

Національний університет «Запорізька політехніка»
Інститут управління та права. Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерської роботи

на тему **«СУСПІЛЬНІ НАРАТИВИ У СУЧАСНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ**
КАРИКАТУРІ: УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ»

Виконала: студентка II курсу, групи СНз-319м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва напрямку підготовки, спеціальності)

Альбіновська Світлана Юріївна
(прізвище та ініціали)

Керівник – к.ф.н., доц. Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)

Рецензент – к.н. із соц..ком., доц. Белькова С.В.
(прізвище та ініціали)

НУ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Інститут управління та права
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики
Освітній ступінь магістр
Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри А
Громокає
«24» 09 20 19 року

ЗАВДАННЯ

на магістерську роботу студентки групи СНЗ-319м

Альбіновської Світлани Юріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Суспільні наративи у сучасній політичній карикатурі: українські реалії»

керівник роботи канд. філолог. н., доц. Скуртул Г.С.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом НУ «Запорізька політехніка» від «10» серпня
20 20 року № 155.

2. Строк подання студентом роботи 20.10.2020

3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як О.Айнутдінов, О.Артемова, М. Бірюков, К.Ковінько, О. Костерева, О. Кохан, А. Кротков, О.Маєвський, Х. Мамдух, О.Михайлюта, В.Нестеренко, М. Савчук, Б. Черняков, В.Шевченко та інших.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):

1. Візуалізація сатири: специфічні прийоми жанротворення

1.1. Теоретико-методологічна основа вивчення карикатури

1.2. Основні засоби творення карикатури

2. Карикатура як складник системи зображальних жанрів журналістики

2.2. Історія створення й розвитку карикатури

2.3. Жанрово-типологічні особливості карикатури

3. Проблемно-тематичні вектори політичного дискурсу в карикатурі

3.1. Політична проблематика сучасної карикатури: специфіка жанротворення

3.2. Формування сатиричного образу в карикатурі на політичну тематику

4. Охорона праці та безпека у надзвичайних ситуаціях

4.1. Аналіз потенційних небезпек

4.2. Заходи по забезпеченню безпеки

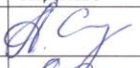
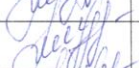
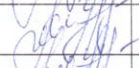
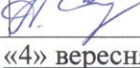
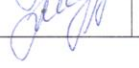
4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці

4.4. Заходи з пожежної безпеки

4.5. Заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях

5. Перелік графічного матеріалу: _____

6. Консультування розділів роботи :

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		підпис	Дата	Підпис	Дата
Вступ	Скуртул Г.С.		27.10.19		27.10.19
I	Скуртул Г.С.		10.02.20		10.02.20
II	Скуртул Г.С.		10.03.20		10.03.20
III	Скуртул Г.С.		03.06.20		03.06.20
IV	Скуртул Г.С.		04.09.20		04.09.20
Висновки	Скуртул Г.С.		16.10.20		16.10.20

7. Дата видачі завдання: «4» вересня 2019 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

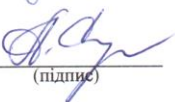
№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітки
1	Збір і систематизація матеріалу	вересень 2019	
2	Аналіз журналістичнознавчого матеріалу	жовтень 2019	
3	Написання вступу	грудень 2019	
4	Написання розділу 1	березень 2020	
5	Написання розділу 2	травень 2020	
6	Написання розділу 3	червень 2020	
7	Написання розділу 4	вересень 2020	
8	Написання висновків	жовтень 2020	
9	Оформлення роботи	листопад 2020	
10	Захист роботи	грудень 2020	

Студентка


(підпис)

Альбіновська С.Ю.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Скуртул Г.С.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст роботи магістра «Суспільні наративи у сучасній політичній карикатурі: українські реалії» складає 86 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 99 джерел.

Предметом дослідження є сучасна політична карикатура.

Об'єкт роботи – українські інтернет-сайти «Тиждень.ua», «НВ.ua».

Мета роботи – характеристика суспільних наративів у сучасній українській політичній карикатурі.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- визначити поняття «сатира» і «гумор»;
- окреслити поняття «карикатура» і «шарж»;
- розглянути історію створення карикатури;
- вивчити жанрово-типологічні особливості карикатури;
- охарактеризувати роль і місце карикатури в системі зображальних жанрів журналістики;
- охарактеризувати візуально-тематичні трансформації в карикатурах на політичну проблематику.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці вчених, які займались дослідженням природи комічного в літературних та журналістських жанрах, – Ю. Борева, Н. Зикун, О. Калити, А. Капелюшного, О. Кузнецової, О.Почапської та ін. Жанр карикатури вивчали такі науковці, як: О.Айнутдінов, О.Артемова, М. Бірюков, К.Ковінько, О. Костерева, О. Кохан, А. Кротков, О.Маєвський, Х. Мамдух, О.Михайлюта, В.Нестеренко, М. Савчук, Б. Черняков, В.Шевченко та інші.

Методи дослідження: аналіз і синтез під час вироблення наукової концепції; описовий, структурно-типологічний при дослідженні жанрово-типологічних особливостей карикатури; метод узагальнення для визначення закономірностей розвитку сучасної політичної карикатури; порівняння – для встановлення схожості й відмінності у карикатурі в різні періоди; елементи

методу класифікації для характеристики образотворення у сатиричному малюнку.

Наукова новизна полягає в тому, що в роботі була зроблена одна зі спроб детально проаналізувати жанрово-тематичні та візуальні аспекти політичного дискурсу в сучасній карикатурі.

Сфера застосування. Матеріали роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та практичних занять із курсів «Фотожурналістика», «Техніка оформлення видання», «Спеціалізація. Газетно-журнальні жанри» і т.ін., при написанні дипломних робіт, наукових статей.

**ТИПОЛОГІЯ, САТИРА, ГУМОР, ГІПЕРБОЛА, ПАРОДІЯ,
СИСТЕМА ВІЗУАЛЬНИХ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ, КАРИКАТУРА,
ШАРЖ, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНИЙ І ВІЗУАЛЬНИЙ КОНТЕНТ,
ДИЗАЙН, ІЛЮСТРАЦІЯ, МАЛЮНОК**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ВІЗУАЛІЗАЦІЯ САТИРИ: СПЕЦИФІЧНІ ПРИЙОМИ ЖАНРОТВОРЕННЯ.....	11
1.1. Теоретико-методологічна основа вивчення карикатури.....	11
1.2. Основні засоби творення карикатури	20
РОЗДІЛ 2. КАРИКАТУРА ЯК СКЛАДНИК СИСТЕМИ ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ	36
2.1. Історія створення й розвитку карикатури	36
2.2. Жанрово-типологічні особливості карикатури	47
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ВЕКТОРИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В КАРИКАТУРІ	58
3.1. Політична проблематика сучасної карикатури: специфіка жанротворення	58
3.2. Формування сатиричного образу в карикатурі на політичну тематику.....	66
РОЗДІЛ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ.....	72
4.1. Аналіз потенційних небезпек.....	72
4.2. Заходи по забезпеченню безпеки.....	73
4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці...	76
4.4. Заходи з пожежної безпеки.....	77
4.5. Заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях.....	79
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	87
ДОДАТКИ.....	92

ВСТУП

Серед соціальних процесів сучасного суспільства пріоритетними є комунікація та інформація як необхідні елементи життєдіяльності соціуму, взаємодії, в ході яких здійснюється передача інформації, думок, оцінок, цінностей. Сучасні засоби масової інформації використовують широкий арсенал засобів приваблення уваги реципієнта: традиційні лексичні та стилістичні комплекси в медіа текстах, а також ілюстративний (зображальний) матеріал. Завдяки розвитку технічних засобів розширились і можливості візуалізації, яка сьогодні стає важливим ефективним засобом комунікації.

В еру трансформованого кліпового мислення візуалізація стає базою сучасного інформаційного постору. Конвергентні процеси істотно вплинули на розвиток ЗМІ, зокрема посилили роль зображальних жанрів журналістики. А дієвість медіа інформації залежить від методів, прийомів та способів репрезентації візуального контенту. Сучасна журналістика широко використовує зображальний матеріал, який відіграє роль не лише естетичної прикраси й ілюстративного додатку до тексту, але й наділений самодостатніми функціями: є документальним свідченням, що беззастережно підтверджує правдивість наведеної інформації.

Карикатура була предметом наукових досліджень ще за радянських часів (Ю.Сорокін, Л.Головіна). У період становлення незалежності України занепала і сатирична (спеціалізована) преса, і власне вивчення карикатури. На початку ХХІ ст. наукові пошуки активізувались, з'явилися дослідження різних аспектів карикатури: з погляду мистецтвознавства (В.Нестеренко), як історичний артефакт (Т.Бережна), з погляду журналістикознавства (О.Айнутдінов, Б.Черняков).

Особливим виявом реагування суспільства на ключові проблеми й виклики часу є сатира, зокрема і її візуальний вияв – карикатура. Як будь-який інший мовний засіб, що базується на грі смислів, неоднозначності, в

тоталітарних суспільствах сатира (і її візуальна форма – карикатура) є небезпечною зброєю в руках незгодних, але в той же час вона виступає неоціненним засобом ідеологічного впливу влади на своїх громадян. Тож дослідження особливостей реалізації візуальної форми сатири на сторінках масової періодики є *актуальним*, бо воно дає змогу детально простежити механізми ідеологічного впливу на аудиторію видань засобами маніпуляції найпоширенішими образами та міфологемами колективної свідомості. Сучасний журналіст повинен володіти основними навичками виготовлення ілюстративного матеріалу; знати способи й форми його використання та розміщення в друкованих виданнях та онлайн-виданнях; вміло використовувати зображальні жанри для привернення уваги читачів і под. До того ж система візуальних жанрів журналістики вивчена недостатньо, що зумовлює **актуальність** теми дослідження.

Мета роботи – характеристика суспільних наративів у сучасній українській політичній карикатурі.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- визначити поняття «сатира» і «гумор»;
- окреслити поняття «карикатура» і «шарж»;
- розглянути історію створення карикатури;
- вивчити жанрово-типологічні особливості карикатури;
- охарактеризувати роль і місце карикатури в системі зображальних жанрів журналістики;
- охарактеризувати візуально-тематичні трансформації в карикатурах на політичну проблематику.

Об'єкт роботи – українські інтернет-сайти «Тиждень.ua», «НВ.ua».

Предметом дослідження є сучасна політична карикатура.

У процесі дослідження застосовувалися такі методи: аналіз і синтез під час вироблення наукової концепції; описовий, структурно-типологічний при дослідженні жанрово-типологічних особливостей карикатури; метод узагальнення для визначення закономірностей розвитку сучасної політичної

карикатури; порівняння – для встановлення схожості й відмінності у карикатури в різні періоди; елементи методу класифікації для характеристики образотворення у сатиричному малюнку.

Методологічну й теоретичну основу роботи становлять праці вчених, які займались дослідженням природи комічного в літературних та журналістських жанрах, – Ю. Борева [8], Н. Зикун [30; 31; 32], О. Калити [36], А. Капелюшного [38], О. Кузнецової [50], О.Почапської [] та ін. Жанр карикатури вивчали такі науковці, як: О.Айнутдінов [1; 2], О.Артемова [4], М. Бірюков [6], К.Ковінько [44], О. Костерева [47], О. Кохан [48], А. Кротков [49], О.Маєвський [54], Х. Мамдух [56], О.Михайлюта [59], В.Нестеренко [62], М. Савчук [72], Б. Черняков [85], В.Шевченко [87; 88] та інші.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в роботі була зроблена одна зі спроб детально проаналізувати жанрово-тематичні та візуальні аспекти політичного дискурсу в сучасній карикатурі.

Практичне значення одержаних результатів. Матеріали роботи магістра можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та практичних занять із курсів «Фотожурналістика», «Техніка оформлення видання», «Спеціалізація. Газетно-журнальні жанри» і т.ін., при написанні дипломних робіт, наукових статей.

Апробація результатів роботи.

1. Взяла участь у Щорічній науковій конференції викладачів і студентів НУ «Запорізька політехніка» (Запоріжжя, 2020 р.).

2. Взяла участь у II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» (м. Запоріжжя, 9–10 квітня 2020 р.)

2. Взяла участь у Всеукраїнській науковій конференції «Література й історія» (8–9 жовтня 2020 р.), тема: «Історичні образи і сюжети в сучасній політичній карикатурі»

Публікації:

Волинець Г.М., Альбіновська С. Сучасна політична карикатура: український наратив. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 9–10 квітня 2020 р.)* / редкол.: В.Л. Погребна, В.М. Попович, Н.В. Островська, Т.О. Серга та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 309-311.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Обсяг основної роботи – 86 сторінок. Список використаної літератури включає 99 найменувань (викладених на 9 сторінках).

РОЗДІЛ 1

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ САТИРИ: СПЕЦИФІЧНІ ПРИЙОМИ ЖАНРОТВОРЕННЯ

1.1. Теоретико-методологічна основа вивчення карикатури

Візуальна журналістика – це методика «комбінування слів і зображень», яка дозволяє донести до споживача ЗМІ інформацію в повному обсязі; вона створена для використання кодів і символів, відомих читачам, незалежно від контексту. На шляху до успіху зображальної журналістики основну роль зіграла візуалізація інформації. Візуалізація – це унаочнення, ресурс для спостереження, для інформування реципієнта. Сучасна візуалізація реалізується за допомогою новітніх технологій і гаджетів – від смартфонів до фотоапаратів і комп'ютерів.

Одним із основних елементів візуальної журналістики є зображення. Графічні додатки та спеціалізоване програмне забезпечення для редагування і верстки дозволяє створювати високоякісні ілюстрації (і малюнки, і фотозображення, і різноманітні жанри інфографіки), працювати із векторною й растровою графікою. Сучасні сканери дозволяють зберегти якість зображення, а також оцифрувати книги, рукописи, створити репродукції творів мистецтва тощо.

На сьогодні візуальні жанри журналістики вражають своїм розмаїттям. Це зумовлено тим, що досвід зображальної журналістики за довгі роки набрав обертів і міцно вкоренився у так званій глобальній журналістиці. Однією з основ візуальної журналістики є ілюстрація. Ілюстрація – додаткове наочне зображення (репродукція, малюнок, фотографія, схема, креслення та ін.). До більшості знімків і малюнків в газетах і журналах термін «illustratio» (наочне зображення, освітлення) підходить якнайкраще, адже вони пояснюють і доповнюють текст [16]. Як синонім до терміна «ілюстрація» використовуємо слово «зображення».

Ілюстрації – один з елементів дизайну видання, вони формують його зовнішній вигляд. Їх готують фахівці – фотокореспонденти і художники, що працюють у відділі ілюстрації газетної редакції або безпосередньо під керівництвом відповідального секретаря. У переважній більшості періодичних видань вагоме значення мають тексти, представлені різножанровими публікаціями. Вони займають велику частину площі кожного номера газети чи журналу. Проте на сьогодні ілюстрації витісняють текст, стають самостійними інформаційними повідомленнями, адже, за словами дослідників, правдивий і яскравий фотознімок здатний дати більше, ніж багато сторінок тексту [68, с. 67].

В українському журналістичознавстві основи дослідження зображальної публіцистики заклав Ю. Шаповал. Науковець переосмислив багатоманітність засобів передачі інформації: і наочно-образні (фотографія, кіно-, тележурналістика), і абстрактно-знакові (друковане та усне слово). Вчений вивчав творче начало фотографії та документальну природу наочності. Серед основних ознак журналістської фотографії він виокремлює органічність, моментальність, художність, емоційність, оперативність. Описуючи взаємодію зображення і слова, Ю. Шаповал підкреслює важливість обох компонентів: слово «виконує функцію не лише інформатора, але й інтерпретатора подій і явищ», «текст не дублює зображення, а активно впливає на читача, домагаючись, в разі необхідності, контрастного у ставленні до знімка тлумачення»; «важко говорити про підпорядкованість одного з компонентів, бо в одних випадках вони рівнозначні, в інших – провідним є зображення чи, навпаки, текст, але завжди в єдності, взаємодії компонентів народжується таїнство фотожурналістики» [86, с.127].

Продовжив започатковані традиції вивчення ілюстративного контенту Б.Черняков, який запропонував визначення понять «зображальна журналістика» і «зображальна публіцистика», визначив методологічне підґрунтя вивчення зображальної журналістики, простежив зародження і динаміку розвитку зображальної журналістики, крім того охарактеризував

еволюцію публіцистичних зображальних жанрів у друкованих медіа – від виникнення до середини XIX ст. Науковець акцентував увагу на взаємодії вербального і візуального аспектів [85]. Втім, термін «зображальна публіцистика» першими почали використовувати мистецтвознавці та карикатуристи, які працювали в ЗМК [31]. Зображення / ілюстрація неодноразово ставали предметом досліджень книгознавців, видавців, ілюстраторів, дизайнерів, а також істориків, психологів та ін.

Німецький вчений Т. Кніпер визначає у сучасних медіа лише три основні жанри (попри усю різноманітність зображень): світлини, політичні карикатури й інфографіка [цит. за 9, с. 130]. Європейські дослідники відносять до зображального контенту такі форми візуалізації, як емблеми, декоративне оформлення на шпальтах друкованих ЗМІ, логотипи, малюнки (шаржі, карикатури, комікси), різножанрову фотографію та інфографіку (схеми, діаграми, мапи, таблиці, графіки і т.д.) [цит. за 9, с. 130]. Сучасні українські науковці розрізняють три типи ілюстрацій: фотографії (натюрморт, пейзаж, портрет тощо), малюнки (карікатура, шарж, комікс і под.), інфографіку (схема, графік, таблиця та ін.).

К. Прилуцький наголошує на впливі «інформаційних технологій на формування всієї системи візуальних комунікацій сучасності», на ролі «медіа в розвитку соціального устрою суспільства», підкреслив наявність основних технологічних прийомів й семантичних векторів «візуалізації соціальних запитів». На думку вченого, «культурна ідентичність сучасної людини формується в довколишньому візуальному полі – кіно, телебаченням, Інтернетом, концептуальним мистецтвом, рекламою, друкованими ЗМІ тощо <...> саме медіа-простір стає сьогодні модератором людської взаємодії в найширшому розумінні, починаючи з економічної експансії й закінчуючи соціальними й політичними маніпуляціями» [67, 100].

В. Шевченко зауважує, що дієвість візуальних даних у мас-медіа залежить від типу зображального матеріалу і способу його репрезентації. На думку дослідниці, у візуальних комунікаціях існує три види зображального

контенту: «тоновий (фотографії), штриховий (малюнки без півтонів) та інфографіка». Кожен із цих різновидів не є взаємозамінним, ці форми виконують свої – нішеві функції: «різниця між цими видами зображального контенту набагато суттєвіша, ніж здається на перший погляд. Часто, щоб знайти «малюнок в образі» у новинних публікаціях, додають інфографіку (навіть тоді, коли необхідності в ній немає)». Наприклад, щоб заповнити місце, відведене для фотографії з крупним планом події, додають малюнки великих літаків, поїздів, розміщених на мапі. Але «такий малюнок не додає ні будь-якої інформації, ні емоційного враження (яке дає фотографія)» [87]. Крім того, дослідниця відносить до форм візуальної комунікації четвертий складник – графічні нормативи: символи, піктограми, монограми, логотипи, емблеми, орнаменти, віньєтки, заставки тощо [87].

Науковці (Н. Зикун, В. Шевченко) наголошують на тому, що варто розрізняти терміни «візуальний контент» і «зображальний контент»: зокрема, В. Шевченко підкреслює, що візуальна журналістика – поняття ширше, ніж зображальна журналістика, оскільки візуальні комунікації не обмежуються зображеннями. Тому, розрізняючи семантику цих понять, дослідники фіксують термін «зображальні жанри журналістики» [31, с. 234].

Одним із найважливіших візуальних репрезентантів сатирично-гумористичного дискурсу є карикатура. Карикатура (від італ. *caricatura*, від *caricare* – навантажувати, перебільшувати) – жанр сатири, зображення, яке навмисно підкреслює і комічно перебільшує негативні особливості, з метою їх осміяння і викриття. Карикатура, на думку дослідників, це «відтворення картин дійсності в перебільшеному або применшеному вигляді з метою їх висміювання», «зображуваний об'єкт свідомо подається в спотвореному, смішному ракурсі» [76].

Н. Зикун визначає карикатуру «як складний культурний феномен, природа якого визначається цілим комплексом особливостей. У друкованих ЗМІ карикатура розглядається як оперативна публіцистика; «коментування

невідкладних справ»; єдність публіцистичності, художності і сміху» [31, с. 304].

Активно вивчати феномен карикатури (як журналістського жанру) почали у XX ст., активізувались наукові пошуки й на початку XXI ст. Значний внесок у розробку теорії сучасної карикатури зробив російський дослідник А. Айнутдінов – автор наукового дослідження про особливості цього жанру на сторінках російських газет (до 2010 року), про карикатуру як вербально-візуальний комплекс, про специфіку створення згаданих зображень. Науковець визначив карикатуру як особливий тип інформації візуального характеру, що органічно поєднує текст і зображення. Науковець підкреслював, що карикатура не є суто ілюстрацією, що це набагато складніше інформаційне явище [2].

Білоруський дослідник Х. Мамдух [56] визначив роль і місце карикатури у періодиці, окреслив особливості карикатури як зображального жанру. Науковець, спираючись на праці істориків і мистецтвознавців, вивчаючи мистецтво й міфологію Вавилону, давніх фінікійців, єгиптян, римлян, Давньої Греції, Індії, Японії, описав формування карикатури від найдавніших часів існування людства до сучасності. Х. Мамдух подає внутрішню типологічну класифікацію карикатур, їх функції, визначає фактори ефективності карикатури в ЗМІ.

Грунтовне дослідження поняття «каркатура» виконала Н. Зикун: у дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук із соціальних комунікацій «Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми» вона докладно охарактеризувала каркатуру як зображальний жанр публіцистики [31]. Так, дослідниця визначила, що термін «каркатура» (англійською «cartoon») набув сучасного значення у 40-х роках XIX ст. Н. Зикун присвятила окремі підрозділи дисертації вивченню історії становлення каркатури загалом, а також зародження й розвитку цього зображального жанру в українській журналістиці зокрема.

До вивчення карикатури звертались також мистецтвознавці А. Каск, Б. Віппер та інші. А. Каск, аналізуючи російську журнальну ілюстрацію XVIII –XIX ст., звертає увагу й на т.зв. «сатиричний малюнок», на його естетику, художній стиль, проблемно-тематичні аспекти, на декоративні та композиційно-змістові акценти журнальної сатиричної графіки [41]. Мистецтознавець Б. Віппер у контексті теорії мистецтва, крізь призму мистецьких технік у різних видах графічного живопису згадує й карикатуру. Дослідник визначив карикатуру як «будь-яке підкреслене, перебільшене, викривлене зображення людини, предмета чи події» [цит. за 31, с. 264], а також узагальнив основні типологічні характеристики карикатури.

Карикатура є репрезентантом суспільних наративів, міфів і концептів певного соціального організму – суспільства. На думку Н. Зикун, «карикатура апелює до зображального досвіду адресата, актуалізує його зорову уяву, активізуючи потік асоціацій. Краще (швидше й ефективніше) сприйняття візуальних образів пояснюють тим, що психофізіологічна структура, яка відповідає за органи зору, у процесі онтогенезу розвивається раніше, ніж понятійне мислення» [31, с. 279]. Дослідники підкреслюють, що карикатура має можливість програмувати суспільну думку, маніпулювати свідомість реципієнтів, створюючи політичні, економічні та культурні архетипи.

Кожен текст та кожне зображення несе в собі, окрім явної інформації, ще й прихований смисл, який автор передає реципієнту, – так звану, власну історію. Коли у звичайній розповіді чи журналістському матеріалі з'являється суб'єктивна думка автора, його емоції чи оцінка, тоді виникає наратив. За незначний період часу наратив став предметом великої кількості нових досліджень. Використання поняття «наратив» стало досить швидко широковживаним, незважаючи на те, що воно з'явилося в контексті гуманітарних наук порівняно нещодавно. Традиція існування дослідження наративу в теорії літератури та лінгвістики існує, натомість, уже довгий час.

Наратив – один із ключових елементів у побудові когнітивних конструкцій новин. За словами Г. Почепцова, «наратив – це віртуальний продукт, який при передачі стає продуктом інформаційним, а направлений він на стимулювання конкретних фізичних дій. До функцій, що виконує наратив, вчений також зараховує створення напруги, яка допомагає перейти до дій. Наратив є складним поняттям, він у глобальному сенсі складає системне уявлення про світ. Водночас наративи бувають різними: так, наратив влади розповідає про її успіх у піклуванні про народ, наратив опозиції, навпаки, робить народ жертвою, яку треба врятувати від кривдника – влади» [66].

Як зазначають дослідники, наратив дозволяє поширювати у масову свідомість певну картину світу: новинна інформація, яку отримують реципієнти, побудована за різними принципами і різними моделями світу. Частою є практика, коли українські телеканали, не маючи власних кореспондентів за кордоном, беруть одну новину з однієї країни, а іншу – з іншої, одночасно подаючи глядачам різні моделі світу. Через це новинна сітка виявляється певною мірою мозаїчною, акцентуючи увагу на різних моделях світу, що не поєднуються між собою [65].

Дослідник Г. Почепцов зазначає, що сучасний світ створено з наративів, які містяться у кіно, книгах, газетах, розмовах. Наративи дозволяють відмежовувати погані вчинки від добрих, розглядати, аналізувати ту чи іншу ситуацію, оцінюючи події [66].

Дослідники зазначають, що в ядро культури входять її базисні цінності, які діють протягом кількох років або десятиліть і змінюються новими. Базисні цінності зберігаються в міфології народу, його релігії, філософії, мистецтві, етиці. Це екзистенційне розуміння сенсу життя, любові і смерті, зв'язків між батьками і дітьми, відносин особистості і суспільства, людини і держави. Але це також і розуміння провіденціального призначення своєї культури, зв'язків її з Богом, з абсолютним благом, істиною, добром, красою у світі. Позитивно спрямовані цінності – образи, інтереси, установки і

уявлення, історично формуються у того чи іншого народу, нації, – стають стійкими для багатьох поколінь. Праведне і несправедне, прекрасне і потворне, високе і низьке в кожній культурі присутні неоднаково [90, с. 144].

Науковці зазначають, що карикатура ґрунтується на художньому й публіцистичному викривленні реальності й визначається необхідним впливом на аудиторію з метою викликати сміх [2].

Н. Зикун додає, що первинна мета в карикатурі (викликати сміх) – «це радше рефлекторна реакція, справжня ж мета – змінити ставлення до зображуваного об'єкта, спонукати до певного способу мислення, а то й діяльності. Варто також додати, що лише з часом сформовані риси й ознаки карикатури, які нині сприймаються як невід'ємні від суті цього виду графічного мистецтва, – гротеск, перетворення реального у фантастичне – заслужили право на існування. На перших етапах існування карикатури вони також викликали нерозуміння у споживачів інформації» [31, с. 286-287].

Західні науковці вивчали карикатуру і як зображальний жанр, і як філософський та культурологічний феномен. Так, вивченням категорії сміху у контексті психо-фізіології, психоаналізу та філософії займався французький вчений Е. Смадж [98]. Крізь призму літературних, філософських, фізіологічних та соціокультурних аспектів сміхотворення науковець вивчав і карикатуру.

Історію становлення та розвиток американської політичної карикатури та основні символи у ній вивчав Дж. Браун [96]. Дослідник стверджує, що наприкінці 2010 року доля редакційних карикатур, тісно пов'язана із стрімким занепадом друкованої періодици, видавалась невтішною. Однак нові канали поширення інформації в Інтернеті та можливість працювати без редакційної цензури надають новий поштовх для розвитку політичної карикатури.

Одним із перших західних науковців, хто вивчав історію карикатури, був В. Хофман [97]. Німецький дослідник зосередився на вивченні

сатиричних ескізів та малюнків, авторства відомих європейських художників від Середньовіччя до сучасності.

Сатира є віддзеркаленням культурних стереотипів, міфів і в цілому наративів будь-якого народу: «сміх – основна складова сатири – завжди відігравав роль діючого фактору культури» [64]. Ступінь дотепності, особливості «сміху» в карикатурі – відображають рівень духовної культури будь-якого народу, суспільства, епохи. За словами дослідників, карикатура може бути «складною закодованою системою, езоповою мовою» в залежності від того періоду, в якому була створена [60, 4].

Дослідники підкреслюють, що суспільні наративи, відображені в карикатурі, відображають рівень освіченості соціуму, розвиненість аксіологічної сфери, сформованість «гумористичного смаку» тощо. Сміх / смішне є соціальним явищем і залежить від історичних умов, країни, національності, класового розшарування: «почуття гумору завжди було вузькогруповим явищем, воно завжди мало відтінки національних, класових, професійних, корпоративних, вікових, статевих та інших ознак і відповідних ціннісних ієрархій» [55]. Втім є так звані загальні сміхові архетипи, які поширені між усіма членами певного суспільства. Сьогодні категорія сміху поєднує функціонал соціальних комунікацій із системою емоційних, індивідуальних та суспільних виражень і таким чином визначає параметри «культурного кодування» [98].

Ж. Мальцева вбачає такі тенденції в сучасному медіапросторі: з одного боку «сміх» (у різноманітній жанрові реалізації) став невід’ємним, обов’язковим складником усіх ЗМІ; з іншого – «нівеляцію різноманіття через стандартизацію гумористичного смаку, зниження його «планки»» [55]. У посттоталітарних суспільствах сміх позбавлений гостроти, саркастичності, натомість посилюється функція розваги, релаксу, задоволення.

Таким чином, карикатура є однією із важливих зображальних форм, що поєднує в собі як візуальні, так вербальні компоненти. Українські журналістикознавці (Ю. Шаповал, Б. Черняков, В. Шевченко) зробили

вагомий внесок у розбудову понять «зображальна журналістика», «зображальна публіцистика», «зображальний / візуальний контент». Феномен карикатури вивчали такі дослідники, як А. Айнутдінов, Х. Мамдух, Н. Зикун та інші. Функціонал карикатури крізь призму філософських, лінгвістичних та культурологічних категорій вивчали зарубіжні науковці (Дж. Браун, Е. Смадж, В. Хофман та інші) та українські вчені (Ж. Мальцева, О. Почапська). Досліджуючи природу карикатури, науковці визначають, що її основу складають поняття «сатири» й «гумору», а також категорія «сміху» із її суспільно детермінованою наративністю, стереотипізацією, культурним кодуванням та архетипами.

1.2. Основні засоби творення карикатури

Карикатуру і шарж науковці відносять до зображальних жанрів сатиричної публіцистики [32]. Сатирична публіцистика – це твори газетно-журнальної періодики, позначені присутністю комічного, які становлять велику групу жанрів публіцистики, фіксуючи парадокси людського життя та відтворюючи їх у комічних, смішних формах. Певним чином це впливає на формування особистісної культури й ментальності. Центральним об'єктом уваги в цьому дослідженні є комічне. Незважаючи на те, що значення цього поняття нібито лежить на поверхні, з'ясувати його точну дефініцію досить складно.

За визначенням авторів «Літературознавчого словника-довідника», комічне – це «категорія естетики, що характеризує той аспект естетичного освоєння світу, який супроводжується сміхом без співчуття, страху і пригнічення, у комічній ситуації людина інтуїтивно осягає невідповідність між неповноцінним, недосконалим змістом явища і його формою, яка претендує на повноцінність і значущість, між високою метою і негідними засобами її досягнення. Ті суспільні явища, які втрачають свою доцільність,

необхідність, але претендують на історичне буття, вагомість, вартісність, прагнуть видати себе не тим, чим вони є насправді, стають об'єктом комічного висміювання» [52, с. 368].

М. Гетьманець та І. Михайлин пропонують таку характеристику аналізованого явища: «Комічне (від грецького *komikos* – веселий, смішний) є однією з естетичних категорій, природа якої полягає в суперечності, контрасті між фальшивим й істинним, між нікчемністю і величчю, між новим і старим. Залежно від об'єкта, з одного боку, і цілей суб'єкта – з іншого, комічне поділяється на два основні види – сатиру й гумор. Сатира повністю заперечує зображуване явище, гумор – має доброзичливий характер. Між ними існує ціла гама відтінків: сарказм, іронія тощо. Маючи велику викривальну силу, сміх є могутнім засобом впливу на суспільство. Комічне присутнє в усіх засобах літератури» [19, с. 56].

Досліджуючи регіональну газетну періодику, до питань специфіки творення комічного ефекту в пресі зверталася О. Кузнецова [50]. Вона запропонувала розгалужену типологію різноманітних засобів і форм сатирико-гумористичного контенту преси. На думку О. Кузнецової, «комічне в пресі, помножене на тираж газети чи журналу, не просто додає настрою, веселить десятки тисяч читачів, воно підносить силу духу, додає наснаги до праці, допомагає вижити в скрутні часи, змушує боротися» [50, с. 140].

У категорії комічного науковці виділяють два спектри – сатира й гумор, із цілою низкою градаційних відтінків між ними. Насамперед варто з'ясувати значення терміна «сатира», а також розмежувати поняття сатири й гумору в публіцистичних жанрах. На сьогоднішній день існує величезна кількість тлумачень поняття «сатира». Одні концепції стверджують, що сатира – це викривальний літературний жанр; інші називають сатиру родом художньої літератури; ще інші – способом відображення дійсності в літературі та мистецтві. Тож уточнимо спершу зміст понять «гумор» і «сатира». У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» подаються такі значення слова «сатира»: «1) Художній прийом у творах

літератури або мистецтва, заснований на різкому, дошкульному висміюванні вад, хиб, негативних явищ дійсності. 2) Твір літератури або мистецтва, в якому використано цей прийом. Сукупність таких творів. 3) Різка, уїдлива насмішка. Викриття, розвінчування когось, чогось» [12]. Слово ж «гумор» має такі значення: «1) Доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття вад. 2) Художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом. 3) Психічний стан; настрій» [12].

Утім, В. Карпенко в навчальному посібнику «Журналістика: основи професійної комунікації» [40] звертає увагу на те, що сатира сягає своїм корінням ще античних часів, коли почали з'являтися перші твори викривального характеру, в яких осуджували й висміювали певні явища чи певних осіб, і висловлює думку, що гумор і сатира – це дві сторони одного явища – сміху. А, відповідно, не може існувати «чистих» сатиричних чи гумористичних жанрів.

У нашому дослідженні ми розрізняємо поняття «гумор» і «сатира». Для гумору характерна м'яка, стримана, доброзичлива тональність, тоді, як для сатири, навпаки, – гнівна, уїдлива, презирлива. Тобто гумор, загалом, пріоритетною вважає дружню критику, котра не ображає свого об'єкта, не заперечує його існування, а лише вказує на ті недоліки, яких варто позбутися. Об'єктом сатири ж завжди є соціально небезпечне явище, яке критикується гостро й непримиренно.

Іронія – це швидше інтелектуально-естетична категорія, дія якої базується на протиставленні логічного й алогічного; «виражає глузливо-критичне ставлення митця до предмета зображення» [52, с. 321]. Саме тому вона найбільше, у порівнянні з двома іншими модифікаціями комічного, підходить до його суті, оскільки в ній міститься вказівка не тільки на суб'єктивне ставлення до об'єкта іронії, але й на логіку розвитку об'єкта в його співвідношенні із суб'єктом – на діалектику видимого й прихованого,

оболонки й сутності. У зв'язку з цим, як зазначає О. Почапська [64], іронія може використовуватися як риторичний літературний прийом, при якому за позитивною зовнішньою оцінкою ховається заперечення чи насмішка. Таким чином, іронія – це своєрідне вдавання. Категорія іронії розглядається як вияв прихованої авторської оцінки. Створення іронічного смислу обумовлюється бажанням автора виразити своє ставлення до дійсності непрямым шляхом, тобто відгородитися від зовнішньої ситуації, поглянути на неї збоку.

У «Літературознавчому словнику-довіднику» сатира визначається як «особливий спосіб художнього відображення дійсності, який полягає в гострому осудливому осміянні негативного. Сатира «спрямована проти соціально шкідливих явищ, які гальмують розвиток суспільства, на відміну від гумору, вона має гострий непримиренний характер» [52, с. 624-625]. У сатиричних творах широко використовуються художня гіперболізація, яка є основою сатиричної типізації, шарж і гротеск.

На думку А. Мехеда, сатира – це «категорія комічного, яка, на відміну від гумору, переростає рамки критики частих недоліків життєвих явищ та слугує для викриття шкідливих, суспільно небезпечних вад. Тому сатиричне відношення до явищ дійсності та засновані на ньому твори мистецтва передбачають різке висміювання, гнівне засудження суспільних вад, негідних явищ у житті суспільства та окремих особистостей. Звідси – пронизливість та нещадність сатиричного образу, перебільшення, карикатурність, які специфічно виражаються в різних видах і жанрах мистецтва» [58].

Явищем, яке часто зустрічається в сатиричній публіцистиці й іноді навіть ототожнюється із самою сатирою, є сарказм. Під цим явищем розуміється «їдка, викривальна, особливо дошкульна насмішка, сповнена крайньої ненависті і гнівного презирства. Сарказм не має подвійного, часто прихованого семантичного дна, як іронія, близько до якої він стоїть, а виражається завжди прямо. Сарказмові притаманне поєднання гніву, ненависті з гіркою посмішкою. Об'єктом сарказму виступають, як правило, речі небезпечні, різко негативні й аморальні» [52, с. 624]. Сарказм – це

«уїдливе кепкування; сарказм містить нещадну, принизливу оцінку особи або явища на відміну від іронії, де негативна оцінка мається на увазі, але не висловлюється напряду» [7, с. 130]. У лінгвістиці існує думка, що сарказм є різновидом іронії, «є її інтенсивнішим вираженням» [58].

За словами В. Нестеренка, деякі прийоми карикатури беруть початок у Середньовічному Єгипті й Античності: карикатура жила і розвивалася в народній сатиричній культурі, головною тематикою була пародія на героїв давньогрецьких міфів. Прийоми карикатури використовували в середньовічних містеріях, карнавалах, вуличних дійствах. Наявність гумору пояснює «живучість» карикатури й шаржу; він проявляється в раптових метафорах, уподібненнях, перебільшеннях, зіставленнях реального й фантастичного тощо [62].

Говорячи про карикатуру як художнє явище і як про графічний жанр зображальної публіцистики, Н. Зикун підкреслювала, що «багатьом майстерним художникам вдавалися «конструювання» малюнка, розробка сюжету, драматургія карикатури, «теміст» же вмів мислити парадоксально, вигадувати гострий графічний анекдот, знаходити у відомому, затертому факті, явищі прихований комічний ефект» [31, с. 275]. До основних ознак карикатури належать такі: «перебільшення й висунення на передній план характерного; найтісніший зв'язок із своїм часом – актуальність або злободенність; здатність говорити зрозумілою для читачів «мовою», навіть «жаргоном» вулиці; ігнорування заборонених тем; ігнорування рангів, чинів, звань, інших соціальних градацій» [31, с. 276]. Дослідниця зазначає, що для створення комічного ефекту карикатур художники використовують прийоми гіперболізації, мініатюризації, шаржування, персоніфікації тощо. Основним у впливі малюнка на глядача-читача стає не сюжетність, а емоційна виразність образу, художня гострота всіх його елементів [31, с. 280].

Не останню роль у карикатурі відіграє поняття гротеск (фр. *grotesque* – химерний, незвичайний, від італ. *grotta* – грот, печера); за визначенням літературознавців, це «вид художньої образності, для якого характерними є:

1) фантастична основа, тяжіння до особливих, незвичайних, ексцентричних, спотворених форм (звідси, зв'язок гротеску із карикатурою й поняттям «огидного»); 2) поєднання в одному предметі або явищі несумісних, різко контрастних якостей (комічного з трагічним, реального з фантастичним, піднесено-поетичного з грубо натуралістичним), що веде до абсурду, робить неможливою логічну інтерпретацію гротескного образу; 3) заперечення усталених художніх і літературних норм (звідси зв'язок гротеску з пародією, травестією, бурлеском); 4) стильова неоднорідність (поєднання мови поетичної з вульгарною, високого стилю з низьким і т.п.). Гротеск відкрито й свідомо створює особливий – неприродний, химерний, дивний світ: саме таким показує його читачеві автор (на відміну від фантастичного світу як умовно-реального)» [52, с. 173]. Термін гротеск, за словами науковців, походить від знайдених на межі XV-XVI ст. Рафаелем Санті у римських підземних гротах химерних настінних малюнків (ліпні настінні орнаменти) із поєднанням рослинних і тваринних форм. Гротеск використовувався ще в міфології та античній літературі (Аристофан, Плавт) [52; 62]. В образотворчому мистецтві гротеск визначають як вид художньої типізації, заснований на фантастично-карикатурному перетворенні реальних співвідношень і контрастів, на різкій зовнішній правдоподібності речей і явищ, на поєднанні фантастичного з реальним, трагічного з комічним тощо. Як художній образ гротеск вирізняється двоплановістю, це завжди відхилення від норми, умовність, перебільшення, навмисна карикатура [62, с. 217].

Жанр карикатури тісно пов'язаний із поняттями гіперболи й пародії. Гіпербола (грецьк. *hyperbole* – перебільшення) – «різновид тропа, що полягає в надмірному перебільшенні характерних властивостей чи ознак певного предмета, явища або дії задля особливого увиразнення художнього зображення чи виявлення емоційно-естетичного ставлення до нього» [52, с. 161]. У карикатурі цей образний прийом використовується для перебільшення певного явища у формах бурлеску (невідповідність між

змістом і формою), гротеску (неприродність, химерність зображуваного), каприцію (фантазійність, примхливість зображення), шаржу (різновид карикатури, в якій зберігається подібність з об'єктом зображення, сатиричні тенденції поступаються перед м'яким, доброзичливим гумором) [62].

Важливим для розуміння природи карикатури є поняття пародії, яке визначають як комічне наслідування. У літературознавчому словнику-довіднику подається таке визначення: «пародія (грецьк. *parodia* – пісня навиворіт, переробка на смішний лад) – один із жанрів фольклору та художньої літератури, власне гумористичний чи сатиричний твір, в якому імітується творча манера письменника задля осміяння її як не відповідної новим мистецьким запитам. Інколи пародія переінакшує зміст відомого твору, надає йому нового звучання, хоч не слід її плутати з бурлеском та травестією, які мають дещо відмінні характеристики» [52, с. 536]. Пародія у карикатурі, загострюючи тенденції сміхової культури, вказує на “хворобливі” процеси у житті людини, хибні принципи. Крім основного засобу пародії, що полягає в іронічній імітації висміюваного зразка, у ній посилюється функція гіперболи, шаржування деяких особливостей окремих персонажів, доведення їхніх рис до абсурду задля досягнення сподіваного сатирично-комічного ефекту. У законодавчих актах використовується така дефініція: «Пародія – аудіовізуальний, літературний, музичний або інший твір, який є творчою переробкою іншого правомірно оприлюдненого твору або його частини, за своїм змістом має очевидний комічний, сатиричний характер, або спрямовується на висміювання певних подій або осіб» [42].

На думку карикатуристів-практиків, карикатура це «специфічна комбінація загальновідомих символів», таких, як: езопівські (тварини як символи людських характерів), міфологічні (символи із легенд і міфів Давньої Греції та Риму), середньовічні (смерть, король, блазень, лицар, кат), піктографічні тощо [60, с. 5].

У творенні образів карикатура досить часто послуговується алегоричними прийомami. За визначенням В. Нестеренка, алегорія – це

«уособлення деяких абстрактних понять, зображення їх через асоціативно близькі конкретні образи, істоти і предмети. Наприклад, зображення справедливості або правосуддя у вигляді жінки з терезами в руках» [62, с. 216]. Alegоричні зображення часто супроводжуються пояснювальним текстом.

На практиці, як зазначають науковці, використання слів «алегорія» і «символ» часто зближуються. У сучасній науці поняття «символ» є одним з найбільш складних та суперечливих. Незважаючи на те, що теорія символу отримала безліч різноманітних трактувань у роботах багатьох учених, цілісного уявлення про символ досі не існує. Символ, маючи архетипну природу, пов'язується з міфом та ритуалом та являє собою чітко диференційоване за змістом уявлення, що викликає постійне коло асоціацій [25]. Із літературознавчих засад, символ (від грецьк. *symbolon* – умовний знак, натяк) – це «предметний або словесний знак, який опосередковано виражає сутність певного явища (лотос – символ божества в індійців, хліб-сіль – символ гостинності в українців, блакитний колір – символ надії та ін.), має філософську смислову наповненість, тому не тотожний знакові» [52, с. 635]. Символ є певним узагальнення людської думки і первісно пов'язаний із міфом, архетипами, поетичним мовленням, із наукою і вірою; таким чином має суттєво відрізняється від алегорії – в основі якої лежить конкретний образ. Символ є абстрагованим процесом трансформації зовнішнього на внутрішнє і навпаки.. Тому символ не збігається за своїм значенням з будь-яким тропом, наприклад, «коли метафора, скажімо, виконує характеристичну функцію, не відаючи семантичних обмежень, зосереджуючись в образній оболонці, то символ існує в безкінечно означальній ролі, тяжіючи до загальної ідеї, прагнучи розширення її змісту, а не повного визначення» [52, с. 635]. Виходить, що метафора ґрунтується на художній детермінації, а символ – на філософських засадах і підходах до знання й пізнання.

За словами Ю. Бойка, символ – це «універсальна категорія в культурі, що розкривається через зіставлення наочного образу і глибинного вмісту»; це «предмет, дія і тому подібне, що служить умовним позначенням якого-небудь образу, поняття, ідеї»; це «художній образ, що втілює яку-небудь ідею» або «умовний речовий опізнавальний знак для членів певної соціальної групи» [7, с. 133].

Термін «символ» – з огляду на його багатозначність – нерідко ототожнюється з такими поняттями, як «знак», «персоніфікація», «алегорія», «метафора», «емблема». Знаки-символи – «знаки, які через фіксований в них наочний образ використовуються для вираження деякого, часто дуже значного і абстрактного, змісту (наприклад, зображення старогрецької театральної маски як символ сучасного театру і театрального мистецтва; термін «символ» вживається і просто в сенсі знаку). Знаки – символи несуть інформацію про предмет (явище) на основі відвернення від нього якихось властивостей і ознак, що усвідомлюються в ролі представників усього явища, його суті; ці властивості і ознаки і можна розпізнати в знаках – символах (зображення сполучених у взаємному потиску рук – символ дружби, зображення серпа і молота – символ союзу робітників і селян, голуб – символ миру, обручка – символ союзу, об'єднання людей в єдине ціле – сім'ю, коло символізує безкінечність відношень)» [3].

Символ – це знак, наділений усією органічністю міфу і невичерпною багатозначністю образу, тобто будь-який символ є узагальненим образом, і навпаки. Науковці підкреслюють, що символ тяжіє до певного узагальнення, але проявляється у конкретному образі. Образ-символ – це складний знак, художнім аспектом якого виступає його буквальний зміст, пов'язаний із певними асоціаціями. На відміну від інших образів, образи-символи об'єктивують у текстах значущі ідеї, зокрема, роздуми про світобудову і суспільний устрій, філософські міркування про життя. З огляду на буквальне значення словесні образи-символи поділяються на предметні та непередметні.

С. Гайдук у статті «Символ як художньо-естетична категорія епохи романтизму» пише, що символи – це важливі механізми пам'яті культури. З одного боку, символ реалізується у своїй інваріантній сутності, демонструючи здатність повторюватися і бути посередником між різними культурними епохами. З іншого боку, символ активно корелює з культурним контекстом, трансформується під його впливом і сам його трансформує. Власне, завдяки змінам, яких зазнає «вічний» смисл символу у певному культурному контексті, останній зримо potwierджує свою змінність [15].

Символічні образи – символічне зображення дійсності. Від художніх образів символічні відрізняються тим, що їх автор чи авторка не прагнуть відобразити подібність з реальним об'єктом, а бажають на основі стереотипів подати певний об'єкт якомога лаконічніше [26]. Символічні образи тісно пов'язані із поняттями узагальнення та стереотипізації.

Б. Віппер називає три основних засоби створення карикатури: 1) одностороннє перебільшення або підкреслення каліцтва, потворності, нищості; 2) зображення відхилень від норми, порушення природності (до певної межі); 3) малюнок містить образ людини (або повинен мати певну спорідненість із людською подобою) [цит. за 60, с. 4].

Автори «Термінологічно-понятійного словника з культурології та художньої культури» зазначають, що карикатуру розміщують як ілюстрацію до злободенних газетних і журнальних матеріалів: «художник-карикатурист повинен вміти дуже швидко відгукуватися на події». Карикатура покликана «викривати, висміювати, засуджувати». До основних засобів творення карикатури науковці відносять такі: перебільшення і загострення характерних рис фігури, особи, костюмів, манер поведінки людей; поєднання реального й фантастичного [7, с. 65].

За словами науковців, карикатура використовує несподівані смішні ситуації і зіставлення, прийоми комічного і загострення, вдається до гротескового перебільшення. Має широкий діапазон зображувальних засобів [21].

Ю. Івакін визначає карикатуру як синтетичну форму: єдність графічного зображення й літературного тексту (підпис, репліки). Дослідник наголошує на спорідненості карикатури із літературою майже так само, як і спорідненість із образотворчим мистецтвом. Втім, визнаючи можливості різного співвідношення вербального й зображального елементів, пріоритет дослідник віддавав власне ілюстрації [33].

Карикатура поєднує два типи засобів створення комічного: вербально-текстові та візуально-графічні. Суттєвою складовою карикатури є текст: назва, підпис (у формі монологу або діалогу персонажів), репліки персонажів, розміщені на малюнку, надписи (у тому випадку, якщо портретна схожість персонажів неочевидна або зовсім відсутня), коментар до малюнка самого художника. Карикатура розглядається як синтез зображення і тексту. Як правило, карикатуру супроводжує текстівка викривального змісту.

У науковому обігу сформувалось поняття «креолізований текст» – це «поєднання вербальних і невербальних образотворчих засобів передачі інформації». Взаємодіючи один з одним (вербальне з невербальним), тексти забезпечують цілісність і зв'язок твору та його комунікативний ефект. Креолізований текст може бути текстом з частковою креолізацією і текстами з повною креолізацією. У першій групі вербальна частина порівняно автономна, а образотворчі елементи тексту не є обов'язковими. На таке поєднання Н. Валгіна вбачає в газетних, науково-популярних і художніх текстах [10]. Дослідниця говорить також про «повну креолізацію»: вербальний текст повністю залежить від образотворчого ряду, і саме зображення виступає в якості обов'язкового елемента тексту. Така залежність зазвичай спостерігається в рекламі (плакат, карикатура, оголошення та ін.), а також в наукових і особливо науково-технічних текстах. У цілому образотворчий ряд у вигляді ілюстрацій художніх, декоративних і пізнавальних, вербальний компонент створює єдиний образ креолізованого тексту, як об'єкта вербальної і візуальної комунікації [10].

В. Нестеренко та Т. Батенко теж акцентують на подібності взаємозв'язку між змістом і формою як у словесності, так і в жанрі карикатури: Художник, задумуючи карикатуру, продумує цілісний завершений твір-текст – із прологом, розвитком сюжету і кульмінацією (малюнок, як правило, репрезентує безпосередньо кульмінацію) [62, с. 184]. Тобто, карикатурист – ілюстратор власного сюжету, створеного за законами літературного дотепу.

Як стверджує Н. Зикун, відомий сучасний американський карикатурист, неодноразовий лауреат Пулітцерівської премії Д. Хорсі розглядає карикатуру як авторську журналістику, у якій журналіст не пише, а малює, хоча – пише, лише олівцем [31]. Він вважає, що метою політичної карикатури є заявити світу, що про нього думає художник, показати, що, на його думку, має бути змінено в політиці. Вибираючи між характеристикою карикатури як журналістики й мистецтва, Д. Хорсі віддає перевагу журналістиці. Визнаючи карикатурне мистецтво не лише гострим, а й оперативним, говорить, що якби не займався карикатурами, то не пішов би у мистецтво, а став би репортером. До речі, карикатура у США захищена Першою поправкою до американської Конституції [31, с. 274].

Ю. Івакін вважав, що карикатура є синтетичною формою зображення і тексту, характеризується різним співвідношенням вербального і візуального; хоча головним у цьому симбіозі, на думку науковця, все ж є зображення [33, с. 169].

За словами науковців, існує три варіанти взаємодії тексту й ілюстрації: 1) для розуміння карикатури не потрібен детальний текст, який розкриває її смисл, оскільки думка (емоція, відношення) виражені переважно графічно (за допомогою шаржу, перебільшеного відображення дійсності, метафори, поєднання реального й фантастичного, зіставлення непок'єднуваного, парадоксального тощо); 2) для сприйняття карикатури однаково важливі обидві частини – і вербальна, і візуальна; 3) основне смислове навантаження лягає на текст [30].

Сьогодні карикатуру розглядають у двох напрямках: як креолізований текст та як специфічний візуальний текст. Як зазначає Є. Артемова, креолізований текст «концептуально відрізняється від ілюстрації, яка додається до буквеного тексту, оскільки ілюстрація може існувати в різних варіантах, часто створюється пізніше за буквений текст (тобто зазвичай існує часовий розрив) і, нарешті, автор ілюстрації не обов'язково є автором буквеного тексту». Креолізованим, за словами дослідниці, «може вважатися лише той текст, частини якого (вербальна й невербальна) створюються одночасно, як правило, одним автором, інакше порушується цілісність тексту. Важливою характеристикою креолізованого тексту також є неможливість мати варіанти своєї невербальної частини» [4, с. 14].

Джерелами створення карикатури є вербальні сатирично-гумористичні жанри, зокрема: анекдот, жарт, байка тощо. Анекдот – це «найпоширеніша форма дотепності, коротка розповідь жартівливого характеру, часто містить несподівані повороти і настільки ж незвичайне, неочікуване завершення» [76, с. 13]. Тривалий період анекдот побутував за межами сфери масової інформації, а в роки перебудови та усунення цензурних обмежень у діяльності мас-медіа анекдот потрапив на сторінки періодики, став основою багатьох радіо- і телепередач. Анекдот, за визначенням В. Самохіної, – це «розповідь, коротка і лаконічна. Анекдот та розповідь зближує подібна структура. Анекдот, як і розповідь, як правило, має місце і час дії, дійових осіб, сюжет, кульмінаційний момент, конфлікт, розв'язку. Хоча ці всі явища і відрізняються своїми зовнішніми показниками, їх внутрішній зміст та функції однакові. Неодмінним атрибутом анекдоту як тексту малого жанру повинен бути динамічний, але в той же час, точний і закінчений сюжет». Слово «анекдот» походить від грецького «anekdotos», що означає – «невидане» [75].

Жарт – наочна дія або повідомлення, що вводить когось в оману з метою створення смішної ситуації. У медіатекстах жарт використовують як приклад, наочність або як засіб атракції та релаксу. Радянська журналістика

активно використовувала на шпальтах друкованих видань окремий жанр «жарт» – «невеличкий комічний літературний твір, переважно п'єса гумористичного чи сатиричного змісту»; «жанрове визначення таких творів часто дають самі автори» [52, с. 264]. Жарт належить до художньо-публіцистичних жанрів тому, що в подібних текстах основою є мовні художні засоби, а також авторська фантазія, домисел. Зазвичай, жарти в періодичних виданнях виконують дві основні функції: 1) розвага, 2) розіграш читачів (наприклад, до 1 квітня).

Ще одним джерелом створення карикатури є жанр байки. Байка – це «коротке, переважно віршоване, алегоричне оповідання, в якому закладено дидактичний зміст. У вчинках персонажів байки – звірів, птахів, рослин – вбачаються і висміюються людські вади. Засновником байки вважається легендарний еллін Езоп (VI-V ст. до н.е.), іменем якого (езопівською мовою) називають інколи підтекст художнього твору. Крім сюжетних байок, з'являються байки-приповідки («ліліпути»), а також байки-епіграми, байки-жарти, байки-пародії тощо» [52, с. 75-76].

Таким чином, карикатура – це зображальний жанр, який містить певний художній образ, у якому в гумористичній / сатиричній формі перебільшуються характерні особливості (частіше негативні) як окремої людини, так і суспільства (або явища) з метою їх висміювання чи звеличення. Карикатурист показує нам людей і навколишній простір із несподіваної, дотепної точки зору. Причому ступінь її дотепності по-своєму відображає рівень духовної культури будь-якого народу, суспільства та епохи. Карикатура – це спосіб думок, це малюнок часу, який може створюватися лише розвинутим розумом, адже над собою здатні сміятися лише духовно здорові й сильні людина і суспільство. У той же час карикатура може бути складною закодованою системою, езоповою мовою залежно від часу, коли вона була створена. Карикатура може бути здою і доброю, вона може викривати сатирою й гріти гумором [48].

Окремим візуально-графічним жанром, який часто використовують карикатуристи є шарж. Шарж – від французького слова «тягар», «гумористичне зображення (зазвичай портрет), в якому з дотриманням схожості карикатурно змінені й підкреслені характерні риси людини» [7, с. 156]. У словниках поняття шарж тлумачать як «карикатурне відтворення дійсності зі свідомим спотворенням, перебільшенням окремих, найбільш важливих її рис» [76, с. 92].

Радянський карикатурист Л. Самойлов, порівнюючи внутрішню форму шаржу та карикатури, доходить висновку, що карикатура відтворює окремі епізоди із життя, події, явища, а шарж розкриває внутрішню і зовнішню сутність, особливість конкретної персони. Художні, образотворчі прийоми цих жанрів – однакові: підкреслення основної деталі та доведення до комічного ефекту того, що привернуло увагу карикатуриста [74].

Л. Самойлов вважає, що «зображуючи ту чи іншу людину карикатурист підкреслює найбільш характерні її риси, робить їх більш характерними, відштовхуючи другорядні, неважливі деталі, свідомо навантажуючи найбільш типові в ній і тим самим досягаючи вияву головного» [74]. «Секрет» цього вже давно відомий не тільки карикатуристам. Узагальнення, типізація, тяга до синтезу є головним законом мистецтва взагалі. Вербальний ряд карикатури представлений буквеним текстом, який можна тлумачити як всю мовну єдність в рамках карикатури, враховуючи авторську мову та мову персонажів. До авторської мови відносяться підписи та короткі коментарі до карикатури за її межами або в кадрі. Під зображальним рядом карикатури мається на увазі один або декілька малюнків, обрамлених рамкою та утворюючих окремий кадр або кадри. Специфіка категорії дискретності відображається в існуванні двох типів карикатур: однокадрових та багатокадрових. Обидва типи карикатур розрізняють у собі вербальний компонент та зображальний, але однокадрова карикатура не має кадрової членованості. Однокадрові карикатури поділяються на два типи: недискретні та дискретні. Дискретними одиницями креолізованого тексту карикатур, які

мають членованість, виступають: вербальні фрази, які мають автономність; креолізований аналог вербальних фраз, які утворюються поєднанням вербальних і невербальних компонентів карикатури, що мають відносну автономність.

Таким чином, карикатура – це гротескне зображення, яке навмисно підкреслює і комічно перебільшує негативні особливості, з метою висміяти або дати інше зображення суб'єкта. Суттєвою складовою карикатури, крім зображення, є її текст. Вона, ґрунтуючись на категорії комічного, тісно пов'язана з гротеском пародією і сатирою. Карикатура покликана викривати, висміювати, засуджувати. У ній перебільшуються і загострюються характерні риси фігури, особи, костюми, манери поведінки людей, з'єднуються реальне й фантастичне. Первісно основою створення карикатури були такі сатирично-гумористичні жанри, як жарт, анекдот, байка (тобто т.зв. малі форми); вони об'єднані єдиним пафосом – викривання. Крім того, для карикатури характерна оперативність відгуку на значні події суспільного життя.

Отже, характеризуючи сутність сатиричного підходу до явищ дійсності як гостру критичність, непримиренність щодо вад соціального буття, зазначимо, що спеціальним об'єктом уваги в цьому дослідженні є саме сатира, вміщена на сторінках сатирично-гумористичних видань «НВ» і «Тиждень.ua», а зокрема, той тематичний різновид, який спрямовано на вади й недоліки політичної взаємодії, геополітичних впливів тощо. За допомогою різних відтінків і різновидів комічного – м'якості гумору, серйозності іронії, дошкульності сарказму – комічне вчить людство сміятися над власними вадами, позбуватися їх.

РОЗДІЛ 2

КАРИКАТУРА ЯК СКЛАДНИК СИСТЕМИ ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЖАНРІВ ЖУРНАЛІСТИКИ

2.1. Історія створення й розвитку карикатури

Карикатура виконує ряд важливих функцій: емоційної розрядки, релаксу, розваги, ескейпізму тощо. Крім того, дослідники звертають увагу на естетичну функцію та потужний публіцистичний функціонал, що виражається, зокрема, в оперативному відгуку на важливі соціально-політичні події, та у впливі на широкий загал. Сатиричні малюнки представляють собою сконцентрований деталізований концентрат актуальної інформації; відображають гострі проблеми суспільства як локального, так і світового масштабу. При цьому важливо, що карикатура є зрозумілою для більшості реципієнтів, і це сприяє її популярності. Цей жанр також є засобом атракції, тому і друковані, й електронні видання розміщують карикатури на своїх шпальтах. Яскравість, оригінальність карикатури, а також віртуозне поєднання слова і зображення надають ілюстрації індивідуальності, розкривають контекстність певної події, дозволяють чітко донести ідею. Карикатура завжди була не суто образотворчим жанром, а потужним інструментом впливу на суспільну свідомість, ідеологічною та політичною зброєю. Сьогодні карикатура є зображальним жанром журналістики і активно використовується практично усіма засобами масової інформації.

Як зазначають вчені (Н. Зикун, Х. Мамдух, В. Нестеренко, М. Савчук та інші), карикатура в житті людини з'явилася багато століть тому: «Спроби карикатурувати побут беруть початок у глибокій давнині, коли людська культура робила перші кроки на ниві образотворчого мистецтва» [30]. Дослідники обстоюють думку, що найдавнішою карикатурою (відомою людству) було зображення Рамзеса III, намальоване на папірусі більше трьох

тисячоліть тому. Невідомий художник використав алегоричний прийом: зобразив гру в шахи антилопи і лева, таким чином іронічно змальовуючи протиставлення сили й беззахисності. Цей папірус зберігається зараз у Британському музеї. Специфічною рисою давніх карикатур було зображення непропорційних частин тіла: велика голова і мініатюрне тіло.

Втім, не всі науковці погоджуються, що знайдені єгипетські малюнки – це карикатури. Так, Б. Віппер стверджує, що у давніх малюнках єгипетських та індійських богів із головами тварин, або в комічних зображеннях грецьких богів, у створених химерах на готичних соборах немає навмисної гіперболізації з метою висміювання, глузування конкретної особи, конкретного персонажа. Дослідник схиляється до думки, що в «чистосу вигляді» карикатура сформувалась лише у другій половині XVIII ст. [31, с. 265]. Не останню роль у цьому зіграли технічні чинники: винайдення друкарського верстату, вдосконалення графіки (ксилографія, літографія, офорти). Однак, недосконалість техніки спричинила й певні обмеження при створенні карикатур: спрощення, схематичність, використання загальновідомих образів-символів тощо.

До наших днів також дійшли карикатури, намальовані на античних грецьких вазах – це графічні пародії на богів і міфологізованих героїв. Малюнки з ознаками карикатурності знаходять і в спадщині середньовіччя: в них висміюються непристойність, користолюбство, перелюб та інші гріхи. Традицію гротескного зображення окремих персон зберегли також малюнки епохи Відродження. Дослідники зазначають, що сатиричні малюнки виготовляли такі відомі митці, як Леонардо да Вінчі та Мікеланджело Буонаротті [56; 62].

Науковці (Х. Мамдух, В. Нестеренко, М. Савчук) вважають, що карикатура як самостійний жанр почала своє існування з сатиричних, гротескних картин А. Каррачі в середині XVI ст., оскільки основною метою автора було прагнення розсмішити свого глядача [72]. Широкого розповсюдження карикатура набула під час Реформації та Селянської війни

1524–1526 рр. у Німеччині. Розквіт жанру збігся зі значними суспільно-політичними подіями, зокрема війнами та революціями XVI – XVII ст. у країнах Європи і з винайденням способу літографічного друку (що сприяло полегшенню роботи художника над сатиричним малюнком і поліпшенню його репродукції). Значна роль у розвитку світової карикатури належить художникам В. Гогарту (у деяких наукових джерелах – Хогарт), Дж. Гілрою (Англія); Г. Гросу (Німеччина); Ф. Гойї (Іспанія); А. Дам'є, П. Гаварні (Франція); І. Церебеньову, А. Венеціанову, П. Баклевському (Росія) та іншим. У цей період простежується зв'язок карикатури із фольклором, лубком.

Як зазначає М. Савчук, у XVI – XVIII ст. карикатуру створювали здебільшого на окремих осіб. У першій пол. XVIII ст. у картинах та гравюрах В. Гогарт висміював вади сучасного йому англійського суспільства, що заклало основи розвитку карикатури як важливої галузі образотворчого мистецтва. Англійські карикатуристи другої пол. XVIII – поч. XIX ст. виробили власний оригінальний тип карикатури, перетворивши жанрові сцени на театралізовані видовища, у яких відображали потворні та смішні явища дійсності [72]. У XVIII ст. російські сатиричні видання розширили жанровий діапазон гумору й сатири за рахунок зображень: починають активно використовувати карикатури, які, втім, ще не мали самостійного значення і використовувались як ілюстрації до текстів. Дослідники підкреслюють значну роль у реалізації функцій сатиричної публіцистики саме ілюстрацій у вигляді карикатури, шаржу, документальних фото і текстівок до них [31].

Піднесення сатиричного малюнка пов'язане з добою Відродження в Європі, появою книгодрукування і преси. На початку XIX ст. самостійне естетичне значення карикатури уперше осмислили романтики. Від XIX ст. розвиток карикатури пов'язаний із літературною публіцистикою та її соціально-політичним спрямуванням. Дієвим сатиричним засобом став гротескний узагальнений образ – «соціальна маска» (портрет-шарж) [72].

Здешевлення карикатури стало можливим завдяки тому, що вона «зійшла з металевої дошки спочатку на дерево, потім на камінь». Важливою перевагою літографії була можливість і кольорового друку – хромолітографії. Б. Віппер підкреслює, що під час липневої революції у Франції (1830 р.) карикатура набуває функції агітатора і пропагандиста. Саме тоді у Франції виходить низка сатиричних журналів за участі видатних художників-сатириків, зокрема, Дом'є й Гаварні [13].

Більшість сучасних джерел, передусім англомовних, співвідносять започаткування терміна «cartoon» (саме як сучасне поняття «карикатура») із 1840-ми роками. Журналістикознавці пов'язують старт у розвитку сучасної карикатури із публікаціями мальованих пародій на сторінках англійського сатиричного журналу «Панч» («Punch») та американського літературно-публіцистичного тижневика «The New Yorker», які посприяли популяризації цього візуалізованого жарту.

Як зазначає Н. Зикун, «соціально-викривальний пафос англійської карикатури не піднімався вище "парламентського опозиціонерства" і осміяння характерів, але в ній сформувалися багато характерних творчих прийомів європейської карикатури. Тоді ж визначилися специфічна для карикатури оперативність відгуку на всі великі події суспільного і державного життя, міжнародної політики: такі карикатури-лубки Великої французької революції (1789-94), англійські "антинаполеонівські листи" і російські сатиричні "народні картинки" І. Теребеньова, А. Венеціанова, І. Іванова, спрямовані проти загарбницьких домагань Наполеона і французоманії російського дворянства. Уїдливі "портрети" його представників створив А. Орловський. У сатиричних офортах Ф. Гойї засуджується іспанська реакція і мракобісся, звірства французьких окупантів, гротескна мова карикатури набуває неабиякої сили й глибини художньої дії. Антибуржуазний пафос притаманний творчості французького карикатуриста О. Дом'є, з властивим йому багатством градацій від різкого викриття до

сумного гумору, і карикатурам Паризької Комуни 1871 (Ж. Пілотель, Молок [псевдонім художника Б.Коломба] та ін.)» [31].

С. Рощупкін вказував на зміну функціонального призначення карикатури у різні епохи: спочатку вона використовувалась лише як ілюстрація до художнього тексту в книзі чи публіцистичного в журналі; у 1905-1907 рр. політичний рисунок викристалізувався в твір, органічно пов'язаний із газетною сторінкою, який має самостійне значення. Протягом десятиліть змінювались і творчі методи, які відображають новий підхід до ролі засобу і його особливого значення: прийоми станкової картини й малюнка, які часто переносилися в сатиричну графіку до 1905 року (перспективна побудова, «тілесність форми», світлотінь, напівтони, плями), поступаються місцем специфічно графічним художнім засобам: «лінії набувають виразності, гостроти, зникає плавність, гра світла й тіні» [69, 18]. Дослідник акцентує на тому, що газетна карикатура поступово набуває плакатної форми.

Зростає її роль у періодичних виданнях сатиричного типу – дослідники говорять навіть про «експансію» сатиричних зображень у пресі і зміщення акцентів в ілюструванні багатьох журналів у 1905-1906 рр. [41]. Мистецтвознавець А. Каск, дослідивши жанрову структуру, сюжетику та естетику журнальної ілюстрації в Росії XVIII-XIX століття, вбачає секрет успіху сатиричної графіки в тому, що з'явилась гострота соціальної проблематики й типізоване узагальнення, лаконічність у зображенні, особливе органічне поєднання візуальної та вербальної частин (креолізований текст), а також динамічність ретрансляції сатиричних смислів завдяки публікаціям у періодиці [41].

У XIX – XX ст. розвиток карикатури тісно пов'язаний із літературною публіцистикою, з передовою журналістикою і її соціально-політичними устремліннями. Повсякденна співпраця карикатуристів в журналах і газетах стала звичайною формою їх творчої діяльності. Карикатура XIX – XX ст. багато уваги приділяла головній темі критичного реалізму – відстоюванню

прав і гідності особистості в умовах влади грошей. Натомість в умовах жорсткої цензури гостра соціальна сатира виступала часто у формі побутової карикатури, характероописових сцен, в яких висміювалися вади суспільного життя. Текст допомагав вгадувати прихований сатиричний сенс сцени.

У XIX столітті у Росії карикатура набуває особливої популярності. Перші сатиричні малюнки не були самостійним жанром: зображення додавались до гострокритичних статей, а також завжди супроводжувались словесно-описовими поясненнями. Поступово пояснення стали коротшими, а згодом і зовсім зникли; сюжет малюнків спростився, став зрозумілішим. Однак у змістово-типологічному плані розвиток карикатур на шпальтах газет призупинився: безапеляційно працювала імперська цензура, обмеження стосувались відтворення образів можновладців. Цю нішу швидко заповнили безіменні малюнки, які передавалися із рук в руки, перемальовувалися аматорами, поширювалися неофіційно. Поштовхом для розвитку цього зображального жанру стала поява окремих спеціалізованих сатиричних видань. Так, у 1808 р. в Росії з'явився перший сатиричний ілюстрований журнал – «Журнал карикатур на 1808 год в лицах», відомого художника А. Венеціанова, однак його відразу ж заборонили. Причиною закриття видання стала карикатура, що з'явилась у третьому числі, – шарж на чиновника, який солодко спав, коли відвідувачі даремно штовхалися у його приймальній. Карикатура дуже розлютила імператора. Причому, дослідники допускають, що таку реакцію викликала не лише порушена тема, а й сам «грубий» прийом – шарж [31]. Натомість видавці оцінили потенціал такої точної й виразної, водночас лаконічної форми донесення критичного змісту.

За словами Н.Зикун, наступною віхою в розвитку ілюстрованої сатиричної періодики був журнал М. Наваховича «Єралаш» з необразливими шаржами й карикатурами, які публікувалися переважно з дозволу портретованого. За словами Н. Зикун, на межі 1850–1860 рр. виникають сатиричні видання нового типу, які комбінували в різних пропорціях найрізноманітніший матеріал – як текстовий (вірші, фейлетони, гумористичні

оповідання), так і зображальний (карикатури, ілюстрації до оповідань, мальовані шаради та ін.). Сатиричні журнали кінця 50-х і першої половини 60-х років XIX ст. – саме у формі щотижневого ілюстрованого видання, невеликого за обсягом, із значною кількістю зображального матеріалу – були провідними для російського графічного мистецтва [31]. Як зазначають Ю. Івакін, Н. Зикун та інші дослідники, ілюстрований сатиричний журнал, з'являється в Україні ще в середині XIX ст.

На межі XIX–XX ст. набула розповсюдження політична карикатура. У першій половині XX ст. емоційно гострими були антивоєнні карикатури у Німеччині, Великій Британії, США, Франції, Данії, Болгарії. В умовах цензури створювали переважно карикатури на побутову тематику, висміюючи суспільні вади. Упродовж століть влада неодноразово конфісковувала карикатуру, забороняла періодичні видання, у яких їх друкували, ув'язнювала й штрафувала художників. Однак мистецтво політичної та антивоєнної карикатури залишається актуальним [72].

Як свідчать дослідження, в Україні перші карикатурні спроби наявні у середньовічних мініатюрах, зокрема у «Київському Псалтирі» (1396), Радзивиллівському літописі (XV ст.), книжкових гравюрах XVII ст., в іконописі (теми «Страшного суду»), народному живописі («Козак Мамай»), в окремих портретах польських вельмож та козацьких гетьманів. Кілька карикатур і шаржів створив Т. Шевченко, започаткувавши формування традицій української сатиричної графіки в середині XIX ст. [31; 72]. Історія ж власне української зображальної сатири виводиться дослідниками із XVII ст.: еволюція візуалізації сатири відбувалась поступово, у відповідності до насущних завдань часу й епохи (наприклад, це були зображення на кахлях що використовувалися на Полтавщині й у й Гуцульському краї; у народних лубкових зображеннях – морально-повчальних картинках, які найраніше з'являються у Києві, Львові та інших містах, зокрема, датовані 1619 і 1624 pp.) [31, с.282].

Елементи шаржу та сатири дослідники також вбачають і в давніх українських портретах XVII – XVIII ст., наприклад: при зображенні шляхтичів, окремих гетьманів (Ю. Хмельницький, П. Дорошенко) і подібне.

Грунтовне дослідження сатиричної публіцистики Наддніпрянщини к. XIX – поч. XX ст. виконала Н. Зикун. У цьому контексті вчена не лише ретельно проаналізувала видання, але й вербальний та зображальний зміст. Н. Зикун підкреслює, що з розвитком української періодики починає активніше розвиватися й карикатура. Із другої половини XIX ст. з'являються регіональні гумористично-сатиричні часописи (лівівські «Страхопуд» і «Зеркало», ужгородський «Сова», одеський «Пчелка»), у яких друкуються перші політичні карикатури та шаржі. Переважна більшість періодичних видань тих років не оприлюднювали імена карикатуристів [31; 72].

На початку XX ст. з'явився ще один важливий засіб емоційного впливу карикатури – колір. За словами Н. Зикун, «Саме колір забезпечив чітке виокремлення малюнка на журнальній сторінці, демонстрування його значущості як самостійного твору» [31].

Є. Демченко резюмує, що з розвитком революційного руху 1905–1907 рр. тісно були пов'язані твори політичної журнальної графіки: у Києві, Одесі, Харкові, Миколаєві та інших містах України вийшло понад 40 журналів та ілюстрованих додатків до газет, у яких вміщувалися гострі дотепні малюнки та карикатури, спрямовані проти самодержавства. На початку листопада 1905 р. з'являється рубрика «Шаржі і карикатури» в ілюстрованих додатках до деяких київських газет [31].

Власне, на думку Н. Зикун, «про зародження зображальної публіцистики можна з повним правом говорити тоді, коли зображення набувають не лише масовості, але й впливовості, емоційності. Таким періодом є період першої російської революції, який висунув нові вимоги до якості інформації, сформував аудиторію [31, с. 240].

Аналіз сатиричних видань, виконаний Н. Зикун [31], засвідчив потужний комунікативний потенціал сатиричної зображальної публіцистики,

який визначається особливим поєднанням двох негомогенних її складових – зображальної і вербальної. На початку ХХ ст. визначальною зображальною складовою сатиричних видань була сатирична графіка – карикатури, шаржі, реалістичні малюнки. Поширеність цього різновиду сатиричної публіцистики визначалася низкою чинників: рівнем грамотності аудиторії; наявністю технічних засобів; такими характеристиками зображальних текстів, як доступність, емоційність, експресивність. Усе це забезпечувало сатиричним зображальним текстам впливовість і популярність. Вербальне оформлення сатиричних зображень відображало загальні тенденції розвитку малих жанрових форм: діалогізм; використання езопової мови, каламбурів; експресивність.

На початку ХХ ст. українська карикатура набула національної унікальності. Після революції 1905 р. з'явилися перші українські гумористично-сатиричні часописи на Наддніпрянщині [31; 72]. Особливо вагомим став журнал «Шершень» (фактично 50 % обсягу кожного номера було відведено ілюстраціям), графіка якого вирізнялась яскравою національною самобутністю, є художньо-мистецьким надбанням української культури [30]. Художники-карикатуристи (І. Бурячок, Ф. Красицький, В. Масляников, П. Наумов, В. Різниченко, О. Сластіон, І. Шульга та ін.) гуртувались також навколо інших видань – «Хрін», «Забіяка», «Зеркало» тощо [31, с. 200].

Наприкінці ХІХ ст. набуває розвитку не тільки коло об'єктів і тем сатиричного відображення (свавілья поміщиків, беззаконність провінційної влади; продажність чиновників; лицемірство царських міністрів; самодурство поліції; позірне «представництво» земських установ; цензура), а й природа сатиричного малюнка – набуває поширення жанрова побутова замальовка, двофігурна сценка-діалог, супроводжувана текстом [31]. Сатиричні малюнки ХІХ ст. своєю метою мали гнівне викриття кріпосного права, розхитування державних і соціальних устоїв поміщицько-бюрократичної Росії, викриття самодержавного ладу, тобто загалом просвітницькі функції, однак аудиторія

їх була порівняно обмеженою [31]. У Києві, як зазначає Н. Зикун, під час Української Народної Республіки (УНР) засновано видання українських гумористично-сатиричних журналів «Будяк» (1917 р.), «Гедз» (1917–1918 рр.), «Реп'яхи» (1918 р.), у яких публікували свої оригінальні карикатури і шаржі І. Бурячок (Буруля, Ів. Маляр), О. Судомора, М. Яковлев та інші. Сатира в газеті перших революційних років набувала форму сатиричного плаката на першій шпальті; підпису під плакатом; частівки; листівки [31, с. 284].

Науковці згадують і про розвиток емігрантської преси: на початку ХХ ст. українці видавали в США та Канаді гумористично-сатиричні журнали. Зокрема, журнал «Гедзь» оприлюднював злободенні матеріали різних сатиричних жанрів, найважливіші з публікацій доповнювалися карикатурами, які були самостійними зображальними формами [31; 72].

Як свідчать дослідження, у 20-х роках ХХ ст. небувалого кількісного розквіту набувають сатирично-гумористичні російськомовні видання, які видаються в Одесі, на Волині та в Києві. У міжвоєнний період, незважаючи на поразку в національно-визвольній війні, розвиток української карикатури тривав. З'явився її новий тип – радянська карикатура, творці якої виконували ідеологічну волю КП. У 1920-і рр. в Україні видавали низку українських гумористичних-сатиричних журналів, зокрема «Червоний перець». Основним жанром сатиричної графіки став політичний плакат. Агітаційно-сатиричні плакати створював В. Маяковський. Серед провідних карикатуристів того періоду дослідники називають і О. Довженка: «у 20-ті роки ХХ ст. газети й журнали рясніли шаржами й карикатурами Олександра Довженка» [31].

1920–30-і рр. характеризуються піднесенням українських карикатури і шаржу в Галичині. Так, за словами Н. Зикун, у львівських журналах «Будяк», «Маски», «Жорна», «Зиз», «Комар» створено «панораму суспільно-політичного життя світу (зокрема Польщі й СРСР), галерею провідних світових і національних діячів» [31, с. 284]. Науковці підкреслюють, що «художники розробляли соціально-побутову тематику, відгукувалися на

суспільно-політичні події, гостро критикували галицьких вождів, депутатів, громадських діячів. Самобутні почерки митців, глибоке знання вірувань, традицій, культури та історії, висока національна свідомість витворили феномен української карикатури і шаржу 1930-х рр.» [72]. Ґрунтовне дослідження сатиричної графіки в Галичині (на початку ХХ ст.) зробила Л. Сніцарчук [77].

До 40-х років ХХ ст. починає формуватись т.зв. радянська карикатура, яка виконувала місію маніпуляції та ідеологічної боротьби. Втім, традиції національної української карикатури продовжує харківські журнали «Перець» (пізніше – «Червоний перець»), «Червоне жало» та ін. У цей період карикатура суттєво еволюціонує: дослідники називають її «ноювою карикатурою», «філософською» або «карикатурою без слів», оскільки вона змінила художньо-естетичні орієнтації – до т.зв. проблемної графіки [31; 62].

У 1941 р. в УРСР відродили журнал «Червоний перець», змінивши назву на «Перець», до 80-х років видання фактично було неофіційним рупором ідеологем ЦК КПУ. У часи Другої світової війни на сторінках друкованих видань посилюється роль плакату, у якому часто використовували основні засоби карикатурного образотворення. Поступово карикатура спрямовує сатиру на антинаціоналістичну та антибуржуазну проблематику, стає засобом боротьби із «західними» ворогами, а ретрансляцію внутрішніх негараздів зводить до бюрократизму та пияцтва [62; 72].

Зі здобуттям Україною незалежності, починається формування новітньої епохи розвитку карикатури. Сучасні українська карикатуристи беруть участь у міжнародних конкурсах, публікують свої малюнки у зарубіжній пресі. Період незалежності відкрив нові імена в царині української карикатури, хоча сама карикатура набула космополітичних ознак. Часто карикатури, дружні й недружні шаржі на владний олімп України можна побачити на сторінках газети «День», «Україна молода», «Дзеркало тижня», у журналі «Главред», у часописі «Український тиждень» [30; 59; 72].

На початку 2000-х років було створено Асоціацію Карикатуристів, Товариство художників-карикатуристів України. У Києві проводять виставки клубу карикатуристів «Архігум» (від 1991 р.), Міжнародний конкурс карикатур «Незалежність» (від 2001 р.), Фестиваль сучасної карикатури «Архігум» (від 2004 р.), виставку політичної карикатури на День журналіста (від 2006 р.); у Львові – виставку шаржів «Львів сміється», Міжнародний симпозиум карикатуристів (обидва – від 1999 р.); у Полтаві – Міжнародну виставку карикатур «Карлюка» (від 2000 р.) [72].

Отже, карикатура як зображальний жанр пройшла тривалий шлях – від гротескних, комічних зображень єгипетських фараонів і грецьких богів до середньовічних ескізів гріхопадіння; від сатиричних малюнків відомих художників до мальованих пародій середини ХІХ ст. Сучасної звичної форми карикатура набуває із середини ХІХ ст. Розвиток української карикатури вивчали Є. Демченко, Н. Зикун, В. Нестеренко, М. Савчук та інші. Новітня карикатура поєднує надбання попередніх періодів із сміливими мистецькими та філософсько-ідейними експериментами.

2.2. Жанрово-типологічні особливості карикатури

Карикатуру визначають як графічний твір чи окремий художній образ, у якому в гумористичній або сатиричній формі перебільшуються характерні особливості, частіше негативні, а іноді й позитивні, як окремої людини, так і суспільства або явища з метою їх висміювання чи звеличення [26]. На думку О. Кохана, «Карикатура – це спосіб думок, це малюнок часу, який може створюватися лише розвинутим розумом, адже над собою здатні сміятися лише духовно здорові та сильні – і людина, і суспільство. У той же час карикатура може бути складною закодованою системою, езоповою мовою залежно від часу, коли вона була створена. Карикатура може бути злою і доброю, вона може викривати сатирою й гріти гумором» [48]. За

визначенням М. Савчук, «карикатура (італ. *caricatura*, від *caricare* – перевантажувати, перебільшувати) – зумисне пародійне, сатиричне чи гумористичне зображення (переважно графічне) події або людини; різновид графіки» [72].

Карикатура характеризується узагальненням і типізацією життєвих обставин, суспільно важливих подій та образів. Термін «карикатура» активно функціонує як жанр літератури, мистецтва та журналістики.

За словами О. Желіби, карикатура є необ'єктивною і не презентує різні точки зору, адже висловлює лише погляд автора або погляд замовника [26]. Завдання педагогів та студентства вміти вирізнити глибину стереотипізації людей у карикатурі, причин загострення уваги на певних проблемах та поміркувати над способами їх подолань [26].

Із жанром карикатури тісно пов'язане поняття «шарж». Дослідники кваліфікують шарж «як зображальний жанр сатиричної публіцистики генетично пов'язаний із карикатурою, є її внутрішньожанровим різновидом. Однак коло об'єктів, які підлягають шаржуванню, вужче, аніж у карикатурного відображення: сутність шаржу полягає у концентруванні на внутрішній природі відображуваної особи, причому добре відомої широкій аудиторії» [32]. У словниках подається таке визначення поняття шарж: це «гумористичне зображення (зазвичай портрет), в якому з дотриманням схожості карикатурно змінені й підкреслені характерні риси людини» [7, с. 156].

Основними типологічними рисами шаржу, на думку Н. Зикун, є такі, як: змалювання внутрішньої «природи» зображуваної відомої особи; недотримання пропорцій; акцент не на сюжеті, а на емоційній складовій образу; конкретизація / персоналізація зображення (впізнавана персона); на відміну від карикатури – збільшення важливості візуального, ніж вербального (хоча поряд із шаржем часто розміщують епіграми і словесні пародії). Специфікою карикатури є її мобільність і оперативність у відображенні важливих актуальних подій [31].

А. Айнутдінов розуміє шарж як «портрет, у якому характерні риси є навмисно перебільшені та видозмінені з метою створення сатиричного або комічного образу» [2]. Дослідник зазначає, що карикатура використовує засоби художньої типізації, засоби шаржовості та гротеску для критики життєвих обставин або окремих осіб; саме тому не варто відокремлювати шарж і мальований портрет (як жанри медіа) від карикатури [2].

Науковці пропонують різні внутрішньожанрові класифікації карикатури. Так, Х. Мамдух виокремлює карикатуру як самостійний жанр; як форму, що ілюструє вербальний журналістський матеріал; карикатуру в рекламі; комікс; карикатуру на обкладинці періодичного видання; карикатуру із підписом/ заголовком; телевізійну карикатуру; карикатуру-символ окремого видання; карикатуру-серіал; карикатуру-колаж [56].

Л. Самойлов вважає: «Зображуючи ту чи іншу людину карикатурист підкреслює найбільш характерні її риси, робить їх більш характерними, відштовхуючи другорядні, неважливі деталі, свідомо навантажуючи найбільш типові в ній і тим самим досягаючи вияву головного» [74]. «Секрет» цього вже давно відомий не тільки карикатуристам. Узагальнення, типізація, тяга до синтезу є головним законом мистецтва взагалі. Вербальний ряд карикатури представлений буквеним текстом, який можна тлумачити як всю мовну єдність в рамках карикатури, враховуючи авторську мову та мову персонажів. До авторської мови відносяться підписи та короткі коментарі до карикатури за її межами або в кадрі. Під зображальним рядом карикатури мається на увазі один або декілька малюнків, обрамлених рамкою та утворюючих окремий кадр або кадри. Специфіка категорії дискретності відображається в існуванні двох типів карикатур: одно-кадрових та багато-кадрових. Обидва типи карикатур розрізняють у собі вербальний компонент та зображальний, але одно-кадрова карикатура не має по кадровій членованості. Одно-кадрові карикатури поділяються на два типи: недискретні та дискретні. Дискретними одиницями креолізованого тексту карикатур, які мають членованість, виступають: вербальні фрази, які мають

автономність; креолізований аналог вербальних фраз, які утворюються поєднанням вербальних і невербальних компонентів карикатури, а також маючих відносну автономність.

На думку А. Артемової [4] між вербальними та зображальними компонентами у карикатурі існують різноманітні види зв'язків, які реалізуються:

- 1) автосемантично (пряма денотативна співвідносність, опосередкована денотативна співвідносність, різна смислова)
- 2) семантично (структурний зв'язок, дейктичний зв'язок, ідентифікуючий; повна змістова залежність вербального ряду, зв'язок, заснований на смисловому протиріччі між вербальними та зображальними компонентами.

Роль двох компонентів при передачі інформації різна. Візуальний ряд представляє собою: місце дії, саму дію, дійових осіб. Вербальний ряд дублює зображення, доповнює інформацію, яку представляє малюнок, або грає роль «сміслового ядра» карикатури.

У переосмисленні реального факту жанрова системність більш різноманітна. Це не лише тому, що аналітично-системна обробка інформації становить підсистемне ядро системи «інформаційно-художня свідомість». Мислення реального факту базується на вивченні й аналізі соціальної дійсності. Інформаційний пласт мислення реального факту діалектично протилежний мисленню відображеного факту і з погляду психології є реальний стержень творчої свідомості. Як відомо, факт у відображеному мисленні втрачає свою документальну фактурність. Це вже чуттєвий факт – проекція реального факту. Саме наявність реального інформаційного пласта забезпечує об'єктивність відтворення часу. У цьому і діалектичний зв'язок художнього та інформаційного компонента як в мисленні реального факту, так і в мисленні відображеного факту.

За класифікацією А. Айнутдінова [2] є такі категорії карикатур:

1. Шаржі та портрети. Під шаржем мається на увазі зображення, частіше всього портрет, в якому характерні риси спеціально перебільшені та змінені для створення сатиричного або комічного образу. Таким чином, карикатурист загострює увагу глядача на певних, з його точки зору, не гарних зовнішніх або внутрішніх рисах зображеного персонажу. Шарж і портрет є одночасно і способом художньої типізації та різновидом карикатури.
2. Соціально-побутова карикатура. Найбільш поширений зараз вид сатиричного малюнка. Діапазон тем, з якими він звертається до читачів, дуже широкий. Це можуть бути проблеми бідності, рівня життя, екології тощо. Соціально-побутова карикатура завжди загострена виданням під поточну подію, явище і розкриває коло актуальних проблем, характерних для певних соціальних груп в конкретному часовому інтервалі. Іноді соціально-побутова карикатура розкриває на малюнках проблеми, які пов'язані не з певними соціальними типами, а з явищами в суспільстві: алкоголізмом, проституцією, злочинністю і под.
3. Ізожарт. Цей вид карикатури в першу чергу спрямований на оптимістичне зображення людських проблем. В більшості випадків автори подібних малюнків ставлять собі задачею створення карикатури «без слів», яка не потребує словесного роз'яснення та уточнення. Основний мислительний процес повинен протікати в свідомості глядача, який звертає увагу на малюнок, а він, в свою чергу, повинен показувати знайомі речі, які б не потребували коментарів.
4. «Strip». Це підбірка декількох карикатур на сторінці, не менш двох і не більше п'яти малюнків, пов'язаних єдиним сюжетом або авторською думкою, загальними персонажами. «Strip» (англ. strip cartoon – сторінка гумору, колонка в газеті, журналі) має схожість з коміксом, але не є ним.

5. Філософська карикатура. Таку серію малюнків називають абстрактним гумором. Карикатура на сьогоднішній день зберігає традиції не тільки в публіцистичному потенціалі, але і набуває все більш «виставочного» характеру. Художники-філософи намагаються виразити за допомогою зображальних засобів судження, світоглядну позицію через узагальнення у вигляді символів.
6. Політична карикатура. У першу чергу в ній приділяється увага конкретному політичному діячу, роздуми про внутрішню і зовнішню політику держав. Іноді політичні карикатури бувають спеціально замовленими тими чи іншими силами в передвиборчих кампаніях, але їх можна побачити і у якісній пресі.

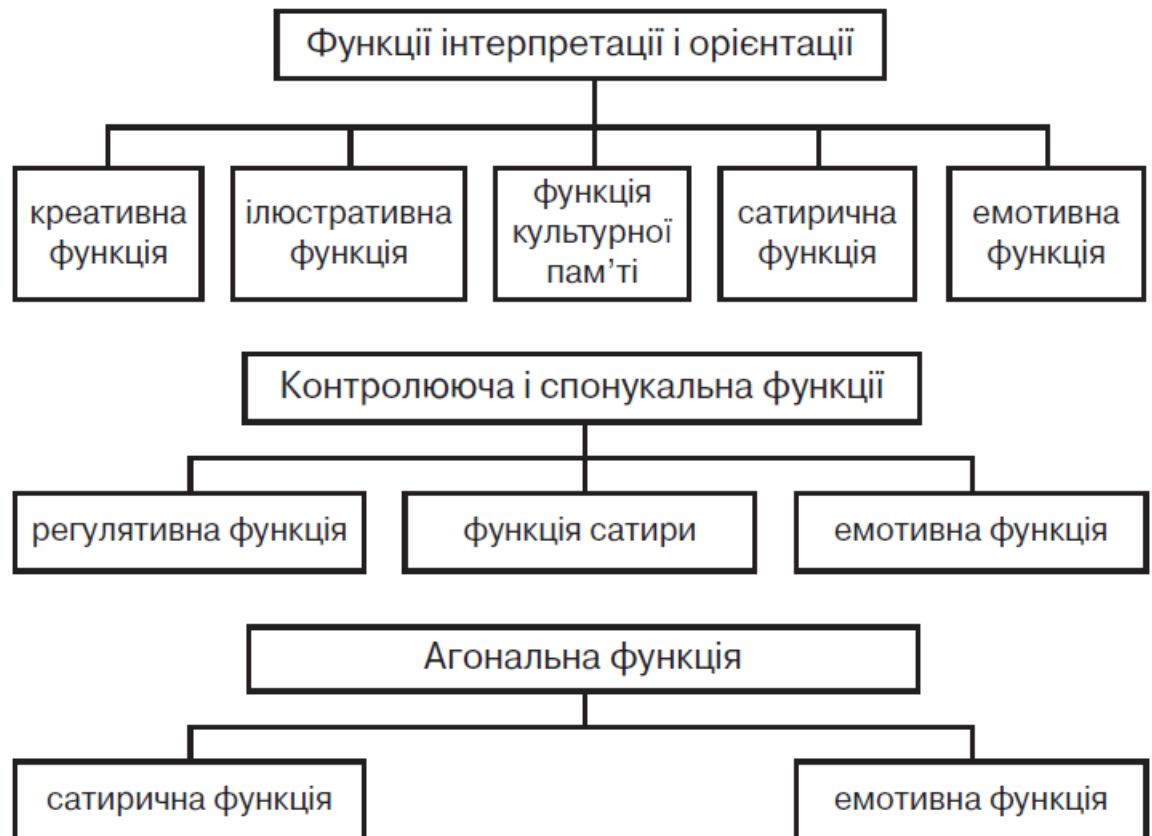
Сьогодні карикатура, виконуючи функцію приваблення читацької уваги, є одним із постійних елементів як друкованої періодики, так і Інтернет-медіа. Крім інформаційної функції, дослідники називають ряд інших. Зокрема, А. Айнутдінов виокремлює 7 основних функцій карикатури:

1. Інформаційна. Сатиричний малюнок повідомляє аудиторії ЗМІ в візуально образно-художній, публіцистичній формі інформацію про подію, явище, процеси в суспільстві. Він може бути художньо обіграний або подаватися читачу у вигляді соціальної, політичної карикатури при збереженні драматургії, передачі конкретних фактів.
2. Комунікативна функція. За допомогою малюнків в пресі, редакція спілкується з читачами, а ті в свою чергу підтримують відносини з виданням. В процесі спілкування зароджуються нові теми і сюжети для карикатур.
3. Функція психологічної розрядки або рекреативна. Наприклад карикатура виконана в жанрі ізожарту може відволікти читача від важливих, можливо драматичних подій, зняти стрес.
4. Естетична функція. Набагато приємніше читати газету або журнал з ілюстраціями, до того ж виконаними з високим рівнем художньої майстерності.

5. Пізнавальна. Сатиричний малюнок не тільки висміює щось, але і знайомить читача з різними знаннями про життя, дає широке уявлення про нього.
6. Евристична функція карикатури. Цикл малюнків присвячений одній і тій ж темі, але виконаний різними авторами. Особливістю евристичної функції є спадковість малюнків в висвітленні тієї чи іншої теми.
7. Виховна функція. Формування за допомогою карикатури позитивних етичних почуттів. Висміюються негативні риси та явища, карикатура, тим самим, критично ставиться до навколишньої дійсності та безкінечно тягнеться до ідеального [2].

У наукових дослідженнях простежуються різні підходи до виокремлення й деталізації функцій зображень. Типоформувальними функціями зображень як публікацій у ЗМК є ілюстративна, інформаційна (публіцистична), оформлювальна й репродукційна (трансляційна). Н. Зикун вказує також на прямі функції карикатури: сатиричну та експресивну, а також як засіб посилення дієвості вербального матеріалу. Карикатура використовується не лише як засіб атракції, але і як вигідне дизайнерське рішення: її розміщують на титульній сторінці багатьох сучасних видань суспільно-політичного спрямування [31, с. 232].

Є.Артемова [4] схематично зобразила ієрархію функціонального потенціалу політичної карикатури, підкреслюючи що ці функції є підпорядковані контексту політичного дискурсу:



Функціональне призначення карикатур на сторінках сатиричних видань дуже різноманітне, причому коло функцій змінювалося залежно від суспільних потреб і очікувань. Історично первинною була ілюстративна функція, унаслідована з практики підготовки рукописних видань. Зображення в жанрі портрета, пейзажу, натюрморту тощо, які виконують цю функцію, є лише поверховою, зовнішньою формою публікації, хоча й ілюстративна функція є неоднорідною. Важливою для формування карикатури є естетична функція. Серед специфічних, притаманних карикатурі функцій, науковці називають такі, як: символічна, аргументаційна, евфемістична, іміджетворча, характерологічна, а також пропагандистська, агітаційно-заклична, просвітницько-повчальна, виховна, викривальна, маніпулятивна тощо.

В. Шевченко, спираючись на дослідження інших науковців, визначає такі функції карикатури: інформаційна, комунікативна, психологічної розрядки, евристична, гносеологічна, естетична, освітня й виховна [88].

Н. Зикун так визначає основні функції карикатури:

1) інформаційна функція полягає в точному чи художньому відображенні події, явища, особи, із збереженням фактичної основи, однак із елементами шаржованості, викривлення, спотворення;

2) комунікативна функція спрямована на акцентування певної теми з-поміж інших відомих, загострення уваги реципієнта на окремій проблематиці;

3) функція психологічної розрядки сприяє зняттю певних негативних емоцій, навіть через демонстрування негативу (зокрема, реалізація механізмів вербального пригнічення емоції – обговорення проблеми зменшує її гостроту). У випадку із карикатурою маємо справу із візуальним пригніченням емоції – «намальований» ворог або проблема здаються не такими страшними й небезпечними.

4) естетична функція, яка притаманна карикатурі як формі мистецтва, реалізується високою якістю зображення, пропорційністю й композиційною виваженістю;

5) гносеологічна / пізнавальна функція: карикатура розкриває суть зображуваного явища, автор подає його з власної точки зору і позиції, воно відкривається адресату в іншому ракурсі, тобто поглиблюється його розуміння, пояснюється зв'язок із іншими явищами, раніше для читача не відомими.

6) евристична функція реалізується у серійності карикатур (хвилеподібному ефекті), присвячених одній темі, проблемі, людині тощо. Тобто, різними авторами, різними виданнями створюється така собі «карикатурна історія» когось або чогось.

7) виховна функція визначається тим, що карикатури і шаржі стають носіями повчального змісту й висновків;

8) освітня функція карикатур полягає в тому, що вони, крім відсилання до конкретного об'єкта зображення, змушують адресата-читача мислити,

аналізувати, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки, давати власні оцінки й приймати певні рішення [31, с. 281].

В умовах постійної візуалізації інформації в друкованих ЗМІ ілюстративних елементів постійно зростає. Позиції карикатури в світі дійсно не малі, про це свідчить стаття В. Казаневського: «Міжнародні виставки карикатури мають давні традиції і проводяться протягом півстоліття в різних країнах світу, де це мистецтво набуло гідного розвитку... На першому місці Італія та Бельгія. Отже, в Європі мистецтво смішних малюнків усталене, щоправда з'явилася навіть деяка криза жанру. А в США вже декілька десятиліть тому плавно «скотилася» у бік коміксів та ілюстрацій політичних подій. Але сумних прогнозів робити не слід: натомість в Азії останніми роками з'явилися десятки тисяч карикатуристів. Насамперед це Іран, Туреччина та особливо Китай. Новаторськими ідеями повіяло зі Сходу: саме звідти тече «свіжий струмінь» у світову карикатуру. Наприклад, з декількох тисяч художників, що надсилають роботи на конкурс карикатури японської газети «Іоміурі Шимбун» китайці та іранці становлять майже вісімдесят відсотків. Звісно, зробила внесок у світовий карикатурний рух і повальна комп'ютеризація. Для новачків необмежені можливості дарує інтернет: навіть проводяться міжнародні конкурси у самій мережі» [34]. У тій самій статті сказано, що українська карикатура теж має вагу у світі: авторитетне журі відзначило в десятці найкращих українського карикатуриста. Тільки за останні десять років українські художники отримали понад чотириста міжнародних премій, у тому числі до ста Гран-прі.

Таким чином, до типологічних особливостей карикатури відносять її специфічний інструментарій образотворення, виразально-зображальні можливості, її публіцистичний функціонал. Карикатура має внутрішньо жанровий поділ на підвиди (карикатура-серіал, карикатура-колаж, карикатура-комікс, ізожарт та інші). За проблемно-тематичним наповненням карикатури поділяють на соціально-побутову, філософську, політичну, економічну і под. Це дозволяє карикатурі бути різноманітною, і залежно від

виду та жанру виконувати ті чи інші функції, зокрема: інформаційну, комунікативну, рекреативну, естетичну, пізнавальну, евристичну, виховну та інші.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМНО-ТЕМАТИЧНІ ВЕКТОРИ ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ В КАРИКАТУРІ

3.1. Політична проблематика сучасної карикатури: специфіка жанротворення

Карикатура завжди була одним із методів боротьби з владою у тоталітарному суспільстві, а категорія сміху й об'єкти сатири є одним із маркерів визначення свободи слова. Як зазначає О. Гресько, «система засобів масової інформації як невід'ємна частина суспільства розвивається в межах трансформації суспільного устрою, але водночас, в силу виняткового значення ЗМІ в інформаційному обміні, істотно впливає на характер та інтенсивність цього процесу. Формально-правовий вигляд системи мас-медіа та загальні принципи функціонування значною мірою залежать від шляхів перетворення устрою та правового порядку, а також від суспільно політичної ситуації, яка існує в державі» [18]. Відомо, що ЗМК віддзеркалюють, насамперед, особливості соціально-політичної ситуації, що склалася в суспільстві, і задовольняють інформаційні, комунікаційні та інші потреби медіа-аудиторії [51].

Дослідники зазначають, що «існують сталі схеми роботи з карикатурою загалом і з політичною карикатурою зокрема: ідентифікація зображених на малюнку осіб; встановлення часу, місця та подій, яким вона присвячена; з'ясування ставлення автора до зображуваних подій; визначення політичної позиції та переконань автора; символіка та графічні метафори у малюнку; визначення ступеня об'єктивності художника у відображенні подій з кореляцією на наші сучасні знання про них; визначення основного месиджу карикатури» [63]. Крім того, на думку Н. Зикун, видання відображають епоху в яскравих поняттях, в образах, які запам'ятовуються. Науковці

підкреслюють, що радянська карикатура характеризувалась застосуванням учительського, роз'яснювально-демонстраційного тону, пристрасної патетики, виразної агітаційно-закличної інтонації; тісне поєднання викривальних завдань із стверджувальним пафосом [30].

Політична карикатура може бути засобом ідеологічної боротьби. Інкорпорує конкретний образ (людини, країни, організації, явища тощо) у суспільну свідомість, медіа (а точніше – власники або провідні структури, політичні партії) визначають порядок денний, формують відповідні стереотипи, суспільні наративи. Потужним засобом стає візуалізація пропаганди – плакати, листівки, а також і карикатура.

Як зазначає Л. Темченко [80], сучасна політична карикатура демонструє подвійні стандарти щодо розуміння свободи слова і доволі часто перетинає критичну межу, порушуючи етичні та моральні норми, провокуючи міжнародні конфлікти (на етнічному, расовому, культурному та релігійному ґрунті). Карикатуристи бачать ціль, намагаються якомога точніше розкрити гостроту проблеми, вразити «супротивника», викрити суспільно-політичні вади – і, втрачаючи контроль, руйнують баланс.

Основна функція політичної карикатури – інформаційно-викривальна – проявляється в умовах демократії, де діє потужна опозиція. Карикатура не лише висміює, критикує, але й резонує, привертає увагу до гострих нагальних проблем. Попри те, що є загальні принципи створення політичної карикатури, все ж специфіка жанру визначається національними культурними традиціями. Політична карикатура дозволяє зняти суспільну напругу: адже відомо, що перетворення серйозного на смішне зменшує гостроту проблеми. І таким чином карикатура стає колосальним маніпулятивним засобом: сатиричні малюнки можуть впливати на формування суспільної думки, на зміну настроїв громади, на зміщення акцентів і на розбудову стереотипів. Креолізований текст додає експресії, а використання шаржових технологій (для презентації діяльності конкретних

політичних діячів) дозволяє відтворити максимально деталізовані та зрозумілі картини політичного життя.

Політична карикатура покликана оперативно реагувати на актуальні важливі події; вона є ретранслятором детального повідомлення про порядок денний (як світовий, так і внутрішній). Сучасна поліграфія надає необмежені можливості для створення ефектних і яскравих малюнків, особливо важливим для таких форматів є короткий влучний креолізований текст (та його шрифтове візуальне оформлення). Смислове навантаження візуальної сатири передається за допомогою умілого конструювання образу: від ідеї до практичної графічної реалізації. Карикатура не лише є виразником індивідуального стилю видання, але й ретранслятором сучасних архетипів, наративів. Карикатура є засобом впливу на формування суспільної свідомості, є засобом ідеологічної та політичної боротьби тощо. Усе це, як стверджує А.Айнутдінов, дає підставу говорити про важливі специфічні функції, які виконують і журналісти, і художники-карикатуристи. Саме тому карикатура є частиною журналістики [2].

Найбільш різноманітно політична карикатура представлена на сторінках суспільно-політичних видань. У журналістикознавстві існує два рівноправних синонімічних терміни – «громадсько-політичний» і «суспільно-політичний» журнал. Громадсько-політичний журнал (за визначенням із ДСТУ) – це «періодичне журнальне видання з статтями та матеріалами актуальної громадсько-політичної тематики. Громадсько-політичний журнал може містити сатиричні й гумористичні твори, матеріали галузевого та науково-популярного характеру. Залежно від читацької адреси громадсько-політичний журнал може бути призначений молоді, жінкам, спеціальним категоріям читачів» [24].

Журнали суспільно-політичного типу містять статті та матеріали актуальної суспільно-політичної тематики і розраховані на широке коло читачів. Цей тип журналів може містити матеріали загальнополітичної тематики, економічної тематики або сатиричні чи розважальні твори [43].

Особливістю тижневиків є специфічний характер подання інформації: події – узагальнені, осмислені, подані з коментарями експертів; у подіях окреслюються найбільш складні та значущі аспекти. Вже відомі з інформаційних випусків новини постають перед читачами у новому ракурсі; вони подані наочно, у зіставленні й порівнянні, їм дається оцінка, новини супроводжуються аналізом. «Кортока» періодичність тижневиків дає можливість поглибленого трактування фактів, продуманого створення нової композиції фактів, узагальнення й розміщення акцентів тощо, адже протягом тижня є час для роботи над матеріалами, для аналізу ряду фактів, відбору значущих подій, коментування ситуацій експертами, для ретельної літературної обробки текстів [83, с. 129].

Журнали суспільно-політичного (громадсько-політичного) типу – це такі періодичні видання, що містять матеріали на актуальні громадсько-політичні теми. Громадсько-політичний журнал може містити сатиричні й гумористичні твори, матеріали галузевого та науково-популярного характеру. Залежно від читацької адреси громадсько-політичний журнал може бути призначений молоді, жінкам, спеціальним категоріям читачів.

На сьогодні в Україні сегмент суспільно-політичних журналів достатньо заповнений. Доволі жорстку конкуренцію створюють такі видання, як «Корреспондент», «Український тиждень», «Фокус», «Новое время» та ін. Варто зазначити, що за читацьким призначенням ці видання спрямовані на широке коло читачів та мають на меті у популярній формі інформувати про всі сфери життя суспільства. Зокрема, якщо стежити за рейтингами, що представлені в одній із всеукраїнських рейтингових інтернет-систем «Бігмір» (розділ «Рейтинг»), то журнали «Корреспондент», «Український тиждень», «Фокус», «Комментарии» впевнено займають перші місця за такими параметрами, як популярність, актуальність тем та гострота аналітики. Набирає популярності також журнал «Новое время» (2014 рік створення).

Основними темами політичної карикатури є персони політиків, реформи, корупції, хабарництва, кумівства, питання війни і миру тощо.

Суспільно-політичні часописи «Тиждень» та «НВ» репрезентують якісну політичну карикатуру: обидва мають у штаті художників. На сайтах оприлюднюють не весь візуальний контент: більше фото, інфографіки та малюнків міститься саме в друкованих тижневиках. Журнал «Український тиждень» розміщує карикатури у різних рубриках, наприклад: «Культура», «Суспільство», «Історія» та інших. Натомість часопис «НВ» має окрему рубрику «Сатира», де розміщуються анекдоти, смішні казуси відомих персон світу та України. Тут публікуються також і карикатури, переважно, у поєднанні із шаржовими образами.

Часопис «НВ» найчастіше друкує політичну карикатуру (у кожному номері), але також з'являється соціальна («Громадська кампанія на захист жінок від сексуального насильства і домагань, що почалася в США, шириться усім світом» 2018 № 2; «Після зими багато доріг в Україні опинилися в жалюгідному стані. Якісний капремонт займе не менше трьох років» 2018 № 14), спортивна («На олімпіаді в пхенчхані на момент здачі номера в друк українська збірна не завоювала жодної медалі» 2018 № 6) та економічна візуалізована сатира.

На сайті «НВ» оприлюднено велику кількість політичних карикатур. За проблемно-тематичним спрямуванням вони охоплюють питання внутрішньої і зовнішньої політики України. Наприклад, карикатура (НВ, № 24 від 25.06.2020) про кризу пошуку досвідчених політиків серед представників партії «Слуга народу» і про незрозумілі призначення на керівні державні посади: на малюнку зображені президент В.Зеленський та керівник офісу президента А.Єрмак, які прийшли в офіс «95-го кварталу» у пошуку кадрів, а прибиральниця говорить, що нікого вже немає. Кульмінацією цієї карикатури є репліка В.Зеленського, звернена до прибиральниці: «Тоді будеш міністром оборони! і спорту!». До карикатури додаються пояснення: «Акторка 95-го кварталу Олена Кравець стає можливою претенденткою на крісло мера Києва від партії Слуга народу — соціологи вже почали замір її рейтингів. За підрахунками ЗМІ, вже тридцять вихідців із «95-го кварталу» представляють

владу на різних рівнях». Про непрозорі призначення розповідають і інші карикатури: з приводу призначення О.Татарова, який долучився до розгону майдану (НВ, №31 від 20.08.2020); з приводу курйозного випадку – М.Тищенко пригощав постраждалих від вибуху лимонами «Візьміть мене із собою! Хочу керувати!» (НВ, №24 від 25.06.20); щодо претендентів на посаду мера столиці (НВ, №27 від 23.07.2020) та інші.

Інформація про те, що президент України не планує йти у відпустку (літо 2020 р.), надихнула художника на створення філософської карикатури, де зображено В.Зеленського у робочому кабінеті: «Ех, працював би у 95-му, відпочивав би в Туреччині...» (НВ, № 29 від 06.08.2020). Карикатуристи також висміюють політичну сліпоту нинішнього президента України (НВ, №37 від 08.10.2020; НВ, №23 від 18.06.2020): показовою є карикатура, у якій обіграно поняття «теплої ванни» (НВ, №35 від 24.09.2020).

У карикатурах також представлена тема млявої боротьби з корупцією. Наприклад, художник висміяв бездіяльність Верховної Ради (НВ, №37 від 08.10.2020) і натякає на можливі наслідки цієї бездіяльності – на втрату безвізу: Давид Арахамія тримає «лист від ЄС», а інші депутати питають «Ну, що пишуть?», Д.Арахамія відповідає «Дуже лаються...».

Критика зв'язків влади з олігархами представлена в декількох карикатурах: 1) «Лист від Володимира Олександровича...» (НВ, №38 від 15.10.2020) – як реакція на повідомлення про таємну зустріч помічника президента В.Зеленського та олігарха Р.Ахметова; 2) «Роттердам плюс» / «А Зеленський, схоже, не гірший за Порошенка» – репліка Р.Ахметова (НВ, № 26 від 16.07.2020).

Іронізують журналісти і з приводу політичних «ігрищ», нещирих альянсів, сварок і міжпартійної «дружби» (карикатури НВ, №26 від 16.07.2020; НВ, №36 від 03.10.2020 тощо).

Візуалізована сатира на проблеми у зовнішній політиці України представлена великою кількістю карикатур. Наприклад, сатира на відсутність швидкої реакції на розголос проблеми збереження українських

держ.таємниць, секретності стратегічних об'єктів і розробок: йдеться про стурбоване звернення Майка Помпео до В.Зеленського про можливий продаж найбільшого виробника авіадвигунів «Мотор Січ» – Китаю (НВ, № 32 від 05.09.2020). На малюнку зображено двох згаданих політиків, які ситять за столом переговорів, а під столом сидять китайці із літаком у ріках; іронічну посмішку викликає також репліка В. Зеленського «Які такі китайці?!». Про відсутність сміливого і рішучого засудження дій О. Лукашенка українським політикумом розповідає карикатура «Дядько Сашко, не гарячкуйте... У вас тиск...» (НВ, №31, 20.08.2020). Проблема співпраці з МВФ змальована у такому сюжеті: директорка-розпорядниця МВФ К.Георгієва зображена у ролі суворої вчительки, а українські високопосадовці – у ролі учнів, які показують їй свої щоденники з оцінками (НВ, №20 від 28.05.2020).

Є ряд карикатур, які зображують політичні проблеми зарубіжжя. Так, критиці піддається референдум, який ініціював президент РФ – В. Путін: відповідно до внесених поправок у Конституцію він зможе перебувати на посаді президента до 2036 року (НВ, №25 від 02.07.2020). Є карикатура, яка засуджує воєнні дії між Вірменією та Азербайджаном: на малюнку зображено тих, хто несе відповідальність за бойові дії – В.Путін та Р.Ердоган (НВ, №36 від 03.10.2020). Критикується також і військовий конфлікт у Білорусі: на малюнку зображено О. Лукашенка, який розстрілює в «Дартс» карту Білорусі, а від поцілених дротиків стікає кров (НВ, №30 від 13.08.2020).

На сайті «Тиждень.ua» теж розміщені фрагменти публікації із друкованого часопису «Український тиждень»: електронна версія демонструє набагато менше ілюстрацій, ніж друкована (лише по одному зображенню до кожного текстового матеріалу). Візуалізована сатира розміщена у різних рубриках журналу і часто навіть на обкладинці. Карикатури «Тиждень.ua» відображають не лише проблемні аспекти зовнішньої в внутрішньої політики, але й транслиують глибші зв'язки, торкаючись соціальної

проблематики. Особливість сатиричних малюнків в «Тиждень.ua» полягає в тому, що за основу береться узагальнений образ-символ, типізований і в той же час прозорий, зрозумілий; тоді як «НВ» повсякчас використовує шаржі. Втім, «Тиждень.ua» теж зрідка використовує шаржовість (наприклад, №21 від 20.05.2020).

Основною проблематикою політичної карикатури, розміщеної на сайті «Тиждень.ua» є таке: економічна криза крізь призму недосконалості політичної системи (Тиждень, №37 від 09.09.2020); проблеми медицини спричинені нестабільністю влади (Тиждень від 26.03.2020; Тиждень від 27.05.2020; Тиждень від 28.11.2019) та поширення інфодемії (Тиждень від 13.05.2020); популізм як негативний аспект української політики (Тиждень від 09.11.2020; Тиждень від 21.09.2019) та виборці, які вірять політикам-популістам (Тиждень від 21.10.2020); заробітчанство як українська національна катастрофа (Тиждень від 10.06.2020); криза судової влади (Тиждень від 12.09.2020), партійної системи України (Тиждень від 17.06.2020) та Верховної Ради (Тиждень від 22.07.2020; Тиждень від 24.10.2019); кумівство у владі (Тиждень від 12.12.2019); корупція (Тиждень від 18.09.2020) тощо. Є карикатури, присвячені темі міждержавної комунікації України та Росії (Тиждень від 16.09.2020; Тиждень від 30.12.2019) та ін.

Журналісти «Тижня» висміюють також химерні вчинки зарубіжних політиків, наприклад: «Засоби боротьби з COVID-19 на основі рекомендації О.Лукашенки» (Тиждень від 13.05.2020); «Американський суперфінал» (Тиждень від 28.10.2020); засуджують неправомірні вчинки політиків (Тиждень від 16.09.2020) та втручання в інформаційний простір України – про шкідливу пропаганду, маніпуляції й фейки від сусідніх країн (Тиждень від 30.01.2020) тощо.

Отже, суспільно-політичні видання «Тиждень.ua» та «НВ» репрезентують карикатури із широким спектром відображення політичної проблематики. Візуалізована сатира спрямована на критику таких питань, як:

кризові ситуації зовнішньої та внутрішньої політики України; кумівство, корупція та зв'язки влади з олігарами; хабарництво та нечесне збагачення політиків; популізм і зрадливість політиків; відсутність політичної волі й рішучості; криза судової та законодавчої гілок влади тощо. У карикатурах засуджуються неправомірні дії зарубіжних політиків; військові конфлікти; втручання в інформаційний простір та ін. «НВ» активно використовує в карикатурі шаржі на відомих політиків; «Тиждень.ua» надає перевагу метафорам, узагальнено-типізованим образам, образам-символам.

3.2. Формування сатиричного образу в карикатурі на політичну тематику

Образотворення в карикатурі є важливий художньо-композиційним засобом. Вдала алегорія, метафора або образ-символ можуть розтлумачити проблему, допомагають читачам зрозуміти «порядок денний».

Дуже часто у карикатурах зображують реальних політичних супротивників, і тоді потрібно зобразити їх так, щоб підкреслити перевагу власного політичного керівництва. «НВ», наприклад, використовує такий жанр, як карикатура-шарж, де легко впізнається відома особистість. Загалом, за словами дослідників, людину можна висміяти по-різному: або акцентувати тільки на негативних рисах, або тактовно присоромити [46].

Як зазначає Н.Зикун, «специфіка зображальної публіцистики полягає не тільки у наборі зображальних тропів і візуально-вербальних фігур, а й у передачі простору в композиції графічної частини ізопублікації; різних формах реалізації часових характеристик зображення» [31, с. 237].

Гіперболізація й загострення рис об'єкта сатиричного відображення використовується при змалюванні відомих політичних діячів. Подібні шаржовані портрети є ключовими образами політичної карикатури.

Найчастіше політична карикатура використовує мальовані шаржі: сатира «на обличчя» (Тиждень № 3, 2015; № 16-17, 2015 – карикатура-шарж на Путіна; Тиждень № 6, 2015 – сатиричне зображення П.Порошенка, А.Яценюка та В.Гонтаревої; Тиждень № 18, 2015 – Маргрете Вестагер; Тиждень № 21, 2015 – Ангела Меркель і т.д.) та друга група сатиричних візуалізацій – узагальнення, збірний образ, сатира на суспільне зло (такі карикатури виконані не лише на політичні теми, а й на проблеми освіти, науки, економіки і т.д). Надзвичайно популярним є також використання в карикатурі класичних образів, наприклад: образ ведмедя – Росія (Тиждень № 12, 2015; Тиждень № 19, 2020), образ дракона – Китай (Тиждень № 19, 2015), образ панди – Китай (Тиждень № 20, 2020), образ орла – США тощо.

Ще одним із яскравих засобів образотворення є метафора та персоніфікація, зокрема – анімалізація: абстрактні поняття, ознаки представлені у вигляді тварин. Наприклад, обурення поведінкою державних діячів, які обговорювали жінку-колегу, трансформувалось в промовистий образ свиней – «Красива у нас Зіна, тюнінгована!.. баба – да!» (НВ, №25 від 02.07.2020). Образ козлів – як уособлення нерозумних радників президента: «У вас немає шансів! Немає рейтингу! – Казліна ти дурна!» (НВ, №21 від 4.06.2020). Образ кліщів використано для змалювання політиків як паразитів (Тиждень №21 від 20.05.2020).

Зрідка у карикатурах трансформують вербальну метафору в візуальну, наприклад: змалювання бійки депутатів, від якої пір'я летить (НВ, № 37 від 08.10.2020); відображення неякісної роботи правоохоронних органів, поспіх і недбалість у формуванні «справи» – у піктограмах «швейна машина» + «котушка з білими нитками» (Тиждень №51 від 19.12.19) і под.

Оригінальним прийомом у створенні візуальної сатири є використання стереотипізації, наприклад: формула «політики не працюють, байдикують» втілена в ряді образів відомих персон, які на своєму робочому місці поведуться як на відпочинку; для цього змальовуються і відповідні атрибути

– алкогольні коктейлів у вишуканих склянках (НВ №35 від 24.09.2020), валіза для подорожі та маска для занурення (НВ №29 від 06.08.2020) тощо.

Часто політична карикатура, маркована суспільними наративами визначення ворога, або дихотомії «свій» – «чужий» використовує базові стереотипні образи (кат, вбивця, маніяк та інші). Архетип ворога, за словами дослідників, має багато облич: чужака, агресора, іновірця, варвара, загарбника, злочинця, насильника [47]. Цей підхід діє, коли мова йде про збірний образ ворога, перед яким згуртовується суспільство в умовах небезпеки. Сучасна українська політична карикатура зображує ворога як нікчому, застосовуючи образи старої німецької людини.

Символ – це певний знак, який має уніфікований смисл для всієї спільноти; це спільне для всіх значення формується у процесі навчання, спілкування людей і є результатом умовної згоди на уніфіковане його використання у процесі комунікації. Цей знак покликаний заміщати інше поняття, явище, предмет тощо; однак основне його завдання – унаочнити щось абстрактне, «комплекс уявлень, що стосується релігії, політики, науки тощо (наприклад, християнський хрест, прапори і герби, докторська шапочка)» [91].

Карикатури обох видань містять велику кількість різних символів. Це дозволяє деталізувати подану інформацію, допомагає у лаконічній формі передати читачам точні відомості. Наприклад, не обов'язково на малюнку прописувати назву держави, достатньо розмістити прапор (НВ, №32 від 05.09.2020), або поєднання символіки: синій фон і жовті зірки по колу – ЄС (НВ, № 37 від 08.10.2020; НВ №35 від 24.09.2020) тощо. Це стосується й позначення інших локацій, наприклад, карикатура про кандидатів у мери Києва містить зображення відомих столичних пам'ятників – Володимира Великого та Монумента Незалежності та (НВ №27 від 23.07.2020). США асоціюються із образом Статуї Свободи (Тиждень №44 від 28.10.2020). Будівля мавзолею і Кремля – як маркери Росії (Тиждень 30.12.2019). Вдалим образом тоталітаризму залишається символіка Радянського Союзу – серп і

молот, червона зірка (НВ, №25 від 02.07.2020; НВ, №23 від 18.06.2020), авторитаризм – закарбовується у скіпетрі, короні (НВ, №32 03.09.2020; НВ, №30 від 13.08.2020), а тиранія – в нагайці та зброї (НВ, №31 від 20.08.2020).

Абстраговані символи, наприклад: невідворотна катастрофа – образ «літака, що палає і падає» (НВ, №38 від 15.10.2020); смерть – «скелет у плащі з капюшоном» (Тиждень №22 від 27.05.2020); загроза – «піратський прапор» (Тиждень №28 від 08.07.2020); любов і взаємопорозуміння – «серце» (НВ, №26 від 16.07.2020), «серце, пробите стрілою» (НВ, №38 від 15.10.2020); багатство – «повні кишені грошей, які, не поміщаються, випадають» (НВ, №23 від 18.06.2020) або «валіза з грошима» (НВ № 20 від 28.05.2020); символ убогості – «капельюх для збирання грошей» (Тиждень 15.08.19) неточності статистики від політиків – «гра в рулетку» (НВ №27 від 23.07.2020); імпічмент – «стоп-кран» (Тиждень №40 від 03.10.2019); символ влади – «булава» (Тиждень 18.09.19; Тиждень 03.10.20; Тиждень 05.08.20; Тиждень 30.09.2020; НВ №29 від 06.08.2020) і т.ін. Символ святості – «німб»: карикатура про Ю.Тимошенко, яка в ефірі політичного ток-шоу сказала про переоцінку своїх дій і перепросила у своїх опонентів за чвари й протистояння (НВ, №36 від 03.10.2020). Символ війни і численних смертей – втілено в зображенні цілої гори з людських черепів (Тиждень №28 від 08.07.2020). Придушення свободи волевиявлення змальовано в антитезі двох образів «чобіт, який топче молодий паросток» (Тиждень №38 від 16.09.2020). Символ руйнації, розпаду певних угруповань часто подають у вигляді корабля, що тоне; члени цих груп, як правило, відтворені в образах пацюків, що першими тікають від проблем, а не згуртовуються для подолання кризи (Тиждень №30 від 22.07.2020).

Змалювання в карикатурі крові, пацюків, кліщів дозволяє задіяти в адресата емоційну сферу, спровокувати у реципієнтів почуття огиди: цей прийом допомагає ілюстратору передати своє (або редакційне) ставлення до певної ситуації або особи; впливає на формування аксіологічних орієнтирів громадян. Подібні маніпулятивні прийоми містять тонку грань: з одного боку

вони можуть бути націлені на те, щоб дати поштовх для роздумів; з іншого – навіювання, переконання та утвердження єдино правильної точки зору. Небезпека полягає в тому, що карикатура може конструювати новий політичний міф.

Подібні образи-символи викликають емоційний сплеск у читачів, і тим самим привертають увагу до глобальних проблем, акцентують на важливих подіях / явищах, допомагають виокремити головне в сучасному інформаційному шумі, стимулюють до роздумів, до аналізу. Карикатура може виконувати мотивацій функцію: спонукати до певних дій.

Політична карикатура використовує такий художній засіб, як алюзія. Це натяк, непряме посилення на відомі образи (або запозичення та обігрування їх). Найчастіше використовують образи з Біблії, міфології, з усної народної творчості (казки, легенди), з художньої літератури, з історії, із сучасного фольклору (анекдоти, байки, гуморески, меми тощо) та кінематографії, мультиплікації і под. Алегорія відображена у таких архетипах, як:

- образ Мюнхгаузена – дивака, який діє під впливом мрій та емоцій – зображений Д.Разумков, спікер парламенту (Тиждень, 24.10.2019);
- образ Буратіно використано у контексті передвиборчих популістських обіцянок, у які вірять обивателі (Тиждень від 09.11.2020);
- образ супермена «Така опозиція нам потрібна» (Тиждень 05.09.2019);
- образ сліпої Феміди – як уособлення судової гілки влади (Тиждень 12.09.2019);
- образ Вія (демонічна міфологічна істота) – як символ загрози й біди, змальовано Російську Федерацію (Тиждень 30.12.2019).

Таким чином, сучасна політична сатира демонструє поєднання класичних художньо-образотворчих засобів із новітніми ідеями та підходами щодо реалізації змісту. Основним прийомом політичної сатири залишається використання шаржу – видозміненого портрету відомого політика. Карикатури застосовують такі художні засоби, як метафора, персоніфікація,

стереотипізація, алюзія, гротеск тощо. Важливим смисловим елементом у карикатурі є символи та образи-символи, які допомагають лаконічно і зрозуміло подати окремі інформаційні блоки.

РОЗДІЛ 4

ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА У НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ

4.1. Аналіз потенційних небезпек

1. Незадовільні ергономічні характеристики робочого місця внаслідок нерационального планування робочого місця, що може призвести до механічних травм, уражень електричним струмом та порушень кістково-м'язового апарату.

2. Можливість ураження електричним струмом при роботі з ПК, що може призвести до електричних травм або летального наслідку.

3. Небезпеки, пов'язані з професійним вигоранням, що може призвести до погіршення психологічного стану та до загальних захворювань.

4. Низький рівень професійної компетентності, що може завдати моральної шкоди, страждань людині, його близьким, негативно вплинути на авторитет та репутацію фахівця серед оточуючих, сформуванню негативну думку про установу, яку він представляє.

5. Негативний вплив при роботі з візуально-дисплейним терміналом (ВДТ) на функціональний стан людини, який обумовлений електромагнітними полями при використанні моніторів застарілої конструкції призводить до зниження імунітету, загальних захворювань.

6. Можливість отруєння шкідливими та небезпечними хімічними речовинами, які виділяються при роботі з ВДТ.

7. Недостатнє освітлення робочої зони внаслідок несправності освітлювальних приладів, що може призвести до погіршення зору.

8. Незадовільні параметри мікроклімату в приміщенні внаслідок не ефективної роботи апаратури для опалювання та повітрообміну, що може призвести до загальних захворювань.

4.2. Заходи по забезпеченню безпеки

1. Для забезпечення ергономічності робочого місця потрібно дотримуватися ДНАОП 0.00-1.31-99 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин», де зазначено про заборону загрожуваності робочого місця, розроблені нормативи щодо площини робочого місця на одного працівника. Вимоги до організації робочого місця зазначені також в ГОСТ 12.2.032-78 ССБТ «Рабочее место при выполнении работ сидя. Общие эргономические требования».

По-перше, на робочому місці не повинно бути нічого зайвого; всі необхідні для роботи предмети повинні знаходитись поряд з працівником, але не заважати йому. По-друге, організація робочого місця повинна забезпечувати необхідну оглядовість. По-третє, повинно бути забезпечене стійке положення та вільність рухів працівника, безпеку виконання трудових операцій виключати або допускати лише в деяких випадках роботу в незручну позиціях, котрі зумовлюють підвищену втомлюваність.

Для мінімізації негативного впливу на опорно-руховий апарат передбачено виконання всіх вимог ергономіки до робочого місця, робочої зони та робочого приміщення. Площа на одного працівника повинна складати не менше ніж 6м^2 , а об'єм 20м^3 .

Висота робочої поверхні повинна бути 600-800мм; досяжність до предметів праці 600*1400 ширина, 800*1000мм глибина; висота стільця 400-500мм; кут нахилу стільця 15° вперед, 5° назад; підставка для ніг не менше 300мм ширина.

2. Вимоги електробезпеки у приміщеннях, де встановлені електронно – обчислювальні машини і персональні комп'ютери відображені у НПАОП 0.00-1.28-10 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин». Відповідно до цього нормативного документу під час проектування систем електропостачання, монтажу основного електрообладнання та електричного освітлення будівель та

приміщень для ЕОМ необхідно дотримуватись вимог Правил влаштування електроустановок (ПУЕ-2009), Правил пожежної безпеки в Україні та інших нормативних документів, що стосуються електротехнічних пристроїв, а також вимог нормативно-технічної експлуатаційної документації заводу – виробника.

3. Професійне вигорання – психологічний стан здорових людей, які працюють у системі «людина-людина», який характеризується емоційним виснаженням, деперсоналізацією, редукцією особистих досягнень.

Для запобігання синдрому професійного вигорання або зниження ступеня його виразності існує ряд рекомендацій:

- для забезпечення психічного й фізичного благополуччя використовують перерви під час роботи (1-2 години);
- оволодіння вміннями й навичками саморегуляції (релаксація, визначення цілей і позитивна внутрішня насага) сприяють зниженню рівня стресу;
- професійний розвиток і самовдосконалення (одним зі способів запобігання від синдрому професійного вигорання є обмін професійною інформацією із представниками інших служб, що дає відчуття більше широкого розуміння професійних проблем, ніж те, котре існує усередині окремого колективу. Для цього існують різні способи – курси підвищення кваліфікації, конференції та ін.);
- відхід від непотрібної конкуренції;
- емоційне спілкування з колегами (коли людина аналізує свої почуття й ділиться ними з іншими. Імовірність вигорання значно знижується або процес цей виявляється не настільки вираженим);
- підтримка гарної фізичної форми.

4. Однією з найважливіших вад у роботі фахівця є прийняття рішень з порушенням морально-правових норм з використанням владних повноважень. Виключення таких випадків потребує від фахівця високого рівня професійної компетентності і особистих якостей – аналітичного складу

розуму, здібностей прогнозувати наслідки своїх рішень, емоційно-вольової стійкості, поважного та справедливого відношення до людей, неухильного виконання законів, встановлених норм та правил.

Повинен бути контроль за діяльністю фахівця з боку керівництва та спеціальних служб, що опікуються безпекою.

5. Організаційними засобами захисту від негативного впливу електромагнітного випромінювання при роботі з відеодісплейними терміналами є:

- оптимальний розподіл періодів праці та відпочинку (безпосередня робота з відеотерміналом не повинна перевищувати 50% від загального робочого часу);

- під час роботи з відео терміналом необхідно планувати 10-хвилинну перерву на 1 годину робочого часу;

- враховуючи підвищену небезпеку ураження електромагнітним випромінюванням при роботі з персональним комп'ютером застарілої моделі, слід використовувати захисні екрани;

- враховувати відстань до монітору для захисту від випромінювання (не більше 500 мм);

- встановити на робочому місці відеотермінал, що відповідає сучасним вимогам стосовно захисту від випромінювань, заміна старих моніторів на ЖК-монітори і TFT-монітори, які є більш безпечними для здоров'я;

- створення умов для участі працівників в інших видах діяльності;

- підвищення значення розумової діяльності в роботі операторів завдяки раціональному розподілу робочого часу;

- не переобтяжувати приміщення значною кількістю робочих місць з ВДТ.

4.3. Заходи по забезпеченню виробничої санітарії та гігієни праці

При порушенні режиму роботи ПК та периферійної техніки або у випадку їх несправності у повітря робочої зони можуть виділятися шкідливі та небезпечні речовини.

Діоксини та фуран – гази, що не мають запаху і є канцерогенами, належать до протипожежних засобів, які необхідні для корпусу монітора і плат. Ці отрути утворюються при горінні, але є докази того, що ці шкідливі речовини присутні в атмосфері і при звичайній робочій температурі в незначних кількостях. Озон утворюється внаслідок впливу електричних зарядів, які виникають у лазерних принтерах, на кисень повітря.

Для запобігання виділення шкідливих та небезпечних речовин у повітря робочої зони при роботі ПК слід дотримуватися таких вимог:

- експлуатація усіх складових ПК та периферійної оргтехніки повинна здійснюватися згідно їх рекомендованих режимів. В першу чергу це стосується теплових режимів;
- у разі виявленої несправності слід припинити використання обладнання;
- влаштування штучної та природної вентиляції у приміщеннях, де експлуатується ПК, згідно СНиП 2.04.05. – 91 «Отопление, вентиляция и кондиционирование воздуха. Нормы проектирования»

Для забезпечення оптимального освітлення в робочому приміщенні, яке нормується згідно з ДБН В .2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення», 200 люкс, передбачено устрій системи штучного освітлення з використанням люмінесцентних ламп типу ЛБ або ЛД потужності від 40 до 80 Вт, що встановлюються у світильниках типу ЛСП. Крім системи штучного освітлення використовується природне бокове освітлення.

Відносно вікон робоче місце повинно бути розміщено так, щоб природне світло було збоку, переважно з лівого та забезпечувати коефіцієнт природної освітленості не нижче 1,5 %. Робоче місце, обладнане ПК повинно

бути розташоване так, щоб уникнути попадання в очі прямого світла. Джерела штучного світла рекомендується розташувати з обох сторін від екрану паралельно напрямку зору. Щоб уникнути світових блисків від екрану, клавіатури, освітлювальних пристроїв, сонця в напрямку очей необхідно застосовувати антиблискові сітки, спеціальні фільтри для екрану, захисні козирки, жалюзі на вікнах. Вікна приміщень повинні мати регульовальні пристрої для відкривання.

Метеорологічні умови в приміщенні офісу – температура повітря, відносна вологість повітря й швидкість його переміщення відповідають встановленим санітарно-гігієнічним вимогам ДСН 3.3.6.042-99 «Державні санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» і ГОСТ 12.1.005-88 (1991) «ССБТ. Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Роботи в офісному приміщенні, належать до категорії Іб - легка робота, тому передбачені наступні оптимальні значення параметрів мікроклімату:

- у холодний період року: температура 21-23°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,1 м/с;

- у теплий період року: температура 22-24°C; відносна вологість: 40-60%; швидкість переміщення повітря: 0,2 м/с.

Забезпечення таких параметрів мікроклімату досягається оснащенням приміщень пристроями кондиціонування, вентиляції та дезодорації повітря, системами опалювання.

4.4. Заходи з пожежної безпеки

Основним документами, які контролюють діяльність пожежної безпеки є закон України «Про пожежну безпеку» від 17 грудня 1993 року. Цей Закон визначає загальні правові, економічні та соціальні основи забезпечення пожежної безпеки на території України, регулює відносини державних

органів, юридичних і фізичних осіб у цій галузі незалежно від виду їх діяльності та форм власності.

Організаційні заходи: забезпечення пожежної безпеки покладається на керівників та уповноважених керівниками осіб забезпечення пожежної безпеки встановлюються статтею 5 Закону України «Про пожежну безпеку».

Керівник підприємства повинен визначити обов'язки посадових осіб щодо забезпечення пожежної безпеки, призначити відповідальних за пожежну безпеку окремих будівель, споруд, приміщень, діляниць, технологічного та інженерного устаткування, а також за утримання і експлуатацію технічних засобів протипожежного захисту. Обов'язки щодо забезпечення пожежної безпеки, утримання та експлуатації засобів протипожежного захисту мають бути відображені у відповідних посадових документах (функціональних обов'язках, інструкціях, положеннях тощо).

Технічні заходи базуються на виборі типу первинних засобів пожежогасіння та визначення їх необхідної кількості, згідно ГОСТ 12.1.004-91 «Пожежна безпека. Загальні вимоги».

Клас пожежі згідно ДБН В.1.1.7-2002 «Захист від пожежі. Пожежна безпека об'єктів будівництва» – пожежі твердих речовин, переважно органічного походження, горіння яких супроводжується тлінням (деревина, пластмаси, папір) визначається як клас А.

Згідно НАПБ Б.03.002-2007 «Норми визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою офісне приміщення відноситься до категорія Д.

Будинки й приміщення повинні бути обладнані системами протидимного захисту, технічними засобами оповіщення про пожежу та засобами зв'язку відповідно до вимог будівельних норм.

За наявності в приміщенні лише одного евакуаційного виходу дозволяється перебувати в ньому не більше 50 осіб.

4.5. Заходи по забезпеченню безпеки в надзвичайних ситуаціях

Законодавство України у сфері захисту населення та територій від надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру складають: Конституція України, Закон України «Про захист населення і територій від надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру», Закон України «Про правовий режим надзвичайного стану», Законі України «Про цивільну оборону України», та інші нормативні акти.

Відповідно до ст.1 Закону України «Про цивільну оборону України» № 2974-ХІІ від 03.02.1993р. надзвичайна ситуація – порушення нормальних умов життя та діяльності людей на об'єкті або території, викликане аварією, катастрофою, стихійним лихом або іншою небезпечною подією, яка призвела (може призвести) до загибелі людей або значних матеріальних втрат.

Протирадіаційний і протихімічний захист – це комплекс заходів цивільної оборони, що направлені на попередження та послаблення дії іонізуючих випромінювань, радіоактивних викидів та сильнодіючих отруйних речовин.

Для організації правильних дій населення в умовах НС техногенного характеру аварії на радіаційно-небезпечному об'єкті необхідно:

- не поширювати паніку;
- забезпечити населення протирадіаційними засобами захисту;
- запобігти витіканню інформації і проникнення сторонніх осіб на місце НС;
- доставити постраждалих якнайшвидше до медичних установ для надання невідкладної медичної допомоги;
- якнайшвидше покинути місце радіаційної обстановки.

Необхідно відзначити, що засоби захисту населення також підрозділяються на колективні та індивідуальні. При радіаційному забрудненні важливіше місце відіграє колективний захист. Насамперед для укриття людей заздалегідь будуються захисні споруди: сховища та

протирадіаційні укриття. Сховища забезпечують найбільш надійний захист від усіх вражаючих факторів будь-якої зброї масового знищення (у тому числі й нейтрального), всіх видів звичайної зброї, а також від шкідливих наслідків застосування ядерної зброї (від високих температур, отруйних випаровувань, димів, обвалів, уламків пошкоджених будівель і т.і.) у сховищах можна знаходитися тривалий час.

Таким чином, аналіз потенційних небезпек це перший крок до попередження серйозних наслідків надзвичайних ситуацій. Краще попередити вплив негативних факторів аніж потім боротися з їх наслідками для цього і необхідно проводити заходи по забезпеченню безпеки.

Для забезпечення ергономічності робочого місця потрібно дотримуватися ДНАОП 0.00-1.31-99 «Правила охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин», де зазначено про заборону зашарашеності робочого місця, розроблені нормативи щодо площини робочого місця на одного працівника. Вимоги до організації робочого місця зазначені також в ГОСТ 12.2.032-78 ССБТ «Рабочее место при выполнении работ сидя. Общие эргономические требования».

Для запобігання синдрому професійного вигорання або зниження ступеня його виразності існує ряд рекомендацій: використовують перерви під час роботи (1-2 години); оволодіння вміннями й навичками саморегуляції; професійний розвиток і самовдосконалення; відхід від непотрібної конкуренції; емоційне спілкування з колегами; підтримка гарної фізичної форми.

Організаційними засобами захисту від негативного впливу електромагнітного випромінювання при роботі з відеодісплейними терміналами є оптимальний розподіл періодів праці та відпочинку. Для виключення електромагнітного випромінювання та ЕМП передбачено використання сучасної комп'ютерної техніки, зокрема заміна моніторів, що мають електронну-лучеву трубку на ЖК-монітори або TFT-монітори.

Для забезпечення оптимального освітлення в робочому приміщенні, яка нормується згідно з ДБН В 2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення», 200 люкс, передбачено устрій системи штучного освітлення з використанням люмінесцентних ламп типу ЛБ або ЛД потужності від 40 до 80 Вт, що встановлюються у світильниках типу ЛСП. Крім системи штучного освітлення використовується природне бокове освітлення.

Для забезпечення оптимальних параметрів повітряного середовища передбаченого виконання вимог ГОСТ 12.1.005–88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».

Для виключення можливості загоряння передбачено вивчення правил пожежної безпеки та наявність первинних засобів пожежогасіння.

Для організації правильних дій населення в умовах НС техногенного характеру на радіаційно-небезпечному об'єкті необхідно:

- не поширювати паніку;
- забезпечити населення протирадіаційними засобами захисту;
- запобігти витіканню інформації і проникнення сторонніх осіб на місце НС;
- доправити постраждалих якнайшвидше до медичних установ для надання невідкладної медичної допомоги;
- якнайшвидше покинути місце радіаційної обстановки

ВИСНОВКИ

Основними візуально-графічними жанрами, які репрезентують сатирично-гумористичний дискурс у ЗМІ, є карикатура, мем, шарж, комікс. Карикатура (від італ. *caricatura* від *caricare* – навантажувати, перебільшувати) – є одним із візуально-графічний жанрів, який у сатиричній, гумористичній, іронічній або саркастичній формі зображує будь-які соціальні, суспільно-політичні, побутові явища, реальні особи або характерні типи людей. Також це твір або окремий художній образ, в якому в гумористичній або сатиричній формі перебільшуються характерні особливості, найчастіше негативні, а іноді й позитивні як в окремої людини, так і у товариства або явища з метою їх висміювання чи звеличення. Карикатура тісно пов'язана з гротеском, пародією і сатирою.

Карикатура неодноразово ставала предметом вивчення не лише журналістико знавців, але й мистецтвознавців, філософів, лінгвістів, культурологів, істориків та ін. На сьогодні визначені функції карикатури, окреслені загальні етапи її становлення й розвитку, визначено художні засоби тощо. Окремі питання щодо формування української карикатурної традиції розглядали Н.Зикун, М.Бірюков, Б.Ворон, Л.Гриневич, Ю.Івакін, А.Капелюшний, С.Румянцева, М.Савчук, Л.Сніцарчук та інші.

Цей жанр поєднує художнє і публіцистичне начала: як публіцистичне – спирається на факти, як художнє – відтворення картини світу засобами художньо-образного конструювання, художньої виразності.

В залежності від того, який прийом комічного використовується (гумор, іронія, сатира чи сарказм), картина дійсності змальовується м'якше чи жорсткіше. Для створення карикатури використовують такі образно-художні засоби, як метафора, метонімія, персоніфікація, гротеск, абсурд, контрастність, оксюморон (зокрема, внутрішнє протиставлення), пародія, символ, алегорія, гіперболізація (перебільшення), метаморфоза, мініатюризація (применшення), узагальнення та індивідуалізація (підміна

загального висновку приватним, унікальним), шаржування, персоніфікація (додавання впізнаваної особи) тощо.

Політична карикатура активно залучає інший графічний жанр – шарж. В основі шаржу лежить поняття пародії: гіперболізація окремих частин тіла, загострене акцентування на особливостях фігури, абсурдне викривлення характерних рис людини, підкреслено спотворений портрет і под.

Карикатура як зображальний жанр була остаточно сформована у другій половині XIX століття: цьому сприяла напрацьована століттями традиція сатиричного образотворення (від найдавніших гротескних зображень до лубкових ілюстрацій; від ескізів відомих художників Середньовіччя до сатиричних малюнків на шпальтах перших друкованих видань), а також матеріально-технічний прогрес (виготовлення друкарських верстатів, типографічних станків, удосконалення прийомів ілюстрування тощо). Українська карикатура тісно пов'язана із розвитком і поширенням преси, зокрема гумористично-сатиричних видань. Спочатку сатиричні малюнки не були самостійними жанрами, а лише ілюстраціями до журналістських матеріалів; вони завжди супроводжувались словесно-описовими поясненнями. Пізніше змінювались і художньо-мистецькі підходи до оформлення карикатури, і вербальна складова (яка поступово перетворилась на керолізований текст). Важливий акцент у карикатурі з'явився завдяки появі кольору, це теж сприяло виокремленню карикатури як самостійного оригінального зображального жанру. У XX ст. карикатура розширила арсенал художньо-образних засобів, використовуючи каламбури, діалогізм, експресивність, інтрига, сюрреалістичні елементи (зокрема, абсурдна гра) і в той же час зберігаючи тяжіння до простоти і виразності.

Карикатура є одним із дієвих жанрів журналістики. Науковці виокремлюють такі функції карикатури в пресі: інформаційну, комунікативну, рекреативну (психологічної розрядки), функцію привернення уваги (як засіб атракції), евристичну, пізнавальну, естетичну, виховну, репродукційну (трансляція нових смислів), функцію «культурної пам'яті»,

іміджетворчу, пропагандистську, маніпулятивну, функцію соціологізації та інші. Незважаючи на непросту історію, вона широко доступна аудиторії і використовується різними газетами та журналами, інтернет-ЗМІ. Карикатура допомагає розкрити окремі ситуації в іронічній формі, по-іншому подати не стимулюючи до сміху новину та показати за всіма художніми перебільшеннями справжню сутність описаної проблеми або людини. Завдяки тому, що карикатура висміює негативні риси та явища, вона може формувати в читача позитивні етичні почуття. За допомогою малюнків в пресі редакція може спілкуватися з читачами, зароджуючи нові теми та сюжети для карикатур. До того ж, як вже було зазначено, в епоху т.зв. кліпового мислення, людям набагато цікавіше читати видання з ілюстраціями, особливо, якщо вони якісно виконані. За формою розрізняють такі види карикатури, як лінійна, штрихова, чорно-біла або кольорова; за змістом – гумористичною, сатиричною, шарж, чорний гумор і т.д; за технікою та жанром виконання – графіка, мальована ілюстрація, колаж, монтаж, фотографія, живопис, реклама, анімація, скульптура та об'ємні зображення, архітектура, інсталяція, перфоманс. Існують такі категорії карикатур, як шаржі та портрети, соціально-побутова карикатура, ізожарт, «strip», філософська карикатура, політична карикатура.

Політична карикатура є джерело особливої інформації: вона крізь «збільшуваче, дещо викривлене скло» відображає взаємини між політиками, між політичними партіями, різними гілками влади, розкриває проблематику міждержавної політичної комунікації. Особливої актуальності набуває вона сьогодні – у час інформаційної війни. Втім, у руках авторитарної влади карикатура стає небезпечним інструментом сугестивних технологій: для створення міфів і стереотипів.

Специфікою сучасної політичної української карикатури є розширення проблемно-тематичного спектру: ідейне наповнення виходить із вузьких рамок «лише політика» і додає важливі соціальні наративи, зокрема й

побутові: політична криза зображається крізь призму економічної проблематики, медицини, освіти тощо.

Отже, політична карикатура є соціально детермінованою, оскільки, окрім іншого, виконує функцію формування суспільної свідомості, політичної обізнаності читачів. У той же час карикатура є потужним інструментом маніпуляції та пропаганди: діючи на полі психоемоційних впливів, вона буває ефективнішою, ніж текст. Цей зображальний жанр може не лише підсилити продуманий імідж політика, але й також може «зняти маску» із політика, відкриваючи його реальну сутність. Політична карикатура не для всіх: її зможе прочитати лише людина, яка має базові знання про топ-політиків, про останні суспільно-політичні події, обізнана у сфері світового та внутрішнього політичного порядку денного. Карикатура змушує читачів задуматись, проаналізувати зміст, розкрити ідейний задум художника.

Карикатури на сайтах «Тиждень.ua» та «НВ» репрезентують гротескну виразність та високу майстерність художників. Карикатуристи використовують абстраговані образи-симлови (відомі, розтиражовані), зокрема: смерть – «скелет у плащі з капюшоном»; піратський прапор; серце, пронизане стрілою; німб / роги; гра в рулетку тощо. Візуалізована сучасна українська сатира презентує найрізноманітніші метафоричні та алегоричні образи: анімалістичні (свині, кози), флористичні (соняхи, будяки), предметні (швейна машинка та білі нитки) та інші. Сюжет політичної карикатури спирається на образи-алюзії з Біблії, міфології, з усної народної творчості (казки, легенди), з художньої літератури, з історії, із сучасного фольклору (анекдоти, байки, гуморески, меми тощо) та кінематографії, мультиплікації, наприклад: образи Мюнхгаузена, Буратіно, Супермена, Фіміди, Вія та інших.

Таким чином, сучасна політична карикатура допомагає розкрити суть проблеми або особи, зняти «маски», викрити підступність політичних маневрів; впливає на формування аксіологічних орієнтирів громадян. Втім, подібні маніпулятивні прийоми перебувають на тонкій грані: з одного боку

вони можуть бути спрямовані на те, щоб дати поштовх для роздумів; з іншого – можливість навіювання, переконання та утвердження єдино правильної точки зору. Небезпека полягає в тому, що карикатура може конструювати новий політичний міф; може стати механізмом насаджувannya ідеології, рупором пропаганди та дезінформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Айнутдинов А. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ : автореф. дис. ... кандидата филологических наук : 10.01.10. Екатеринбург, 2010. 20 с.
2. Айнутдинов А. Типология и функции карикатуры в прессе. URL: <http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?p=61734>
3. Андреева І. Мова – особлива знакова система. Поняття мовного знаку. *Вступ до мовознавства* : курс лекцій. URL : http://sites.znu.edu.ua/do/index.php?login=guest&password=guest&previous_request=YToyOntzOjY6ImFjdGlvbiI7czo5OiJwYWdlL21haW4iO3M6NjoiSXRLbUIEIjtzOjQ6IjEwNjUiO30=
4. Артемова Е. Карикатура как жанр политического дискурса : дисс. ... к. филол. наук : 10.02.19 – теория языка / Волгоградский государственный педагогический университет. Волгоград, 2002. 240 с.
5. Барановська І. М. Становлення й розвиток українського журналістикознавства другої половини ХХ століття (проблематика дисертаційних досліджень). URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1680>.
6. Бірюков М. Карикатура, шарж, комікс як різновиди газетно-журнальної графіки. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. URL: <http://www.stattionline.org.ua/pedagog/104/18473-karikatura-sharzh-komiks-yak-riznovidi-gazetno-zhurnalnoi-grafiki.html>
7. Бойко Ю., Бойко Т. Термінологічно-понятійний словник з культурології та художньої культури. Вінниця: ПП ВЄДА, 2012. 164 с.
8. Боров Ю. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. Москва : Искусство, 1970. 269 с.
9. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / З.Вайшенберг, Й. Клянштонберг, Б.Пьорксен / перекл. з нім. П.Демешко та К.Максєв; за

- загал. ред. В. Іванова. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси. 2011. 529 с.
10. Валгина Н. Теория текста : учебное пособие. Москва: Логос. 2003. 280 с.
 11. Вартанов Г. І. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять. Київ: Грамота, 2005. 64 с.
 12. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і головний ред. В. Бусел. Київ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
 13. Виппер Б. Введение в историческое изучение искусства. URL : www.lib.ru/textbooks/art/
 14. Ворон Б. Українська політична карикатура на барикадах. *Артес* : мистецький альманах. URL: http://art-es-almanac.in.ua/art/articles/political_cartoon.html
 15. Гайдук С. Символ як художньо-естетична категорія епохи романтизму. *Наукові записки Харківського національного педагогічного університету ім. Г. Сковороди. Серія: Літературознавство*. 2012. № 3. URL : <http://journals.hnpu.edu.ua/ojs/liter/article/view/325/308>
 16. Галкин С.И. Техника и технология СМИ: художественное конструирование газеты и журнала : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2007. 215 с.
 17. Генік В. Карикатура як вияв базових свобод. *Чорноморські новини*. № 062. 8 серпня 2015 р. URL : <http://chornomorka.com/archive/a-6118.html>
 18. Герсько О. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08. Київ, 2004. 12 с.
 19. Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. Сучасний словник літератури і журналістики. Харків : Прапор, 2009. 284 с.
 20. Гончаненко Н. Анекдот. *Нариси української популярної культури* / за ред. О. Гриценка. Київ : УЦКД, 1998. С. 13.
 21. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах. Львів, 1974. 294 с.

22. Гриневич Л. В. Механізми масового народовбивства: конструювання «образу ворога» в радянській політичній карикатурі (друга половина 1929 – початок 1930 pp.). URL : http://history-pages.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/09/38_5_Grynevych.pdf
23. Демченко Е. Политическая графика в печати Украины 1905–1907 гг. Киев : Наукова думка, 1984. 203 с.
24. ДСТУ 3017–95. Видання. Основні види. Терміни та визначення. Чинний від 01.01.96. К. : Держстандарт України, 1996. 47 с.
25. Еремина В. Символика. Символ. *Народные знания, фольклор. Народное искусство*. 1991. Вып. 4. С. 110–111.
26. Желіба О. Візуалізація гендерних студій. *Гендерна парадигма освітнього простору*. 2018. №7–8. С.45–55.
27. Житарюк М. Міжнародна квазіпроблематика ЗМІ України як наслідок нефункціональності української міжнародної журналістики. URL : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2378>
28. Журбіна Є. Теорія і практика художньо-публіцистичних жанрів. Київ : Наукова думка, 1969. 234 с.
29. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.
30. Зикун Н. Карикатура в українському сатиричному виданні початку ХХ ст. як різновид «креолізованого тексту». *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2013. Вип. 34. С. 102–106.
31. Зикун Н. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.04 / Науково-дослідний інститут пресосознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. Львів, 2016. 482 с.
32. Зикун Н. Шарж у системі зображальних жанрів сатиричної публіцистики. *Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені*

- В. Стефаника.* 2015. Вип. 7. С. 474–483. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/lnnbyivs_2015_7_34.
33. Івакін Ю. О. Про езопівську мову сатиричних журналів епохи першої російської революції. *Відображення першої російської революції в українській та російській літературі*. Київ : Вид-во АН УРСР, 1956. С. 164–165.
34. Казаневський В. Карикатура другої свіжості. *Український тиждень*. № 40 від 3 жовтня 2008 р. URL : <http://tyzhden.ua/Publication/4118>.
35. Кайда Л.Г. Композиционная поэтика публицистики. Москва : Флинта-Наука, 2006. 144 с.
36. Калита О.М. Лінгвістична сутність іронії та семантичні механізми формування іронічного смислу. *Українська мова*. 2006. № 2. С. 67–74.
37. Капелюшний О. Сатиричний журнал «Червоний перець». Львів : Вища школа, 1986. 143 с.
38. Капелюшный А.А. Становление украинской советской сатирической журналистики (журнал «Червоний перець») : автореф. дис. ...канд. филол. наук. Львов. гос. ун-т им. И. Я. Франко. Львов, 1978. 14 с.
39. Карасик В.И. Анекдот как предмет лингвистического изучения. *Жанры речи*. Саратов : Колледж, 1997. С. 144–153.
40. Карпенко В. Журналістика: основи професійної комунікації. Київ : Нора-прінт, 2002. 348 с.
41. Каск А. Н. Жанровая структура, сюжетики, эстетика журнальной иллюстрации в России XVIII –XIX вв. : дисс. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Российская государственная библиотека. Москва, 2011. 316 с.
42. Клебан Ю. Карикатури та пародії без дозволу автора: зелене світло від парламенту. *Читомо* : сайт. URL : <http://www.chytomo.com/news/karikaturi-ta-parodiii-bez-dozvolu-avtora-zelene-svitlo-vid-parlamentu>

43. Клименко Т., Колодюк С. Періодичні видання–2012 : довідник. Житомир : Бібліотека Житомирського державного університету імені І. Франка, 2012. 63 с.
44. Ковінько К. Жанр політичної карикатури: функціональні, дискурсивні та стилістичні особливості. *Вісник ХНУ*. 2012. №1003. С. 125–130.
45. Колісник Ю. Журнальні видання УРСР як засіб ідеологічного виховання мас. *Журналістика: науковий збірник* / за ред. Н.М. Сидоренко. Київ : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2010. С. 50–63.
46. Коскін В. Асоціація карикатуристів. «Карикатура має не ображати, а лікувати» – Володимир Солонько. *Портал Українця*. URL : <http://artvertep.com/print?cont=6230>
47. Костерева О. А. Образ врага в отечественной политической культуре периода Холодной войны. Опыт анализа визуального источника. *Психфактор*. URL : <http://psyfactor.org/lib/propaganda17.htm>
48. Кохан О. К. Карикатура – це збільшувальне дзеркало. URL : http://www.vox.com.ua/data/2007_____/03/30/oleksii-kohan-karykatura-tse-zbilshuvalne-dzerkalo.phtml
49. Кротков А. Карикатура. Непридуманная история. URL : <https://www.litres.ru/static/trials /09/52/73/09527394.a6.pdf>
50. Кузнецова О. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі. Львів : Вид. центр Львів. ун-ту ім. Івана Франка, 2003. 250 с.
51. Кузнецова Т. Аксіологія соціальних комунікацій : навчальний посібник. Суми : Вид-во Сумського державного університету, 2012. 300 с.
52. Літературознавчий словник-довідник / ред. кол.: Р.Гром'як, Ю.Ковалів та ін. Київ : Академія, 1997. 580 с.
53. Лялина А. И. Политическая карикатура и особенности ее использования в политической борьбе в Украине. *Культура народов Причерноморья*. 2011. № 199. Т.1. С.142–144.

54. Маєвський О. Політичний плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. Київ : Ін-т історії України НАН України, 2018. 268 с.
55. Мальцева Ж. Тематика та смислові акцентуації гумору і сатири постмодерної доби (соціально-філософський аналіз). *Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]*. Серія : Філософія. 2013. Вип. 12. С. 68–87.
56. Мамдух Х. Карикатура в периодической печати : автореферат дисс. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Белорус. гос. ун-т. Минск, 1994. 23 с.
57. Медведєва О. В. Політична карикатура як спосіб маніпуляції свідомістю та створення негативного іміджу політика. URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_58_dod/Gileya58d/P2_doc.pdf
58. Мехед А. Таксономії комічного. *Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур*. 2010. Вип. 12. URL : file:///C:/Users/User/Downloads/kdsm_2010_12_21.pdf
59. Михайлюта О. Розважальний компонент інформаційно-аналітичного журналу «Кореспондент»: карикатури. Масова комунікація. Луцьк, 2012. № 1. С.102 – 106.
60. Москин Д. Краткая энциклопедия карикатуры (из истории юмора и сатиры в графике). Петрозаводск : ИД «Петропресс», 2000. 208 с.
61. Назаренко Д., Сухомлин О. Становлення карикатури як самостійного жанру візуальної комунікації. *Молодий вчений*. 2016. № 6. С. 339–342.
62. Нестеренко В., Батенко Т. Шарж і карикатура в системі графічного мистецтва. Львів : Астролябія, 2008. 240 с.
63. Питльована Л. Ю. Антибританська політична карикатура у Німеччині як засіб пропаганди у період Першої світової війни. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Держава та армія*. 2014. № 784. С. 76–84. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPDA_2014_784_14

64. Почапська О. Гумор і сатира в сатирично-публіцистичних жанрах наддніпрянської преси 1917-1921 рр. *Творчі та організаційні особливості функціонування сучасного медійного простору* : збірник наукових праць / Національний університет „Києво-Могилянська академія”, Галицький інститут імені В’ячеслава Чорновола. Тернопіль-Львів: ЛА „Піраміда”, 2008. Т. 2. С. 245–248.
65. Почепцов Г. Когнітивні підходи до аналізу інформаційного простору. *Mediasapiens*. URL : <http://osvita.mediasapiens.ua/material/11418>
66. Почепцов Г. Контроль над розумом. Київ : ВД «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с.
67. Прилуцький К. Технологічність візуального в аксіосфері інформаційного суспільства. *Гуманітарний часопис*. 2014. № 4. С. 96–100.
68. Прокопенко І.В., Гутянська О.В. Техніка газетної справи : практикум. Київ : Вища школа, Вид-во при Київ. ун-ті, 1989. 160 с.
69. Рощупкин С. Н. Политическая графика московских журналов периода революции 1905–1907 гг. : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Москва, 1972. 20 с.
70. Румянцева С. Становлення україномовної преси в Наддніпрянській Україні. URL : incognita.day.kiev.ua/stanovlennyyaukrayinomovnoyi-presi-v-addnipryanskij-ukrayini.html
71. Русанівський В. М. Український гумор і його мова. *Мовознавство*. 2005. № 2. С. 3–17.
72. Савчук М. Карикатура. *Енциклопедія сучасної України*. URL : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=9807
73. Салата О. Карикатура як механізм інформаційно-психологічного впливу на населення в роки Другої світової війни. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 73. С. 37–39.
74. Самойлов Л. Карикатура. Карикатурист. Читатель (заметки художника-сатирика). Москва : Знание, 1981. 56 с.

75. Самохіна В. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США: текстуальний та дискурсивний аспекти : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.04. Київ, 2010. 519 с.
76. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / авт.-уклад.: Ю. Бідзіля. Ужгород: Закарпаття, 2007. 220 с.
77. Сніцарчук Л. Українська сатирично-гумористична преса Галичини 20–30-х рр. XX ст.: історико-функціональний аспект та інтерпретаційні особливості : дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Львів, 2001. 253 с.
78. Столяр М. Б. Радянська сміхова культура та ідеологія: опозиція чи конвенція. URL : www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/.../5.pdf.
79. Талыбина Е. В., Минакова Н. А. Карикатура как взаимодействие вербальных и невербальных знаковых систем. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. 2013. Вып. 1. С. 24–30.
80. Темченко Л. Змістовні та формотворчі особливості європейської політичної карикатури. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*. 2017. Вип. 17. С. 123–128.
81. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие для студ. вузов. Москва : Аспект Пресс, 2006. 320 с.
82. Тесляр О., Некрасов А. Русская и советская карикатура. URL : http://cartoonia.net/index.php?option=com_content&task=view&id=568&Itemid
83. Типология периодической печати : учебное пособие для студентов вузов / М. Е. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др.; под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. Москва : Аспект Пресс, 2009. 236 с.
84. Українська літературна енциклопедія : в 5 т. / Редкол. : І. О. Дзеверін (відп. ред.) та ін. – К. : «Українська радянська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 1990. – Т. 2. – 576 с.
85. Черняков Б. І. Зображальна журналістика в друкованих засобах масової інформації (від виникнення до середини XIX століття) : автореф. дис. ...

- д-ра філол. наук : 10.01.08 / Київ. ун-т імені Тараса Шевченка. Київ, 1998. 37 с.
86. Шаповал Ю. Мистецтво журналізму. Львів, 2007. 320 с.
 87. Шевченко В. Архітектоніка сучасного українського газетного видання (системна організація та закономірності розподілу елементів) : автореф. дис. ... к. філол. наук : 10.01.08 – журналістика / Київ. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 2002. – 20 с.
 88. Шевченко В. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія. Київ : Видавець Паливода А.В., 2013. 340 с.
https://issuu.com/victoryshe/docs/shevchenko_monograph 1 1
 89. Шекера С. Журнал «Перець»: острая сатира советских времен сейчас непопулярна [Електронний ресурс] / С. Шекера. – Режим доступу: <http://www.mediaport.ua/news/culture/17434>
 90. Шкондина М. В. Проблематика СМИ : учеб. пособие для студентов вузов. Москва : Аспект Пресс, 2008. 316 с.
 91. Юрій М. Соціологія культури. Київ : Кондор, 2006. 302 с.
 92. Ярмиш Ю.Ф. Жанри сатиричної публіцистики. Київ : Інститут журналістики, 2003. 156 с.
 93. Яцимірська М. Г. Культура фахової мови журналіста. Львів : ПАІС, 2004. 332 с.
 94. Attardo S. Linguistic Theories of Humor. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1994. 426 p.
 95. Borecký V. Teorie komiky. Praha: Hynek, 2000. 210 s.
 96. Brown J. Cartooning / Joshua Brown. URL : http://assets.press.princeton.edu/chapters/s1MC_9004.pdf
 97. Hoffman W. Caricature from Leonardo to Picasso / Werner Hoffman. New York: Crown Publishers, 1957. 150 p.
 98. Smadja E. Le rire. Année : Presses Universitaires de France, 2007. 128 p.
 99. The Oxford Companion the English Literature / Ed. by Drabble. Oxford: Oxford University Press, 2000. 1184 p.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Карикатура, розміщена на сайті «НВ» (№ 36 від 03.10.2020)

«Лідер Батьківщини Юлія Тимошенко в програмі Свобода слова заявила про те, що після перенесеного коронавірусу переосмислила свою політичну діяльність і шкодує, що брала участь в сварках і протистояннях, а також просить у своїх опонентів вибачення».



Додаток Б.

Карикатура, розміщена на сайті «НВ» (№ 35 від 24.09.2020)

«Багато політиків і преса характеризують роботу Андрія Єрмака, голови Офісу Володимира Зеленського, як створення «теплої ванни» для президента»



Додаток В.

Карикатура, розміщена на сайті «НВ» (№ 36 від 05.09.2020)

«Держсекретар США Майк Помпео в телефонній розмові з президентом України Володимиром Зеленським висловив стурбованість щодо інвестицій Китаю в українську промисловість, зокрема спроб Пекіна придбати виробника двигунів Мотор Січ»



Додаток Г.

Карикатура, розміщена на сайті «Тиждень.ua» (від 09.11.2020)



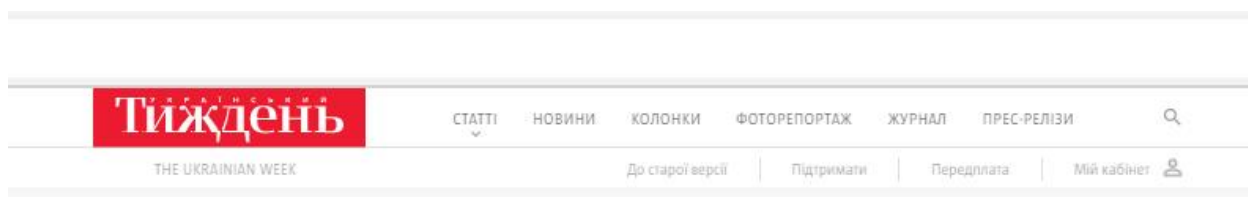
Чи існує вакцина від популізму?

Чому відразу до безвідповідальної політики не можна прищепити, але можна стримувати її наслідки

🕒 9 листопада ▪ МАКСИМ ВІХРОВ

Додаток Е.

Карикатура, розміщена на сайті «Тиждень.ua» (від 18.12.2019)



Підстава

19 грудня 2019 р. • ЮРІЙ МАКАРОВ

ПОЛІТИКА



Матеріал друкованого видання
№ 51 (631) від 18 грудня 2019 р.

[ПЕРЕЙТИ ДО ЗМІСТУ](#)

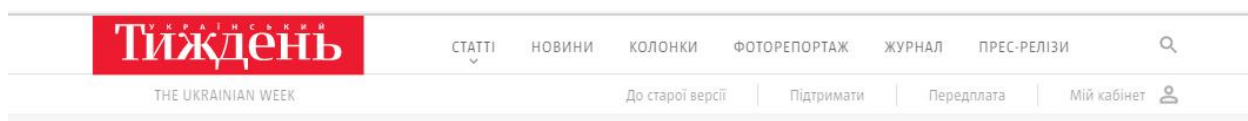


Брифінг минулого четверга за участю Арсена Авакова, Руслана Рябошапки та Володимира Зеленського, присвячений «розкриттю» вбивства журналіста Павла Шеремета в липні 2016 року, планувався як тріумф, а ввійде в підручники новітньої історії як приклад ганьби правоохоронних органів України.



Додаток Ж.

Карикатура, розміщена на сайті «Тиждень.ua» (від 16.09.2020)



Ціна діалогів і компромісів

🕒 18 вересня • МАКСИМ ВІХРОВ

ПОЛІТИКА



Матеріал друкованого видання
№ 38 (670) від 16 вересня

[ПЕРЕЙТИ ДО ЗМІСТУ](#)

