на читацьку аудиторію, що має певне уявлення про проблему чи описувану ситуацію. Таким чином, сатиричні жанри прямо скеровані на читача й реципієнт входить у жанрову тканину як учасник процесу «пошуку істини». Відтак, тексти сатиричних жанрів мають як мінімум два адресати. По-перше, вони спрямовані безпосередньо на тих, про кого йде мова. По-друге, орієнтовані на діалог із читачами, що може виражатися сатиричним компонентом.

У будь-якому сатиричному тексті «Я» оповідача й автора збігаються, що надає оповіді особливий аромат публіцистичності, очевидності того, про що йде мова, документальності. Так, основною комунікаційною метою нарисовця є донесення до читача точної та достовірної інформації, однак трансформується вона за допомогою сатиричного чинника, що має місце в аналізованих текстах регіональних медіа. Таким чином, досягається головна інформаційна установка автора – документально-сатирична образність.

Гумор і сатира в рівненській пресі у 1950–1980-ті рр. представлені напрочуд багатою палітрою сатиричних жанрів – фейлетоном, памфлетом, а також усмішками, гуморесками, гумористичними казками, байками, віршами, жартами, словничками-жартівничками, гумористичними нотатками. Серед усього різноманіття сатиричних жанрів провідна роль належить фейлетонові та памфлету.

Поняття «фейлетон» на сьогодні має багато інтерпретацій у журналістській науці. Так, наприклад, І. Михайлин фейлетоном називає «сатиричний жанр публіцистики, що виявляє комічну сутність негативних фактів і явищ дійсності» [4, с. 222]. В. Здоровега під фейлетоном вбачає «сатиричний жанр малої форми, у якому висміюються негативні явища соціально-політичного життя, повсякденного побуту, стосунків між людьми» [1, с. 249]. Як «художньо-публіцистичний жанр, в якому комічна сутність негативних явищ і ситуацій дійсності розкривається шляхом інверсійної, асоціативної розробки теми з використанням авторських та фольклорних комічно-сатиричних образів» – визначає фейлетон Ю. Ярмиш [14]. Отже, фейлетоном є сатирична публікація, у змісті якої яскраво та гостро автором зображено, висміяно, засуджено суспільні вади та недоліки.

Фейлетон на сторінках преси Рівненщини з'являється наприкінці 1950-х рр., друкується зазвичай по кілька разів на тиждень, і до кінця 70-х рр. він залишається провідним сатиричним жанром. Фейлетонам, які опубліковані в рівненських газетах визначеного періоду, притаманні класичні ознаки жанру: яскраві заголовки для відтворення тревел-пригод, цікаві засоби сатиричної типізації та узагальнення, висміювання суспільно-побутових (буденних) проблем. Аналіз публікацій рівненських видань засвідчує, що більшість із них найчастіше висміювали розкрадання подорожними майна, шахрайство, зловживання службовим положенням, пияцтво, недобільство: С. Біляк «Наїздилися» (Червоний прапор. – 1956. – 25 лют.), П. Красюк «Лисиця-погуляка» (Червоний прапор. – 1959. – 25 червн.), О. Хук «Циган-хапуга» (Червоний прапор. – 1959. – 11 лип.), О. Федрицький «Скільки дадуть» (Червоний прапор. – 1963. – 12 жовт.), Ф. Поліщук «Номенклатурне trio» (Червоний прапор. – 1965. – 16 жовт.), Н. Герасимчук «Чудотворці прибульники» (Зміна. – 1969. – 21 липн.), Л. Мартинюк «Хабар за любов» (Зміна. – 1974. – 02 лют.).

Зазвичай фейлетони в пресі Рівненщини публікувалися під однойменною рубрикою, і розміщували їх на будь-якій сторінці газети, окрім першої.

Серед головних завдань рівненських фейлетонів – донести до читача в невимушеній комічній формі проблему, передати її серйозність, викрити суть негативного явища. Автор публікації – борець за справедливість, який, виголошуючи свою зневагу, нетерпимість до конкретного явища, залучає читача до роздумів, налаштовуючи до боротьби супроти парадоксів. Тому такі тексти насичені певною мірою критикою, іронією, сарказмом, яка виражається в неповторній стилістиці кожного з матеріалів. Так, у фейлетоні «А воно ж тече» (Червоний прапор. – 1967. – 31 жовтн.) автор іронічно оцінює проблему «Скривдили голову Ровенського райоб'єднання «сільгосптехніка» В. П. Невоїка. Ох як скривдили. Преміювати треба було. Як-не-як з його відома у районі «Чорне море» утворюється, яке він подорожуючи собі знайшов. Однак подорож у сні закінчилась, малюнок залишився в пам'яті про теплий сон <...> І чого б це панікувати, і справді чого? Подорож якщо треба буде Василь Петрович знайде знову, а чорне море, мовляв, нехай собі бурлить» – пише Н. Степанець.

У рівненській пресі 1950–1980-х рр. фейлетони, окрім традиційного тексту-розповіді, набували форм гумористичного оповідання, казок, листів, віршів, комедійних сцен, але з використанням особливого елемента – справжніх імен, фактів, подій. Так звані адресні фейлетони публічно висміювали, засуджуючи конкретних носіїв соціального зла [5, с. 7].

Поширеними були проблемні та сатирично-гумористичні фейлетони. У проблемних реальну проблему подано не завуальовано, у відкритому вигляді із використанням асоціації та алегорії. Наприклад, у фейлетоні «Наїзники (Червоний прапор. – 1957. – 25 листоп.)» автор відразу називає проблему, не маскуючи її під щось: «Десятки голів колгоспів із 14 керують господарствами-наїзниками. Щодень вони ганяють колгоспних коней, автомашини з сіл в райцентр, а з райцентру в села, палять громадське пальне, відривають їздових і шоферів з роботи». У сатирично-гумористичних фейлетонах автор використовує індивідуальний сатиричний образ.

На початок 80-х рр. сатиричний жанр фейлетон значно втрачає свою популярність. У газеті «Червоний прапор» фейлетони переміщуються на останню сторінку й часто починають з'являтися під гумористичними рубриками «Сатиричним пером» та «Ровенський їжак», які були не постійними рубриками. До кінця 80-х фейлетон поступово зникає зі сторінок рівненських газет.

Сучасні дослідники розглядають тревел-медіатексти як певну інформаційну систему сатиричних жанрів, від внутрішньої організації якої залежить її функціонування. Такі тексти розглядаються на перетині кількох видів масової комунікації – міжкультурна, публіцистична, художньо-образна, сатирична, пропагандистська масові комунікації.

У комічному образі на сторінках рівненських газет «Зміна» та «Червоний прапор» часто висміювалися явища, які не відповідали суспільно-політичному устрою, системі поглядів радянського періоду. Зазвичай ставали вони темами памфлетів – гострих сатирично-публіцистичних творів злободенного характеру, написаних із метою викриття політичного устрою в цілому або його окремих типових сторін, соціальних груп, партій, суспільних явищ, систем поглядів або дій [5, с. 84]. У змісті памфлетів – проблеми більш масштабні, на рівні усього тогочасного суспільства, держави. Свідчать про це самі заголовки матеріалів: О. Турмич «Націоналізм – отрутна зброя імпералізму» (Червоний прапор. – 1970. – 16 жовт.), Н. Герасимчук «Гітлерові посіпаці – скаженому собаці» (Зміна. – 1979. – 10 вересн.), «Майстри обману» (Червоний прапор. – 1981. – 11 лист.), М. Степанчук «Бережи честь з молоду» (Зміна. – 1984. – 18 серп.). Більшість памфлетів безпощадно нищать об'єктів критики, які сприймаються як вороги радянського народу. Зазвичай, памфлети, які друкуються у рівненській пресі в цей час, є політизованими, а отже, ідеально знищують усе неприпустиме в радянському суспільстві – релігійність, імпералізм, спосіб життя на «західний манір». Так, у памфлеті «Бізнес пастора Гарбузюка» (Червоний прапор. – 1969. – 21 жовт.) показано типове ставлення до українських переселенців, які виїхали за кордон. Автор звинувачує Олексу Гарбузюка, «пастора з американського міста Честер у штаті Пенсильванія», у наклепах на радянський народ, адже він належав до тих, хто «свого часу втекли з України разом з гітлерівськими загарбниками». У радянській пресі памфлет зазвичай розкриває антинародну, реакційну сутність ідеології, політики імпералізму, антикомунізму [2, с. 56]. «Ось так об'єднався бабтизм із махровим націоналізмом», – зазначає автор.

Памфлет залишається рідкісним явищем у рівненській журналістиці, але таким, який помітний своєю силою слова, поєднанням реальних фактів, персонажів із літературною майстерністю, яка комбінується з різноманітними виявами комічного: сарказм, іронія, гіпербола, контраст, викривальна лексика [4, с. 83].

Окреме місце в рівненських газетах займали й інші сатирично-гумористичні жанри, роль яких полягала в доброзичливо-глузливому відтворенні тревел-пригод,

а не саркастичному ставленні до об'єкта критики, відображенні кумедного, смішного в життєвих та пригодницьких ситуаціях-подорожах. Найчастіше на шпальтах рівненських видань трапляються гуморески: В. Іршин «Заець на груші» (Червоний прапор. – 1970. – 01 лист.), П. Яковчук «Інтерв'ю» (Червоний прапор. – 1977. – 14 квіт.), П. Герасимчук «Місток» (Червоний прапор. – 1982. – 24 жовт.), В. Ченіга «Винахід» (Зміна. – 1969. – 10 жовт.), П. Герасимчук «Догана» (Зміна. – 1979. – 19 липн.). Поширеними також були усмішки: П. Кидрук «Замок з секретом» (Червоний прапор. – 1982. – 12 грудн.), П. Красюк «З вини Ньютона» (Зміна. – 1984. – 21 березн.). Друкувалися ці мінітвори під рубриками «Гумористичний Шалантух», «Сміхотерапія», «Гумореска», «Сатиричні дробинки». Цікавою була рубрика «Рівненський їжак», яка з'явилася в газеті «Червоний прапор» у 70-ті рр. У ній друкувалися сатиричні тревел-пригоди в розповідній манері, що були адресовані тим, хто був «носієм соціального зла». Наприклад, «Проблема ходячого стовпа» (Червоний прапор. – 1977. – 16 травн.), «Фонтан і кран» (Червоний прапор. – 1982. – 12 грудн.) «І було, а нема» (Червоний прапор. – 1968. – 12 грудн.), «За все у відповідь» (Червоний прапор. – 1967. – 31 жовт.).

Особливістю були сатиричні авторські байки, які в газетах публікувалися під рубриками «З нових байок», «Байка»: П. Красюк «Дводушний прихожан Никодим» (Червоний прапор. – 1969. – 10 липн.), П. Красюк «Обережний півень» (Зміна. – 1969. – 05 липн.), П. Красюк «Інформатор із-за океану» (Зміна. – 1969. – 09 жовт.), В. Грабоус «Теця і зять» (Червоний прапор. – 1972. – 10 липн.), П. Красюк «Горобець і соловейко» (Зміна. – 1978. – 12 травн.). Зазвичай, це були невеликого обсягу вірші, в яких у короткій алегоричній формі викладена суть проблеми. Так, наприклад, у байці П. Красюка «Ключ і лом» читаємо про підхід до справи: «Лом до Ключа, який морочивсь над Замком: – «Вовтузися щось довго, друже». А Ключ відповідає: «Не можна тут притьмом, підхід потрібно відшукати. Щоб по дорозі нам Замка не зіпсувати». «Ет, правиш теревен!» – відповідає лом. А далі чинить по-своєму: «Лом по замку як саданув – той із дверей злетів, немов там і не був». І традиційно, як в кожній байці, автор підводить такий підсумок: «Що ж сила Ломова давно відома, та борни нас, доленько, від Лома, біжи щодух, біжи щосили, дорогою, яка тебе водила». Тематика гумористичних публікацій охоплювала найбільш актуальні проблеми радянського суспільства – відображала подорожніх пияків, нероб, брехливих людей.

Серед сатирично-гумористичних жанрів у регіональній пресі цього періоду домінують сатиричні казки про подорожі, які друкуються під рубрикою «Казки для дослих»: Р. Демчук «Прийшов експеримент» (Червоний прапор. – 1967. – 31 лист.), Л. Мартинюк «Всього-на-всього прибудлий пес» (Зміна. – 1984. – 18 вересн.), С. Рада «Привид півня» (Зміна. – 1989. – 25 червн.) та ін. Їхня особливість була в тому, що тексти писалися в прозовій формі, де поєднувалися авторська ситема казкових образів із подіями, подорожами, фактами реальності.

Частим явищем у регіональній пресі кінця 70-х та 80-х рр. ХХ ст. були «словнички-жартівнички», де розміщувалися цікаві авторські тлумачення слів. Ось, наприклад, Я. Польовий «Чавун – соковижималка, підвода – ненадійна людина (Червоний прапор – 1968. – 12 липн.), В. Кучерук «Молочай – молоко з чаєм», «Заступник – робітник з заступом» (Червоний прапор – 1985. – 25 січн.) та ін. Друкувалися також у цей час у газетах «смішинки», авторські фразеологізми, «прикметники» та інші мініатюрні жанри сатири та гумору. Сатиричні та гумористичні жанри є обов'язковими елементами кожного номера рівненських газет.

**Висновки та перспективи.** Огляд сатиричних жанрів, які відтворюють пригодницький маршрут, дозволяє узагальнити, що, на відміну від художнього тексту, в якому спостерігається нетотожність реального й внутрішнього суб'єкта розповіді, у публіцистичному тексті автор ототожнюється для читача з конкретною біографічною особистістю, яка має особливий психологічний вплив на свою цільову аудиторію.

У регіональних виданнях того часу поширеними були традиційні жанри сатиричної публіцистики – фейлетон, памфлет, сатиричні замітки та гумористичні – усмішки, гуморески, байки, казки. Вони порушували важливі проблеми того часу – зловживання владою, шахрайство, недбальство, хабарництво, автори окремих творів-памфлетів боролися за соціалізм, справедливість радянської влади, гнівно засуджуючи ворогів радянського народу. Головне завдання цих матеріалів – викрити та висміяти негативні явища, назвати справжніх винуватців, докладно описати факти, події, показати негатив у комічній, смішній формі, а отже, запобігти негативним явищам.

Тревел-пригоди у текстах сатиричних жанрів регіональних видань відігравали важливу роль у механізмі соціального управління. Постійна зміна, новизна й незвичайність описуваних автором ситуацій виражаються динамічністю оповіді.

1. Здоровага В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. 2-ге вид., перерабл. Л. : ПАІС, 2004. 268 с.
2. Зеленьок Ю. О. Журнали-травелогоги на українському медійному ринку. *Держава та регіони. Сер.: Соціальні комунікації*. Запоріжжя, 2012. № 1. С. 52–55.
3. Калинюшко О. А. Жанрові модифікації травелогогу в романі Ольги Токарчук «Бігуни». *Молодий вчений*. 2014. № 6(2). С. 88–92.
4. Михайлин І. Основи журналістики: підручник. З–К. : ЦУЛ, 2002. 284 с.
5. Сукоцнев А. До и после фельетона. М. : Мысль, 1989. 252 с.
6. Холловой Дж. К. Общественные коммуникации и их роль в сфере туризма. *Туристический маркетинг*. К., 2008. С. 390–422.
7. Черноус С. Еволюція жанру подорожі у польській літературі. Волинь–Житомирщина. *Історико-філологічний збірник з регіональних проблем*. 2009. № 19. С. 67–74.
8. Шабат-Савка С. Комунікативна інтенція в соціолінгвістичному аспекті. *Мова і суспільство*. Львів, 2013. Вип. 4. С. 43–51.
9. Шабат-Савка С. Комунікативна інтенція як міжривнева лінгвістична категорія. *Мовознавчий збірник*. Черкаси, 2015. Вип. 20. С. 114–120. URL : [ling-ejournal.edu.edu.ua/article/view/853](http://ling-ejournal.edu.edu.ua/article/view/853).
10. Юферева О. В. Жанрово-родовий синтез у поетичному щоденнику та подорожі (українська та російська література XIX – початку XX ст.) : монографія. Запоріжжя, 2010. 268 с.
11. Юферева О. В. Криза тревел-журналістики та шляхи її подолання (огляд сучасних зарубіжних досліджень). *Держава та регіони. Серія: Гуманітарні науки*. Запоріжжя, 2011. № 3. С. 144–147.
12. Юферева О. В. Медіа-травелог у сучасному друкованому виданні: жанрові витоки, специфіка, модифікації. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 235–241.
13. Юферева О. В. Принципи медіа-ритуалізації в українських тревел-журналах. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. Запоріжжя, 2013. № 1. С. 121–124.
14. Ярмиш Ю. Ф. Жанри сатиричної публіцистики: навч. посіб. ; за ред. проф. В. В. Пізуна. К., 2003. 156 с.
15. Hanusch F. The Dimensions of Travel Journalism: Exploring new fields for journalism research beyond the news. *Journalism Studies*. 2010. Vol. 11(1). P. 68–82.
16. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, sixth edition, Oxford University Press, 2000. 1780 p.
17. Searle J. R. *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind*. Cambridge : CUP, 1993. 278 p.

1. Zdrovega, V. (2004), *Theory and Methods of Journalistic Creativity: a Textbook*, 2nd ed., Reworked, PAIS, L., 268 p.
2. Zelenyuk, Y. (2012), «Travel journals on the Ukrainian media market», *Derzhava ta Regiony [State and Regions.]*, Series: *Social Communications*, Zaporozhye, no. 1, pp. 52–55.
3. Kalinyushko, O. (2014), «Genre modifications of the travelogue in Olga Tokarchuk's novel «Runners», *Molodyj Vchenyj [A Young Scientist]*, no. 6 (2), pp. 88–92.
4. Mikhailin, I. (2002), *Fundamentals of Journalism: a Textbook*, 284 p.

5. Sukontsev, A. (1989), *Before and After the Feuilleton: a Textbook*, Thought, M., 252 p.
6. Holloway, J. (2008), «Public communications and their role in tourism», *Turystycheskyj Marketing, [Tourist Marketing]*, K., pp. 390–422.
7. Chornous, C. (2009), «The evolution of the travel genre in Polish literature. Volyn-Zhytomyr region», *Istoryko-filologichnyj Zbirnyk z Regionalnyx Problem [Historical and Philological Collection on Regional Issues]*, no. 19, p. 67–74.
8. Shabat-Savka, S. (2013), «Communicative intention in the sociolinguistic aspect», *Mova i Suspilstvo [Language and society]*, Lviv, no. 4, pp. 43–51.
9. Shabat-Savka, S. (2015), «Communicative intention as an interlevel linguistic category», *Movoznavchyj zbirnyk [Linguistic collection]*, Cherkasy, Iss. 20, pp. 114–120. URL : [ling-ejournal.edu.edu.ua/article/view/853](http://ling-ejournal.edu.edu.ua/article/view/853).
10. Yufereva, O. (2010), *Genre-genus Synthesis in the Poetic Diary and Travel (Ukrainian and Russian Literature of the XIX – early XX centuries): monograph.*, Zaporozhye, 268 p.
11. Yufereva, O. (2011), «The crisis of travel journalism and ways to overcome it (review of modern foreign research)», *Derzhava ta Regiony [State and Regions], Series: Humanities*, Zaporozhye, no. 3, pp. 144–147.
12. Yufereva, O. (2013), «Media-travelogue in the modern printed edition: genre origins, specifics, modifications», *Visnyk Lvivskogo universytetu [Bulletin of Lviv University]*, Journalism series, iss. 38, pp. 235–241.
13. Yufereva, O. (2013), «Principles of media ritualization in Ukrainian travel magazines», *Derzhava ta Regiony [State and Regions], Series: Social Communications*, Zaporozhye, no. 1, pp. 121–124.
14. Yarmysh, Y. (2003), *Genres of Satirical Journalism: a Textbook*, Institute of Journalism, faculties and departments of journalism; for order prof. V. V. Rizun, Kyiv, 156 p.
15. Hanusch, F. (2010), «Dimensions of Travel Journalism: Exploring New Areas of Journalistic Research Beyond News», *Journalism Studies*, vol. 11 (1), pp. 68–82.
16. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*, sixth edition, Oxford University Press, (2000), 1780 p.
17. Searle, J.R. (1993), *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind*, CUP, Cambridge, 278 p.

UDC 070.15:82-992:7.049.2

## PECULIARITIES OF SATIRICAL REPRODUCTION OF TRAVEL ADVENTURES IN REGIONAL PERIODICS

**Mitchuk Olha**, D.Sc. (Social Communications), Professor, e-mail: [o.mitchuk@gmail.com](mailto:o.mitchuk@gmail.com)<sup>1</sup>;

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-1011-7320>.

**Kryvka Eleonora**, PhD student, e-mail: [gorvat.elya.1995@gmail.com](mailto:gorvat.elya.1995@gmail.com)<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>Borys Grinchenko University of Kyiv, Kyiv, 13-B, Marshala Tymoshenko Str., 04212, Ukraine.

<sup>2</sup>Academician Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities, 4, Stepana Demianchuka St., Rivne, 33027, Ukraine,

**Introduction.** Satire and humor are a kind of comic character and one of the most interesting genres that enrich the press with a unique style, image, and emotionality. As practice shows, satirical and critical publications take a leading place in journalism.

**Relevance of research** is that satire and humor heritage of revival travel adventure of Rivne press remains the unexplored phenomenon, despite the fact that these genres constantly attracts the attention of researchers.

**The research methodology** is based on a systematic approach, the obligation of which allows getting a deeper understanding of the features of the formation of satirical genres that create an adventure route. The survey has applied comparative and historical method: general and special features were found out by comparing method, and the reasons of these

similarities and differences, changes. Trends and main regularities of formation of modern travel media text were defined.

**Results and discussion.** There is every reason to consider publications with elements of travel adventures to some extent scientific and journalistic text, even on formal grounds, as it presents the necessary scientific apparatus: notes, photographs, historical, geographical, household information, applications.

The image of the reader in a journalistic text is one of the forms of expression of the author's position. This is especially important when the publication is aimed at a readership which has some idea of the problem or situation being described.

The need to single out satirical genres that recreate the adventure route in regional publications is indicated by the nature of creative work, when the publication is aimed at a readership that has some idea of the problem or situation described.

Thus, the studied satirical genres are directly aimed at the reader, and the recipient enters the genre fabric as a participant in the process of «truth-seeking». Therefore, the text of satirical genres has at least two addressees. First, it is aimed directly at the person in question. Secondly, it is focused on dialogue with the reader, which can be expressed as a satirical component.

**Conclusions and prospects.** A review of satirical genres that recreate the adventure route in regional publications and travel themes allows summarizing that in contrast to the literary text, which shows the dissimilarity of the real and internal subject of the story, the journalistic text identifies the author with a specific biographical personality, which has special psychological impact on target audience.

**Key words:** *travel text, travel adventure, satirical reproduction, regional press, satirical genres.*

Стаття надійшла до редакції 10.10.2021.