

■ УДК 821.161.2'06-7-92:[070.41:741.5](045)

Н. І. Зикун, кандидат філологічних наук, доцент, Національний університет ДПС України, м. Ірпінь

ЗОБРАЖАЛЬНА ГРАФІЧНА САТИРА УКРАЇНСЬКИХ ГАЗЕТ У КОНТЕКСТІ ЗАГАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ САТИРИЧНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ

Досліджуються специфіка зображальної сатири в сучасних друкованих виданнях, її зумовленість перебігом загальних процесів у публіцистичному просторі. Зображальні й вербальні елементи публіцистики розглядаються у взаємозв'язку з літературними, публіцистичними явищами. Указується на доцільність виокремлення двох підгруп зображальних сатиричних жанрів: сатиричної карикатури та сатиричного колажу. Доводиться, що сформованість і збереження сатиричних традицій друкованого видання визначаються співпрацею редакції з художником або автором зображальних публікацій. Констатується зміна функціонального призначення сатиричних зображень у сучасній друкованій періодиці, оформлення їхньої жанрової своєрідності.

Ключові слова: сатирична публіцистика, зображальний жанр, карикатура.

Н. И. Зикун, кандидат филологических наук, доцент, Национальный университет ГНС Украины, г. Ирпень

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНАЯ ГРАФИЧЕСКАЯ САТИРА УКРАИНСКИХ ГАЗЕТ В КОНТЕКСТЕ ОБЩИХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ САТИРИЧЕСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ

Исследуются специфика изобразительной сатиры в современных печатных изданиях, ее обусловленность ходом общих процессов в публицистическом пространстве. Изобразительные и вербальные элементы публицистики рассматриваются во взаимодействии с близкими к ним литературными, публицистическими явлениями. Указывается на целесообразность выделения двух подгрупп изобразительных сатирических жанров: сатирической карикатуры и сатирического коллажа. Доказывается, что сформированность и сохранение сатирических традиций печатного издания определяются сотрудничеством редакции с художником или автором изобразительных публикаций. Констатируется изменение функционального назначения сатирических изображений в современной печатной периодике, оформление их жанрового своеобразия.

Ключевые слова: сатирическая публицистика, изобразительный жанр, карикатура.

N. I. Zykun, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, National University of State Tax Service of Ukraine, Irpin

GRAPHIC SATIRE OF UKRAINIAN NEWSPAPERS IN THE CONTEXT OF THE GENERAL TRENDS OF SATIRICAL JOURNALISM

The article deals with the specific character of graphic satire in the modern print media, its stipulation by the course of general processes in journalistic genre. Visual and verbal elements of journalism are considered in their association with literary, journalistic phenomena. The author specifies the advisability of distinguishing two subgroups of the graphic satirical genres: satirical cartoons and satirical collage. It is shown that the well-formedness and the conservation of the satirical traditions of a printed issue are determined by the cooperation of the editorial board with an artist or an author of graphic publications. The changing nature and the functional use of satirical images in the modern print media, the perfecting of their genre identity are stated.

Key words: satirical journalism, graphic genre, caricature.

Постановка проблеми. У публіцистиці як особливо емоційному й експресивному сегменті журналістського дискурсу постійно відбуваються пошуки нових формально-жанрових конструктів з метою забезпечення відповідності постійним змінам смаків та запитів читачів, відображення й формування громадської думки. Оперативність і злободенність газетної публіцистики зумовлюють особливі вимоги до працівників редакцій щодо вибору найдоступнішої і найефективнішої форми подання інформації. Нині, коли споживач надає перевагу коротким текстам, частіше читає з монітора, ніж з газетного аркуша, сприймає інтерактивність як важливий атрибут журналістських публікацій, настав новий етап розвитку сатиричної публіцистики, який характеризується зокрема тяжінням до зображальних форм.

Останні дослідження і публікації. Значення візуальних елементів, використання несловесних засобів на сторінках друківаних видань стають предметом наукового інтересу як вітчизняних (Т. Кузнецова, Н. Миколаєнко, Г. Цуканова, Л. Якименко та ін.), так і зарубіжних науковців (О. Анісімова, С. Галкін, А. Каск, О. Скогорева, В. Тулупов та ін.). Вийшло друком немало наукових розвідок, у яких досліджуються візуальні елементи і засоби створення публіцистичності з їх використанням; здійснюються спроби з'ясувати жанровість і жанрову диференціацію таких одиниць тощо. Сучасні науковці вказують на значне тяжіння медійних текстів до візуальних образів, до яких традиційно належали алюзії, ремінісценції, цитації та ін., що можна розглядати і як один із проявів їхньої інтертекстуальності. Деякі вчені говорять навіть про гіпертекстуальність не тільки електронних, а й друківаних ЗМІ, чому сприяє використання вербально-зображальних полікодових

форм [9] або т. зв. «креолізованих текстів», фактура яких складається з двох негомогенних частин — вербальної й невербальної [12].

В. Різун, досліджуючи текст як явище соціальної дійсності, вважає його штучним, але необхідним бар'єром між автором і читачем. Тому науковець визнає, що завжди актуальним було завдання мінімізації цього бар'єра [9, с. 7]. У різні часи воно вирішувалося по-різному, зокрема й у ЗМІ. Одним із засобів усунення цього комунікативного бар'єра в друкованій періодиці були візуальні або зображальні елементи, іншими словами — ілюстрації в широкому їх розумінні. На вибір тих чи тих візуальних засобів впливають чинники, серед яких чи не найважливішими є: технологічні можливості; особливості й рівень творчого мислення; культурні традиції певного суспільного прошарку; тематика публікації; підготовленість читача тощо [14, с. 8].

Найпоширенішими зображальними засобами в сучасних ЗМІ є фотографія з комплексом жанрових форм, зокрема синтетичних (фотоколаж, фотомонтаж, «фотожаби»), графічна сатира (карикатура, шарж), інфографіка, що також нині характеризується певними жанровими реалізаціями. Сатиричної спрямованості набули зображальні засоби перших двох груп, що засвідчує аналіз сучасних українських газетних видань.

Оскільки сатирично-гумористичний тип нині, відповідно до ДСТУ 3017–95, не виокремлюється серед типів періодичних видань за цільовим призначенням [3], **мета статті** — простежити специфіку сучасного сатиричного дискурсу українських газет (на прикладі таких часописів, як «Дзеркало тижня», «День», «Сільські Вісті»), представленого насамперед графічними зображеннями як відображення загальних тенденцій сатиричної публіцистики в друкованих виданнях, основної нині форми сатиричного рефлексування щодо суспільних проблем, компенсаційного сатиричного засобу в умовах занепаду вербальних сатиричних жанрів, що впливає і на жанрові модифікації вербальної журналістики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз сучасних українських друкованих видань свідчить про те, що навіть за умов посилення тенденції до візуалізації в сучасних ЗМІ карикатура не є активно використовуваним видом образотворчої форми, що пояснюється такими причинами: відсутність в Україні давніх історичних традицій у сатирі й гуморі загалом і карикатурі зокрема, характерних для таких країн з демократичними засадами суспільного життя, як Великобританія або Франція; цензура, навіть неформальна, і самоцензура авторів та редакторів; нетривале існування зображень цього типу в газеті; неефективність впливу карикатури на громадську думку (О. Смаль, відомий український карикатурист зазначив,

що «карикатура – це лоскіт у пеклі» [8]); складність роботи в цьому жанрі. Тому кількість художників, котрі співпрацюють з друкованими виданнями, є обмеженою, навіть попри міжнародне визнання досягнень київської школи карикатуристики – у багатьох країнах відомими є роботи А. Василенка, В. Дружиніна, О. Дергачова, А. Казанського, Ю. Кособукіна, В. Казаневського та ін.

Вивчення нечисленних сучасних українських ЗМІ, де використовується карикатура, засвідчує, що у вітчизняній пресі можна диференціювати два види карикатур: сатиричну (або політичну) і гумористичну. Простежується така закономірність: перша використовується переважно в якісній (діловій) пресі — зокрема тижневику «Дзеркало тижня», щоденній газеті «День», друга — у щоденній газеті «Сільські вісті», підзаголовок якої — «Газета захисту інтересів селян України», що відрізняються і за своїми цілями, і за складом аудиторії. Причому регулярна поява карикатур першого типу зазвичай асоціюється з особистістю конкретного художника — у «Дзеркалі тижня» це О. Смаль, у газеті «День» — А. Казанський, В. Богорад, І. Лук'янчук, у «Сільських вістях» — А. Василенко. Опосередкованим свідченням популярності жанру карикатури може бути й кількість авторів, котрі співпрацюють зі ЗМІ: статистика свідчить, що в Україні нині близько десяти професійних карикатуристів, а в США їх 75, у Франції — майже 20, приблизно як і в Бразилії [5].

Саме перший, сатиричний тип можна розглядати як карикатуру в класичному її розумінні, обов'язковими складовими якої є оцінка і критика. Такі карикатури нерідко називають «дійсністю з натури» [3, с. 13]. Максимальна «гострота» карикатурних зображень, викривальна образність, плакатна виразність, сконцентрованість сатиричного змісту щодо таких символів сучасності, як корупція, злиденність переважної частини населення, хабарництво, свавілля правоохоронців і суддів, продажність політиків, призводять до того, що вони не викликають усмішок у глядачів. Такі карикатури є оперативним звинуваченням, суспільним лікарем, пересторогою і закликком, тобто повною мірою виконують публіцистичну функцію. Співробітники сатиричних видань радянського часу вказували на те, що художникам-карикуристам необхідно надавати «подвійне громадянство», оскільки, крім мистецтва, карикатура належить пресі. У 80-і рр. ХХ ст. вони створили сучасні наукові підходи до тлумачення ролі й функцій карикатури в пресі: вважали, що не можна її розглядати лише як ілюстрацію, тобто доповнення, оскільки вона є самостійним елементом друкованого видання [5, с. 3]. Про належність до сфери журналістики карикатури, що міститься в ЗМІ, й особливе її спрямування зазначає відомий український карикатурист О. Смаль [8]. А. Більжо визначає

малюнок у пресі як «миттєву статтю», вказуючи, що саме тому його вважають дієвішим, ніж вербальні тексти. На його думку, карикатура є жанром, який повинен «жити в газеті», бажано щоденній [1]. Відомий сучасний американський карикатурист, неодноразовий лауреат Пулітцерівської премії Д. Хорсі розглядає карикатуру як авторську журналістику, у якій журналіст не пише, а малює, радше пише, олівцем. Визнаючи карикатурне мистецтво не лише дошкульним, а й оперативним, художник говорить, що якби не створював карикатур, то не пішов би в мистецтво, а став би репортером [2].

Однак карикатура як жанр закономірно зазнає на сучасному етапі внутрішніх трансформацій, сутність і глибину яких ще мають визначити дослідники. У якісній українській пресі вона являє собою переважно ілюстрації до аналітичних оглядових статей на суспільно-політичні теми (тобто дублює інформацію, позначену вербально).

Кілька років поспіль карикатура традиційно супроводжувала центральний матеріал на першій сторінці «Дзеркала тижня», була «втоплена» в текст, позбавлена супровідної сатиричної текстівки, що характеризувало карикатуру як сатиричний публіцистичний жанр у попередні періоди. Поза газетним контекстом її розуміння може бути ускладненим або вона може набувати іншої, широкої смислової інтерпретації. Окрім того, вона виконує сатиричну й експресивну функції, посилюючи дієвість публікації. Такий вид зображень, спрощуючи сприйняття значного за обсягом і насиченого в змістовному аспекті тексту, є особливістю дизайну та верстки цього видання — він також заповнює прогалину фотоілюстрацій, розміщення яких на першій сторінці редакція «Дзеркала тижня» певний час не здійснювала.

Карикатура другого виду, зазвичай, являє собою самостійне повідомлення, що супроводжується лаконічними гумористичними діалогами або репліками персонажів на морально-етичні чи соціальні теми. За традицією, яка сформувалася ще в радянські часи, у редакцій друкованих видань існує попит на безпечнішу й «лагіднішу» карикатуру, героєм якої є негативний соціальний тип: п'яниця, ледар, поганий господарник, поганий сім'янин тощо. О. Смаль, котрий упродовж минулих 25 років опублікував приблизно 15 тисяч своїх робіт, зазначає, що нині не отримує пропозицій від українських видань. Також визнає, що в Радянському Союзі не було жорсткої політичної карикатури, спрямованої на вирішення внутрішніх проблем. Уважаючи карикатуру специфічним жанром, він визнає її сатиричні можливості завдяки праву карикатуриста на перебільшування проблеми [7].

Відомі автори карикатурного жанру із жалем визнають, що деформування функцій сатири, зміна її спрямування, обмеженість сфер утручання, жанрова модифікація зумовили виникнення такого

професійного жаргонізму, як «карик» — спрощена форма карикатури в журналістському середовищі. Саме «карик» нині і є особливо популярним серед редакторів друкованих періодичних видань з огляду на їхню заангажованість владою або медіа-власниками — олігархами. Широка аудиторія також більше захоплюється іншими візуальними інструментами — інфографікою, демотиваторами, «фотожабами» [8]. Про те, що політична карикатура в ЗМІ — це прикладне відгалуження мистецького жанру карикатури, говорять українські майстри жанру. Це зумовлено зокрема особливостями співпраці з друкованими виданнями, його форматом та періодичністю. Зазвичай карикатуристам надсилають готовий матеріал і надають час на підготовку карикатури: це може бути 15 хвилин або декілька годин, якщо текст є серйозним [5].

Аналіз протягом серпня-грудня 2015 р. газети «День» надає підстав для певних узагальнень. Карикатура підписується найчастіше як «малюнок», лише в № за 7 січня 2016 р. зафіксовано кваліфікування сатиричного зображення як карикатури — карикатура Михайла Златковського. Особлива функція карикатури — супровідне зображення до зовсім не сатиричного матеріалу — наприклад, аналітичної публікації в жанрі кореспонденції або коментаря на актуальну тему, яка анонсується на першій сторінці у формі карикатурного зображення, найчастіше майже на весь її формат, рідше — у поєднанні з іншими ілюстрованими фотографіями — анонсами матеріалів номера. Розмір карикатурного зображення-анонсу найчастіше визначається не стільки вагомістю публікації, скільки складністю й глибиною самого зображення, яке може утримувати увагу читача як самостійний зображальний публіцистичний, нерідко багатозначний компонент. Серед 75 проаналізованих номерів за серпень-грудень карикатуру виявлено в 10 номерах, тобто майже в 15%. Безпосереднього зв'язку й одночасності створення сатиричного зображення і публікації немає, оскільки в багатьох випадках редакція в підписі під зображенням указує, що карикатуру взято «з архіву» газети, причому часовий «розрив» може становити 17–18 років.

Феномен «архівних карикатур» газети «День» зумовлений багатою творчою спадщиною А. Казанського, котрий за життя не встиг надрукувати всі талановиті роботи, які, на думку його колег, завдяки глибині змісту й філософським образам-узагальненням, віртуозній техніці виконання перебувають поза часом, «розсувають» часові межі [7]. Його карикатура не розглядала конкретних «персоналій», а пропонувала філософське осмислення часу, прагнення проникнути в психологію людини [7]. Традицією радянської зображальної сатири було карикатурування окремих недоліків конкретних персонажів, узагальнення не повинні були компрометувати «досконалості» системи

державного устрою. Хоча карикатура, спрямована на філософське осмислення життя, може існувати тривалий час, для пресової карикатури завжди важливішою була не довговічність, а злободенність, саме тоді вона зверталася до читача зрозумілою мовою, що забезпечувало їй широку аудиторію.

Влучніші потрапляння і простежування змістових паралелей характерні для зображень у номері 227 газети «День» від 11 грудня 2015 р. до публікації А. Дубровик-Рохової «"Форум" як інструмент боротьби чи вдосконалення імітації?» — про організацію губернатором Одещини Михаїлом Саакашвілі 23 грудня в Києві масштабного Антикорупційного форуму, на якому мав бути представлений дієвий план боротьби з корупцією в Україні. Кореспонденція ілюстрована малюнком Анатолія Казанського з архіву «Дня», датованого 1998 р. На ньому зображений «сірий пан», ім'ярек, у дорогому костюмі, капелюсі й темних окулярах, із хитрувато-кривуватою усмішкою, якого обсіли (і в прямому, і в переносному значеннях) прохачі — із простягнутими руками і навіть капелюхами. Прохачі в пана (непропорційно великого за розміром відносно інших осіб, зображених на малюнку, що, очевидно, має свідчити про його «державну» вагу) — і на руках, і на колінах. Серед них наявні і люди у формі — судді в мантиях, військові з погонями тощо. Тобто карикатура, у якій превалює глибокий філософський посил на ганебне, але таке поширене в Україні явище, створена художником майже двадцять років тому, є злободенною і нині. Проте не вона ілюструє вербальний текст, а радше навпаки — конкретний факт підтверджує виправданість зображеного сатиричного типу корумпованого можновладця.

Нарівні з «високим стилем» Анатолій Казанський малював «у номер», але всі його газетні карти мали глибокий підтекст. Публіцистичний талант карикатуриста виявся і в тому, що він у 1997–1998 рр. також вів гумористичні рубрики — ««День» на дивані» та щоп'ятничний «Аукціон подій п. Хвостіва» [7].

Гармонійно поєднані текст кореспонденції «Уряд технократів: Наскільки реально?» в № 227 від 11 грудня з ілюстрацією — малюнком Віктора Богорада (російського карикатуриста, котрий уже майже рік співпрацює з «Днем»), знову-таки в контексті боротьби з корупцією, про результати візиту до України віце-президента США Джо Байдена. Впливовий візитер назвав три основні завдання для українців: «працювати на країну, зберігати єдність і боротися з корупцією». Можливо, зображення створювалося спеціально для тексту: на малюнку зображена в музейному залі на постаменті Економіка в образі Венери Мілоської, а біля неї — пани солідного вигляду, в ділових костюмах, однак із перебинтованими кінцівками рук, що доволі актуально,

оскільки біля статуту Економіки-«Мілоської» надпис «Руками не чіпати».

Тобто, як і в попередні періоди, нині успіх зображальної сатири визначається співпрацею друкованого видання з художниками. Причому останні категорично проти того, щоб функції карикатури обмежувалися ілюстративною, вважаючи карикатуру роботою, яка символічно, алегорично відображає текст і його філософські й глибинні засади, таким чином розширюючи певною мірою смисловий зміст тексту, змінюючи його акценти. Іноді під малюнок корегують заголовки статей [5].

Висновки. Здійснене дослідження надає підстав говорити про те, що карикатури, які в сатиричних виданнях кінця ХІХ – початку ХХ ст. були важливою типоформувальною ознакою, нині мають інше функціональне призначення (переважно ілюстративне, оформлювальне), сформоване суспільно-політичними процесами в Україні, змінами в інформаційній сфері, якісними характеристиками читацької аудиторії та її очікуваннями. До особливостей сучасної карикатури належить те, що вона втрачає ознаки «креолізованого тексту», перетворюючись на самостійне зображення, оскільки карикатуру з використанням слів вважають застарілою. Нині сформувався інший формат зв'язку зображального й вербального тексту, що поглиблює зміст повідомлення. Для серйозного політичного тексту прийнятнішою є соціальна, графічна, філософська карикатура, що наводить на роздуми. Сучасна пресова карикатура неперсоналізована, набуває філософського звучання. Її характеризують багатоаспектність змісту, вплив контексту; широка тематичність; гуманність. Слід зазначити, що політичним карикатурам притаманні спрощення структури і зменшення ролі, що зумовило виникнення «карика», який позначає карикатуру, створену на замовлення, «недокаркатуру», каркатуру-розвагу, каркатуру-заставку тощо.

Перспективами подальших досліджень є розгляд інших сучасних зображальних сатиричних засобів газетного дискурсу, побудованих насамперед на основі фотографії за принципом спотворення й перебільшення (зокрема фотомонтажі, «фотожаби» тощо).

Список використаних джерел

1. Бильжо А. Газеты отказываются от карикатуры, потому что боятся [Электронный ресурс] / А. Бильжо. — Режим доступа: telekritika.ua/aidzhest/2013-01-05/77985. — Загл. с экрана.
2. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види: Терміни та визначення. — Київ : Держстандарт України, 1995. — 45 с.
3. Змієвський С. Каркатури — дійсність із натури / С. Змієвський // Слово Просвіти. — 6–12 червня 2013. — Ч. 22. — С. 13.

4. Карикатуристи Казаневские: «Мозг украинцев не готов над собой смеяться» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.telekritika.ua/lyudi/2012-10-25/76058. — Загл. с экрана.
5. Октавиан Т. Карикатура как проявление чувства юмора у румын / Т. Октавиан // Мастера карикатуры социалистических стран. У нас в гостях художники сатирического журнала «Урзика» Социалистической Республики Румыния: Альбом. — М. : Сов. Художник, 1986.
6. Різун В. Аспекти теорії тексту / В. Різун // Нариси про текст. — Київ : РВЦ «Київський університет», 1988. — 336 с.
7. Свентах А. «Архигуманізм» карикатури. 22 квітня художнику Анатолію Казанському минуло 66 років / А. Свентах // День. — 24 квітня 2015 р.
8. Свентах А. Школа карикатури «Дня» і доля громадянської сатири в Україні / А. Свентах // День. — 16 січня 2015 р.
9. Скогорева О. В. «Гипертекст» в структуре содержания современной массовой газеты: средства ее создания [Электронный ресурс] / О. В. Скогорева // Медиаальманах. — Вып. 2. — 2008. — О. Скогорева. — Режим доступа: www.mediascope.ru. — Загл. с экрана.
10. Смаль О. Для політичного карикатуриста немає нічого святого [Електронний ресурс] / О. Смаль. — Режим доступу: <http://gigamir.net/news/kyiv/pub1417825>. — Назва з екрана.
11. Смаль О. Я розучився малювати небо / О. Смаль // Дзеркало тижня. — 24 вересня 2011. — №34.
12. Сорокин Ю. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. Сорокин, Е. Тарасов // Оптимизация речевого общения: сб. ст. — М. : Наука, 1990. — С. 180–181.
13. Хорсі Д. Для карикатури немає заборонених тем [Електронний ресурс] / Д. Хорсі. — Режим доступу: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2012/09/120925_horsej_cartoons_i. — Назва з екрана.
14. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / Вікторія Шевченко; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. — Київ : Видавець ПАЛИВОДА А. В., 2013. — 340 с.

References

1. Bilzho A. Gazety otkazyvayutsya ot karikatury. potomu chto boyatsya [Elektronnyy resurs] / A. Bilzho. — Rezhim dostupa: telekritika.ua/daidzhest/2013-01-05/77985. — Zagl. s ekrana.
2. DSTU 3017-95. Vydannia. Osnovni vydy: Terminy ta vyznachennia. — Kyiv : Derzhstandart Ukrainy, 1995. — 45 s.
3. Zmiiivskiy S. Karykatyry — diisnist iz natury / S. Zmiiivskiy // Slovo Prosvity. — 6–12 chervnia 2013. — Ch. 22. — S. 13.
4. Karikaturisty Kazanevskiy: «Mozg ukraintsev ne gotov nad soboy smeyatsya» [Elektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: www.telekritika.ua/lyudi/2012-10-25/76058. — Zagl. s ekrana.
5. Oktavian T. Karikatura kak proyavleniye chuvstva yumora u rumyn / T. Oktavian // Mastera karikatury sotsialisticheskikh stran. U nas v gostyakh

- khudozhniki satiricheskogo zhurnala «Urzika» Sotsialisticheskoy Respubliki Rumyniya: Albom. — M. : Sov. Khudozhnik, 1986.
6. Rizun V. Aspekty teorii tekstu / V. Rizun // Narysy pro tekst. — Kyiv : RVTs «Kyivskiy universytet», 1988. — 336 s.
 7. Sventakh A. «Arkhhumanizm» karykatyry. 22 kvitnia khudozhnyku Anatoliu Kazanskomu mynulo b 66 rokov / A. Sventakh // Den. — 24 kvitnia 2015 r.
 8. Sventakh A. Shkola karykatyry «Dnia» i dolia hromadianskoi satyry v Ukraini / A. Sventakh // Den. — 16 sichnia 2015 r.
 9. Skogoreva O. V. «Gipertekst» v strukture sodержaniya sovremennoy massovoy gazety: sredstva eye sozdaniya [Elektronnyy resurs] / O. V. Skogoreva // Medialmanakh. — Vyp. 2. — 2008. — O. Skogoreva. — Rezhim dostupa: www.mediascope.ru. — Zagl. s ekrana.
 10. Smal O. Dlia politychnoho karykatyrysta nemaie nichoho sviatoho [Elektronnyy resurs] / O. Smal. — Rezhym dostupu: <http://gigamir.net/news/kyiv/pub1417825>. — Nazva z ekrana.
 11. Smal O. Ya rozuchyvsia maliuvaty nebo / O. Smal // Dzerkalo tyzhnia. — 24 veresnia 2011. — №34.
 12. Sorokin Yu. Kreolizovannyye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya / Yu. Sorokin. Ye. Tarasov // Optimizatsiya rechevogo obshcheniya: sb. st. — M. : Nauka. 1990. — S. 180–181.
 13. Horsey David. Dlia karykatyry nemaie zaboronenykh tem [Elektronnyy resurs] / David Horsey. — Rezhym dostupu: http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2012/09/120925_horsey_cartoons_i. — Nazva z ekrana.
 14. Shevchenko V. E. Formy vizualizatsii v suchasnomu zhurnali : monohrafiia / Viktoriia Shevchenko; Kyiv. nats. un-t imeni Tarasa Shevchenka. — Kyiv : Vydavets PALYVODA A. V., 2013. — 340 s.

■ UDC 821.161.2'06-7-92:[070.41:741.5](045)

Zykun N. I., Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, National University of State Tax Service of Ukraine, Irpin
nzykun@ukr.net

GRAPHIC SATIRE OF UKRAINIAN NEWSPAPERS IN THE CONTEXT OF THE GENERAL TRENDS OF SATIRICAL JOURNALISM

The aim of the article is to describe the specific character of graphic satire in the modern print media, its stipulation by the course of general processes in journalistic genre and analyze the types and functions of graphic forms, the features of their interaction with visual and verbal elements of satirical newspapers.

Research methodology. The application of the comprehensive research principle has induced the author to analyze the visual and verbal elements of journalism in their association with literary, journalistic phenomena.

Results. The satirical discourse of the Ukrainian newspapers is described in detail. The author specifies the advisability of distinguishing two sub-groups of the graphic satirical genres: satirical cartoons and satirical collage. It has been found that their organic connection and interaction generates the special journalistic effect — visual concepts of figurative satirical journalism in the system of verbal communication. It is shown that the well-formedness and the conservation of the satirical traditions of a printed issue are determined by the cooperation of the editorial board with an artist or an author of graphic publications. The article deals with the features of using caricatures as multifunctional text codes in the field of visualization in media.

Novelty. The changing nature and the functional use of satirical images in the modern print media, the perfecting of their genre identity are specified.

The practical significance. The study has enabled a better understanding of the configuration mechanism of satirical genres of journalism, revealing the genre-forming factors.

Key words: satirical journalism, graphic genre, caricature.

Надійшла до редколегії 23.02.2016 р.