

Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет соціальних наук
Кафедра журналістики

Пояснювальна записка
до магістерської роботи

на тему «САТИРИЧНИЙ ДИСКУРС ПОЛІТИЧНИХ ПРОГРАМ
МАЙКЛА ЩУРА «ТЕЛЕБАЧЕННЯ ТОРОНТО» ТА
БОГДАНА АМОСОВА «БЕЗ КІСТОК»»

Виконала: студентка II курсу, групи СНз-311м
Спеціальності 061 «Журналістика»
(шифр і назва спеціальності)

Скрипка Аліна Ігорівна
(прізвище та ініціали)

Керівник: д. філолог. н., проф. Погребна В.Л.
(прізвище та ініціали)

Рецензент: к. н. соц. ком., доц. Трегуб А.С.
(прізвище та ініціали)

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЗАПОРІЗЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Факультет соціальних наук
 Кафедра журналістики
 Освітній ступінь магістр
 Спеціальність: 061 «Журналістика»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри А. В. Штанько
Штанько А. В.
 « 05 » 04 2022 року

ЗАВДАННЯ

на магістерську роботу студентки групи СНз-311м

Скрипки Аліни Ігорівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Сатиричний дискурс політичних програм Майкла Щура «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток»»
 керівник роботи: д.філол. н., проф. Погребна В.Л.
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
 затверджені наказом Національного університету «Запорізька політехніка» від «22» 06 2022 року № 206.
2. Строк подання студентом роботи _____
3. Вихідні дані для роботи: праці таких науковців, як М. Воронова, Н. Віннікова, А. Демичева, О. Дзикович, О. Рибкіна, Н. Зикун, Н. Калашник, О. Ланько, А. Капелюшний, О. Кузнецова, О. Мальцева, В. Недбай, С. Чуніхіна, Ю. Ярмиш, та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити):
 1. Роль політичних комунікацій в політичній сфері суспільства: інституційний аспект
 - 1.1. Соціально-політичне значення ЗМІ
 - 1.2. Медіатизація політики як зміна парадигми соціально-політичної комунікації
 2. Сатирико-саркастичний дискурс в соціально-політичній комунікації
 - 2.1. Сатира як спосіб художнього відображення дійсності
 - 2.2. Функції сатири у соціально-політичному медіапросторі
 3. Соціальна критика в політичних проєктах Майкла Щура (Романа Вінтонова)
 - 3.1. Сатира як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура («Телебачення Торонто»)
 - 3.2. Типи та прийоми творення сатири
 4. Сатирично-політичний проєкт Богдана Амосова «Без кісток»
 - 4.1. Іронія як засіб моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток»
 - 4.2. Специфіка репрезентації політичної сатири: стилістичні засоби
5. Перелік графічного матеріалу:
6. Консультації розділів роботи:

Розділ	Консультант	Завдання видав		Завдання прийняв	
		Підпис	дата	підпис	дата
Вступ	Погребна В.Л.		27.12.21		27.12.21
I	Погребна В.Л.		10.03.22		10.03.22
II	Погребна В.Л.		10.05.22		10.05.22
III	Погребна В.Л.		03.06.22		03.06.22
IV	Погребна В.Л.		05.09.22		05.09.22
Висновки	Погребна В.Л.		17.10.22		17.10.22

7. Дата видачі завдання: «12» вересня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	вересень 2021	
2	Аналіз журналістичкознавчого матеріалу	жовтень 2021	
3	Написання вступу	грудень 2021	
4	Написання розділу 1	березень 2022	
5	Написання розділу 2	травень 2022	
6	Написання розділу 3	червень 2022	
7	Написання розділу 4	Вересень 2022	
8	Написання висновків	жовтень 2022	
9	Оформлення роботи	листопад 2022	
10.	Захист роботи	грудень 2022	

Студент


(підпис)

Скрипка А.І.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Погребна В.Л.
(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Текст магістерської роботи «Сатиричний дискурс політичних програм Майкла Щура «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток» становить 90 сторінок. Для виконання дослідження опрацьовано 93 джерела.

Об'єктом дослідження є політичні проекти Майкла Щура (Романа Вінтонова) «Телебачення Торонто» (2020-2022 рр.) та Богдана Амосова «Без кісток» (2020-2022 рр.).

Предмет дослідження – прояви сатиричного дискурсу в авторських сатиричних проектах Майкла Щура (Романа Вінтоніва) «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток».

Метою роботи є аналіз сатиричного дискурсу (типів та прийомів творення сатири, стилістичних засобів) політичних проектів Майкла Щура (Романа Вінтонова) та Богдана Амосова.

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

- визначити роль соціально-політичних комунікацій в політичній сфері суспільства (зважаючи на інституційний аспект);
- з'ясувати соціально-політичне значення ЗМІ;
- відстежити явище медіатизації політики як зміну парадигми соціально-політичної комунікації;
- розкрити значення поняття «сатира»; розглянути сатиру як спосіб художнього відображення дійсності;
- охарактеризувати функції сатири у соціально-політичному медіапросторі;
- розглянути сатиру як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура (на прикладі проекту «Телебачення Торонто»);
- визначити типи та прийоми творення сатири;
- охарактеризувати іронію як засіб моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток»;

- проаналізувати специфіку репрезентації політичної сатири: виокремити стилістичні засоби.

Методологічною основою роботи є праці таких дослідників, як: Н. Громадська і О. Акетіна; В. Недбай; Л. Кочубей; А. Макарян, О. Мальцевої, П. Рихло; Ю. Ярмиш, О. Кузнєцової, А. Щербини, та інших.

Методи дослідження: конкретно-історичний метод; аналіз словникових дефініцій; типологічний метод; а також метод спостереження, описово-аналітичний метод, аналізу і синтезу наукової літератури під час вироблення наукової концепції, дискурсивний аналіз, функціонально-системний аналіз, метод суцільної вибірки (збір фактичного матеріалу), тощо.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що у роботі була вперше здійснена спроба аналізу особливостей функціонування сатири в соціально-політичній комунікації (на матеріалі авторських сатиричних проєктів Майкла Щура (Романа Вінтонова) «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток»). Було з'ясовано, що серед головних функцій сатири в соціально-політичному медіапросторі можна виокремити критику негативних політичних явищ, емоційний вплив на адресата інформації, репрезентацію авторської позиції журналіста. Сатиричний дискурс в соціально-політичній комунікації є фіксатором парадоксальних ситуацій та подій, пов'язаних з політичним життям країни.

Було встановлено, що авторські програми Богдана Амосова і Майкла Щура (Романа Вінтонова), присвячені сучасним політичним реаліям, індивідуалізують подачу інформації, репрезентують власну авторську думку на події, що відбуваються, надають можливість обговорювати важливі політичні проблеми/події (найголовніша з них – російсько-українська війна) в межах одного дискурсу.

Було доведено, що відтворюючи певні політичні сюжети, події, політичні фігури у комічних, смішних формах, а також в іронічних, сатирично-викривальних аспектах, політичні медіатексти впливають на

формування особистісної культури і ментальності українців, підкреслюючи свободу поглядів і оцінок, що панують в українському суспільстві.

Сфера застосування. Матеріали магістерської роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та практичних занять з курсів «Історія української журналістики», «Історія зарубіжної журналістики», «Сучасна українська публіцистика», «Медіакритика», «Медіакультура», тощо.

СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНА КОМУНІКАЦІЯ, СОЦІАЛЬНА КРИТИКА, МЕДІАТИЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ, НОВИННІ БЛОКИ, ІНФОРМЕЙНМЕНТ, САТИРИЧНИЙ ДИСКУРС, САТИРА, САРКАЗМ, ІРОНІЯ, САТИРИЧНО-ПОЛІТИЧНІ ПРОЄКТИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ СУСПІЛЬСТВА: ІНСТИТУЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....	14
1.1 Соціально-політичне значення ЗМІ.....	14
1.2 Медіатизація політики як зміна парадигми соціально-політичної комунікації.....	20
РОЗДІЛ 2. САТИРИКО-САРКАСТИЧНИЙ ДИСКУРС В СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ.....	24
2.1 Сатира як спосіб художнього відображення дійсності.....	24
2.2 Функції сатири у соціально-політичному медіапросторі.....	29
РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНА КРИТИКА В ПОЛІТИЧНИХ ПРОЄКТАХ МАЙКЛА ЩУРА (РОМАНА ВИНТОНОВА).....	38
3.1 Сатира як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура («Телебачення Торонто»).....	38
3.2 Типи та прийоми творення сатири.....	48
РОЗДІЛ 4. САТИРИЧНО-ПОЛІТИЧНИЙ ПРОЄКТ БОГДАНА АМОСОВА «БЕЗ КІСТОК».....	55
4.1 Іронія як засіб моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток».....	55
4.2 Специфіка репрезентації політичної сатири: стилістичні засоби.....	66
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82

ВСТУП

В умовах скорочення громадянських прав і свобод, в ситуації ускладнення і демократизації взаємодії політичних еліт і мас, особливо в наші важкі часи російсько-української війни, політична сатира, політичний гумор стають дієвими засобами демократизації суспільства, засобами протидії інформаційної війни, затребуваними комунікативними стратегіями не тільки серед освіченої частини суспільства, освіченої аудиторії, але й молоді, молодіжної аудиторії інтернет-видань, ютуб-каналів.

На думку Володимира Паніотто, директора Київського інституту соціології, політична сатира є популярною, оскільки можна констатувати заполітизованість українського суспільства (в Україні 67% громадян цікавляться політикою), також популярність політичної сатири пояснюється політичною боротьбою, яка завжди присутня у коридорах влади високого політикуму. Як зауважує дослідник З. Коваль, «Нині Україну накрила хвиля політичної сатири..., сатиричні продукти стають все більш затребуваними як на ТБ, так і в мережі. Сатирик сьогодні – це впливова фігура саме в політичному сенсі, адже він, сміючись із влади і над владою, критикуючи її, формує стійкі настрої виборців, реалізує й управлінську функцію» [32, 47].

У зв'язку з цим доволі **актуальним** постає питання про особливості функціонування сатиричного дискурсу у сфері соціально-політичних комунікацій. Потрібно зауважити, що поодинокі розвідки, присвячені вивченню засобів та форм сатири, зокрема в українській пресі, з'являлися у науковому полі вітчизняного журналістикознавства, наприклад монографія та публікації Н. Зикун [24-26], наукова розвідка О. Кузнєцової [37], публікація М. Дьяченко [22], тощо. Використанню сатири в українській публіцистиці приділяли увагу А. Капелюшний [29], Л. Сніцарчук [70], та інші. Також предметом наукової уваги українських вчених ставала природа політичного гумору (С. Денисюк [17]), його функціональна специфіка у розважальному контексті на прикладі періодичних видань та медіаплатформ

1993 – 2018 рр. (публікація у співавторстві О. Дзикович і О. Рибкіної [18]). Однак, новітні формати соціально-політичних комунікацій (авторські проєкти, програми, блоги) залишилися поза науковим полем сучасного журналістикознавства. Отже, актуальним вважаємо наукове дослідження на тему: «Сатиричний дискурс політичних програм Майкла Щура (Романа Вінтонова) «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток»»

Мета роботи полягає в аналізі сатиричного дискурсу (типів та прийомів творення сатири, стилістичних засобів) політичних проєктів Майкла Щура (Романа Вінтонова) та Богдана Амосова.

Реалізація мети передбачає виконання таких **завдань**:

- 1) визначити роль соціально-політичних комунікацій в політичній сфері суспільства (зважаючи на інституційний аспект);
- 2) з'ясувати соціально-політичне значення ЗМІ;
- 3) відстежити явище медіатизації політики як зміну парадигми соціально-політичної комунікації;
- 4) розкрити значення поняття «сатира»; розглянути сатиру як спосіб художнього відображення дійсності;
- 5) охарактеризувати функції сатири у соціально-політичному медіапросторі;
- 6) розглянути сатиру як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура (на прикладі проєкту «Телебачення Торонто»);
- 7) визначити типи та прийоми творення сатири;
- 8) охарактеризувати іронію як засіб моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток»;
- 9) проаналізувати специфіку репрезентації політичної сатири: виокремити стилістичні засоби.

Об'єктом дослідження є політичні проєкти Майкла Щура (Романа Вінтонова) «Телебачення Торонто» (випуски за 2020-2022 рр.) та Богдана Амосова «Без кісток» (випуски за 2020-2022 рр.).

Предмет дослідження – прояви сатиричного дискурсу в авторських сатиричних проєктах Майкла Щура (Романа Вінтоніва) «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток».

Для вирішення поставлених завдань у роботі використані такі **методи**: конкретно-історичний метод; аналіз словникових дефініцій; типологічний метод; а також метод спостереження, описово-аналітичний метод, аналізу і синтезу наукової літератури під час вироблення наукової концепції, дискурсивний аналіз, функціонально-системний аналіз, метод суцільної вибірки (збір фактичного матеріалу), тощо.

Методологічною основою роботи є праці таких дослідників: особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві дослідили Н. Громадська і О. Акетіна [12]; у фундаментальних дослідженнях В. Недбая подано характеристику сучасних політичних комунікацій в медійно-технологічному аспекті [53-54]; особливості політичних комунікацій в умовах розвитку технологій інформаційного суспільства з'ясовано у науковій розвідці Л. Кочубей [33]; сатира як спосіб художнього відображення дійсності стала предметом аналізу А. Макарян [46], О. Мальцевої [50], П. Рихло [59]; жанри сатиричної публіцистики розглянуто та проаналізовано у роботах Ю. Ярмиша [92-93], О. Кузнєцової [37], А. Щербини [91], та інших.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у роботі була вперше здійснена спроба аналізу особливостей функціонування сатири в соціально-політичній комунікації (на матеріалі авторських сатиричних проєктів Майкла Щура (Романа Вінтонова) «Телебачення Торонто» та Богдана Амосова «Без кісток»). Було з'ясовано, що серед головних функцій сатири в соціально-політичному медіапросторі можна виокремити критику негативних політичних явищ, емоційний вплив на адресата інформації, репрезентацію авторської позиції журналіста. Сатиричний дискурс в соціально-політичній комунікації є фіксатором парадоксальних ситуацій та подій, пов'язаних з політичним життям країни. Було встановлено, що

авторські програми Богдана Амосова і Майкла Щура (Романа Вінтонова), присвячені сучасним політичним реаліям, індивідуалізують подачу інформації, репрезентують власну авторську думку на події, що відбуваються, надають можливість обговорювати важливі політичні проблеми/події (найголовніша з них – російсько-українська війна) в межах одного дискурсу. Задля формування невпинного інтересу до актуальної/поточної політичної інформації автори політичних проєктів «Без кісток» і «Телебачення Торонто» використовують відповідний комунікативний фон знань, а також мовно-стилістичні одиниці критико-комічного характеру. Вони звертаються до традиції обігравання несумісних понять, а також комізму, іронії, сатири і сарказму, інфотейнменту, стендапу.

Сатиричний дискурс політичних програм Богдана Амосова і Майкла Щура (Романа Вінтонова) формується унаслідок не просто перевертання загальноприйнятих норм щодо ставлення до тих, чи інших політичних подій, але й невід'ємною складовою є оціночний елемент. Сатира у соціально-політичній комунікації виступає не просто видом комічного, у якому важливе значення виконує естетичний аспект. Головним завданням сатири стає критика, викриття, осміяння, приниження, дескредитація соціально-політичних явищ, зокрема дій російського уряду і командування в умовах російсько-української війни.

Було доведено, що відтворюючи певні політичні сюжети, події, політичні фігури у комічних, смішних формах, а також в іронічних, сатирично-викривальних аспектах, політичні медіатексти впливають на формування особистісної культури і ментальності українців, підкреслюючи свободу поглядів і оцінок, що панують в українському суспільстві.

Практичне значення дослідження: матеріали магістерської роботи можуть бути використані під час подальших наукових розробок, а також при підготовці лекційних та практичних занять з курсів «Історія української журналістики», «Історія зарубіжної журналістики», «Сучасна українська публіцистика», «Медіакритика», «Медіакультура» тощо.

Апробація результатів роботи. Апробація роботи була здійснена на щорічній науково-практичній конференції «Тиждень науки» (Запоріжжя 18-22 квітня : НУ «Запорізька політехніка», 2022 р.).

Публікації. За результатами наукових досліджень було надруковано тези: Скрипка А.І. Функції сатири у соціально-політичному медіапросторі// Тиждень науки-2022. Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 18–22 квітня 2022 р. [Електронний ресурс] / Редкол. :В.В. Наумик (відпов. ред.). – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – С. 1760-1762.

Структура роботи. Дослідження складається зі вступу, чотирьох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел. У вступі виявляється ступінь вивченості заявленої теми, окреслюються мета, завдання, об'єкт, предмет дослідження, його наукова новизна, теоретичне та практичне значення.

У першому розділі визначається роль соціально-політичних комунікацій в політичній сфері суспільства (зважаючи на інституційний аспект); з'ясовується соціально-політичне значення ЗМІ; відстежується явище медіатизації політики як зміна парадигми соціально-політичної комунікації.

Другий розділ присвячено аналізу особливостей функціонування сатирико-саркастичного дискурсу в соціально-політичній комунікації. Також у цьому розділі у першому підрозділі розкривається значення поняття «сатира»; сатира розглядається як спосіб художнього відображення дійсності; у другому підрозділі подається характеристика функціям сатири у соціально-політичному медіапросторі.

Третій розділ також складається з двох підрозділів. У першому підрозділі сатира розглядається як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура (на прикладі проєкту «Телебачення Торонто»); у другому підрозділі визначаються типи та прийоми творення сатири.

У четвертому розділі детально аналізується сатирично-політичний проєкт Богдана Амосова «Без кісток». У першому підрозділі подається характеристика іронії як засобу моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток»; у другому підрозділі аналізується специфіка репрезентації політичної сатири, виокремлюються стилістичні засоби її створення.

У висновках узагальнюються результати дослідження, окреслюються перспективні напрямки подальших наукових розвідок із заявленої теми.

Обсяг роботи – 90 сторінок. Список використаної літератури містить 93 найменування.

РОЗДІЛ 1.

РОЛЬ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ СУСПІЛЬСТВА: ІНСТИТУЦІЙНИЙ АСПЕКТ

1.1 Соціально-політичне значення ЗМІ

Аналіз сутності поняття «політична комунікація» може бути здійснено в контексті змістовного наповнення понять «політика» та «комунікація». Під «політикою» розуміємо державні чи суспільні справи, мистецтво управління державою, державну діяльність [73, 281]. Політична сфера – це сфера відносин значних груп людей, різних історично утворених спільностей, що спрямована на завоювання, утримання і використання державної влади [73, 281]. Поняття «політика» є досить змістовним і розгалуженим: це і одна з форм суспільної свідомості; це діяльність органів державної влади, державного управління, політичних партій, громадських об'єднань.

Політика як історичне явище змінюється разом із ускладненням соціальних організацій, позитивно чи негативно впливаючи на різні сфери життя. Зміст, мету, засоби політики визначають конкретно-історичні обставини, суспільна свідомість, потреби, інтереси, мета, усвідомлена членами суспільства. Як свідчать реалії життя, політика часто існує в межах суперечливого співвідношення з моральною свідомістю суспільства, утворюючи давно усвідомлену проблему їх взаємозв'язку, взаємовідповідності мети і засобів. Політична мета може реалізовуватися морально або аморально. Крайнім виявом аморальності є війна, що в епоху ядерної зброї стає глобальною проблемою людства.

Ігнорування динамічності політичного життя, пасивне вичікування приводять до посилення антирозумного, стихійного в суспільній життєдіяльності.

Розрізняють внутрішню політику (внутрішні взаємовідносини нації, взаємовідносини класів, соціальних груп, верств, партій усередині певної держави) і зовнішню політику (відносини між державами, народами,

націями). Маючи різну функціональну специфіку, як внутрішня, так і зовнішня політики забезпечують збереження і зміцнення або зміну існуючої в державі системи суспільних відносин.

Дослідники К. Крос та Р. Гакет вважають, що, з одного боку, слово «політичний» має стосуватися інституційної влади, а не просто влади, вираженої в особистих відносинах. З іншого боку, сфера дії поняття «політика» є ширшою, ніж просто формальні урядові структури, партії та виборчий процес. Наприклад, М. Вебер розглядав політику як певні дії, спрямовані на здобуття, утримання і використання влади. Г. Ласвел вважав, що політика полягає в тому «хто що отримує, коли і як». І. Хейвуд, та Б. Крик визначають політику як процес, кінцевою метою якого є примирення розбіжностей та вирішення конфліктів. Однак жодне, навіть універсальне визначення, не в змозі охопити все різноманіття такого феномена, яким є політика. Поняття «комунікації» є так само широким і включає до себе: «процес передачі інформації від одного до іншого та процес формування свідомості індивіда, соціальних груп, суспільства в цілому» [14, 4].

Важливою складовою політичних комунікацій виступає політична інформація. Вона є відображенням політичної сфери життя суспільства, являє собою сукупність повідомлень про явища і процеси, що відбуваються у сфері життєдіяльності суспільства. Політична інформація займає одне з провідних місць у соціальній інформації, має великий вплив на свідомість людини, її життя. До політичної інформації належить «уся сукупність повідомлень, відомостей, знань, оцінок, що стосуються не тільки політичного, але й економічного та духовного життя суспільства...» [73, 282]. Політична інформація не може сприйматися сама по собі, вона пов'язана із життям суспільства, із життям кожного окремого індивіда. Політична інформація – це інформаційний кістяк соціальної інформації, що поєднується з іншими видами інформації.

Політична інформація має складну структуру та вирізняється різноманітністю форм існування. Форми та зміст її певним чином пов'язані,

характеризуються постійним взаємопроникненням. У структурі політичної інформації можна виділити такі рівні, що складають ієрархічну структуру пізнавального процесу суспільно-політичних обставин: повідомлення про факти та події суспільного життя; їх роз'яснення, аналіз та характеристика; узагальнення фактів; систематизація уявлень про суспільно-політичне життя. На думку політолога Н. Джинчарадзе, головною функцією системи політичної інформації є «формування масової свідомості у суспільстві, політичних переконань, політичної культури» [73, 283].

Політична інформація постає як універсальний інструмент соціального управління, що залежить від рівня проінформованості осіб, які беруть участь в управлінні суспільними процесами. Іноді політична інформація стає засобом маніпуляції свідомістю суспільства, окремих соціальних спільностей, осіб. Н.Джинчарадзе підкреслює, що за допомогою «спеціально обраної, сформованої інформації або поданої у вигідному, потрібному аспекті відбувається духовне насилля над особою» [73, 283].

Політична інформація є складовою політичної комунікації, яка має п'ятикомпонентну структуру: суб'єкт, адресат комунікації (інший суб'єкт), канали комунікації, контент повідомлення (політична інформація), простір. Як слушно зауважує А. Данько-Сліпцова, соціологами доведено, що найвпливовішим засобом політичної комунікації в інформаційному суспільстві є масмедіа [14, 8]. Але держава також формує і продукує свою комунікаційну політику, яка включає:

- розробку й удосконалення законодавства;
- власну комунікаційну діяльність держави;
- широкий розвиток інформаційної державної інфраструктури;
- різноманітні форми, методи і способи впливу державних органів на масову комунікацію;
- прийоми інфільтрації державної інформації в масову політичну комунікацію.

Окрім того, варто звернути особливу увагу на адресність політичної інформації, її «упаковку» відповідно до споживацьких стандартів різних груп населення. Якщо інформація подається «упакованою» у стандартні кліше (ідеологічні, мовно-культурні та ін.) цієї групи, то вона має значно більше шансів на успішне засвоєння вищезгаданою групою.

Враховуючи вищезазначене можна навести формулювання певних узагальнень щодо культури політичної комунікації.

Основні принципи політичної комунікації є:

- пріоритетність якостей і цінностей певної культури (ієрархія);
- рівні права усіх громадян на отримання інформації (демократія);
- наближеність до культури нації, етносу, конфесії, класу тощо (ідентичність);
- урахування морально-етичних норм (мораль).

Характер політичної комунікації в суспільстві, рівень її розвитку визначаються рівнем загальної та політичної культури суспільства, опосередковуються їх цінностями й нормами. Але політична комунікація як засіб існування й передавання політичної культури саме й визначає рівень політичної сфери суспільства.

На думку науковців, сучасна політична практика свідчить про те, що без масових каналів, засобів масової комунікації, за допомогою яких визначається порядок денний, створюються образи для формування громадської думки, продукуються та усвідомлюються інтереси різних суб'єктів, неможливе створення публічної комунікації в політиці [53, 3].

Роль засобів масової інформації у відображенні політичної сфери життя суспільства не можна оцінювати однозначно, але й не варто недооцінювати. Коли в умовах посилення конкуренції, економічних ризиків, прибутковість перетворилася на один з ключових пріоритетів суспільства, роль ЗМК у політичному житті країни, усій системі їх взаємовідносин з громадськістю суттєво змінилася. Як зауважує дослідник В. Недбай, «громадянсько-центрічну модель взаємодії з суспільством витісняє ринково-

орієнтована» [53, 12]. На посиленні ролі соціально-політичної комунікації у сучасному суспільстві, зокрема, на зрощенні сфер масової комунікації та політики наполягають науковці Н. Громадська і О. Акетіна [12, 54]. Вони підкреслюють, що комунікаційний процес у політичній сфері прискорюється, збагачується новими медіа технологіями, набуває нових властивостей, зокрема таких як «зворотний зв'язок» [12, 54].

Політична комунікація є специфічним видом політичних відносин і розглядається як невід'ємний елемент політичної сфери суспільства, частина його політичної свідомості.

Масова комунікація (або інформаційно-пропагандистська діяльність) є діяльністю соціального суб'єкта з виробництва й поширення соціально-політичної інформації, націленої на формування суспільної свідомості суб'єктів політики та спрямування їхньої діяльності.

Ця діяльність здійснюється з допомогою специфічних соціально-політичних інститутів – засобів масової комунікації.

Початок вивчення проблем політичної комунікації пов'язують з дослідженням пропаганди в період Першої світової війни (1914–1917). Але фундаментальні праці та власне термін «політична комунікація» з'явилися наприкінці 40-х років ХХ ст.

Виокремлення цього напрямку на межі соціальних і політичних наук було зумовлене розвитком кібернетичної теорії та наступом нових комунікаційних систем і технологій. Нині особливу увагу дослідники політичної сфери суспільства приділяють його комунікативним аспектам, проблемам функціонування засобів масової інформації та зв'язків влади з громадськістю.

Соціально-політичне значення ЗМІ в системі масових комунікацій неухильно зростає. На початку ХХІ століття в інформаційному суспільстві функція виявлення і артикуляції суспільних інтересів, яку традиційно виконували політичні партії, переходить до численних ЗМК. Окрім того, на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства, ЗМІ, як важлива

складова масових комунікацій, виконують не одну, а декілька соціально-політичних ролей: вони організують, об'єднують, консолідуєть, інформують суспільство. Також виокремлюють такі функції соціально-політичної комунікації: інформаційну (поширення важливих знань про елементи політичної системи); регулятивну; функцію політичної соціалізації (у суспільства формуються певні норми політичної діяльності і політичної поведінки); маніпулятивну функцію; інтеграційну/дезінтеграційну; мотиваційну функцію. У той же час ЗМІ можуть відігравати і протилежну роль – дестабілізувати суспільство, дезінтегрувати його. Головним завданням соціально-політичної комунікації є формування громадської думки і суспільної свідомості, що в свою чергу, обумовлює і впливає на зміст і характер різноманітних політичних процесів, які відбуваються в державі.

Соціально-політичні комунікації, які поширюють і транслюють сучасні ЗМІ, починають функціонувати у площі іншої парадигми, яка полягає у тому, що ефективність зусиль політиків у боротьбі за владу багато в чому залежить від інформаційної переваги у віртуальному просторі.

Отже, у сучасному інформаційно-комунікаційному процесі засоби комунікації мають не менш важливе значення, ніж саме мовлення. Зміст інформації залежить і від того, на якому каналі транслюється інформація. Соціально-політична комунікація в інформаційному суспільстві має свої особливості: вона передбачає обмін політичною інформацією між учасниками політичної системи за допомогою технічних засобів зв'язку та у віртуальній мережі.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства ЗМІ знаходяться в епіцентрі публічної політики; змінюється формат політичних відносин – вони рухаються у бік спрощення і перетворення політичної комунікації на розважальний контент.

1.2 Медіатизація політики як зміна парадигми соціально-політичної комунікації

Політичні комунікації набувають стрімкого розвитку. Сучасний світ глобалізується й трансформується, що знаходить своє відображення у функціонуванні інформаційно-комунікаційних процесів. Поява новітніх медіа призвела до конвергенції і, як наслідок, до взаємопоєднання засобів комунікації, що породило нові можливості у функціонуванні політико-комунікаційних систем сучасного суспільства.

Серед сучасних форм комунікації особливе місце відводиться комп'ютерно-опосередкованій комунікації, яка визначається як процес, що відбувається у відкритому електронному соціальному середовищі, найчастіше за допомогою вербальних, візуальних і аудіальних засобів комунікації (текстів, графіків, відео-файлів, тощо), здатних ініціювати формування Інтернет-товариств і особливу форму саморепрезентації, наприклад, власні канали на YouTube, блоги, авторські програми, проекти, тощо.

Інформаційно-технологічна модернізація системи засобів масових політичних комунікацій сприяє появі нових явищ у функціонуванні соціально-політичних комунікацій. Як слушно зауважує професор В.Недбай, «розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спричинив посилення впливу медіатехнологій на політичний процес» [53, 9]. У політиці почали використовуватися потужні технотелемедіуми, з'явилися нові типи трансляції інформації і нові форми комунікації. Сучасні ЗМІ, зокрема, електронні, перетворили політику на медіапроцес, одночасно стимулювавши і певні зміни в процесі комунікації. У складному інформаційному суспільстві комунікація виявилася найважливішим інструментом формування і саморепрезентації політики. Медіатизація політики стало поширеним явищем, під яким зафіксувалося розуміння сукупності процесів і явищ інформаційного впливу і взаємодії як усередині політичної сфери, так і при її

переплетенні зі сферою масмедіа, тобто «через публічні презентації політичних змістів» [53, 13].

Медіатизація політики призводить до того, що політичне життя проходить не тільки в режимі реального часу, але більше протікає в інформаційному полі. Актуальною тенденцією у сучасному політичному процесі є поява в сфері соціально-політичних комунікацій нових акторів, які є як інституціолізованими (нові масмедіа), так і неінституціалізованими (віртуальні співтовариства) формами вираження політичних поглядів, ідей, намірів. Це, на думку дослідника В. Недбая, приводить до появи нових політичних ефектів, які трансформують процеси політичного управління [53, 9]. Відбувається взаємозбагачення парадигм, які раніше вважалися протилежними, так масмедіа політизуються, а політична сфера набуває посиленої медіатизації. У сучасному суспільстві більшого значення набуває не становлення і формування політичних інститутів і норм, а формування віртуальної політичної сцени, де панують засоби масової інформації.

Медіатизація політики призводить до посилення медіавпливу – тобто здатності певних типів медіапродукції (новинних повідомлень, авторських програм, політичної реклами, тощо) впливати на аудиторію. У цьому процесі можна виокремити два рівні: створення і поширення інформаційних повідомлень, а також приєднання до повідомлень оціночних або нейтральних коментарів. Як відомо, систематичність і комплексність висвітлення тієї чи іншої проблеми/явища підвищує ступінь ефективності впливу ЗМІ на суспільство.

На думку науковця В. Недбая, сучасні ЗМІ поводять себе так само як і політичні партії, але вони не мають політичної ідеології. У випадку комунікаційної діяльності ЗМІ лідер партії, відомий політик стає не стільки політиком, скільки «медійною особою», яка функціонально нічим не відрізняється від інших «медійних осіб» – шоуменів, відомих журналістів, спортсменів, та інших представників публічної сфери суспільства. Віртуалізація політичного простору призводить до того, що

трансформуються традиційні способи сприйняття політичних фігур, представників елітарних груп.

Медіатизація політики призводить до маркетизації і театралізації політичного процесу, тобто змінюються форми і способи його моделювання і репрезентації. У цьому важливу роль відіграють Інтернет-ЗМІ, оскільки мають різноманітні форми і технології продукування і поширення інформації, зокрема і політичної. Тут можливе створення і тиражування політичної інформації в рамках персонального контенту (блоги, сайти, авторські програми). Інтернет пропонує діалог, оскільки тут представлені всі види комунікації: масова, міжособистісна, спеціалізована. Завдяки Інтернет-ЗМІ політичний процес стає більш відкритим для громадськості, а Інтернет-мережа починає розглядатися як важливий засіб безпосередньої політичної комунікації.

Поступово Інтернет стає незалежним майданчиком для політичного дискурсу і мобілізації аудиторії в політичних процесах. Як слушно зауважує В. Недбай, «Інтернет – це не тільки ідеальний майданчик для політичного дискурсу, але й спосіб безпосередньої й постійної присутності політичних акторів у медійному просторі» [53, 14].

Новим явищем інтерактивної культури, феноменом політичної комунікації стають блоги. Порівняно з іншими каналами комунікації можна виокремити такі відмінності блогів: легкість пошуку, легкість публікації, можливість прямого зв'язку, взаємозв'язок. Аналізуючи роль блогів у соціально-політичній комунікації, можна виділити такі найбільш характерні тенденції: блоги можуть використовуватися для інформування, консолідації аудиторії, за їх допомогою легше впроваджувати певні ідеї, вони також можуть стати у нагоді в політичній боротьбі проти опонентів.

Блоги як феномен політичної комунікації можна розглядати як явище нової інтерактивної політичної культури. Ця інноваційна медіатехнологія синтезує в собі практики споживання й комунікації. Блог як мережевий щоденник є новим явищем у соціально-політичній комунікації і він

поступово набирає популярності. Це свідчить про те, що сучасна людина більше прагне до самовираження, до самостійного формування свого кола спілкування і кола джерел інформації.

Соціально-політична комунікація в умовах формування мережевого суспільства трансформується в комунікацію між образами, трансльованими за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. На сучасному етапі розвитку соціально-політична комунікація набуває властивості віртуальності, симуляції, міфологізації, медіатизації. Окрім того у блогах змінюються форми подання інформації. У новинних випусках блогерів спостерігаємо продуктивне поєднання сатири, ігри із серйозною інформацією – така інноваційна форма подання інформації стає потенційно впливовою формою публічної інформації.

Таким чином, політика за своєю сутністю стала медійною, а інноваційні медіатехнології перетворилися на один з найважливіших факторів гіпермедіатизації політики. Тобто можемо констатувати зрощування сфер масової інформації й політики, що обумовлюється високим значенням масмедіа як потужного інструменту політичного впливу.

РОЗДІЛ 2.

САТИРИКО-САРКАСТИЧНИЙ ДИСКУРС В СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

2.1 Сатира як спосіб художнього відображення дійсності

Сатира є особливим способом художнього відображення дійсності, який передбачає гостре осудливе осміяння негативного. Сатира носить викривальний характер і спрямована проти соціально шкідливих явищ, проти негативних явищ, зокрема, у політиці, має гострий, непримиренний характер. За слушним зауваженням співредакторів «Літературознавчого словника-довідника», основою сатиричної типізації є художня гіперболізація, а також шарж, гротеск [42, 611-612].

Сатира визначається як специфічна форма художнього відображення дійсності, в якій викриваються і висміюються негативні сторони життя; нещадна, нищівна критика зображуваного, яка розкриває його нікчемність, недостатність, неадекватність своїй природі або внутрішньому закону [59, 509]. Основним формотворчим принципом сатири, поряд з викриттям і засудженням історично приреченого, морально недосконалого, естетично недолугого і тому подібного є сміх, тобто іронічне, гротескне або саркастичне глумління над яким-небудь об'єктом, явищем чи особою, котрим притаманне порушення органічності, зовнішньої або внутрішньої гармонії, розлад між явним і сутнім, формою і змістом, дійсністю та ідеалом [59, 509]. Сатира живиться енергією ідеалу, який в ній фактично незримий, відсутній, але його масштаб і параметри немовби проектується на зображуване явище, яке повсякчас співвідноситься з ним. Якщо порівнювати сатиру з гумором, то від останнього вона відрізняється тим, що їй притаманне повне заперечення зображуваного як такого, що не має права на існування. Науковці також вказують на неоднозначну природу сатири, для якої характерним є те, що сміх у ній нерідко затінюється трагічним світовідчуттям.

Поняття сатири не має однозначного тлумачення. Як слушно зауважує П. Рихло, поняття і сутність сатири належать до досить запутаних і дискусійних проблем теорії літератури [59, 509]. Зазвичай дефініція «сатира» інтерпретується як «безжальне, знищувальне переосмислення об'єкта зображення». Зрозуміло, що сатира виступає особливим ідейно-художнім принципом зображення дійсності, у рамках якого формується ясна і сутнісно визначена оцінка зображуваного явища. Тобто сатира – це викриття негативного через його різке висміювання з позицій високих суспільних ідеалів.

У теорії літератури зустрічаємо твердження, що сатиричне зображення дійсності, як правило, суб'єктивне і тенденційне. Воно залежить, в першу чергу, від світоглядної позиції, політичної орієнтації, моральних засад автора, психологічного складу його характеру, темпераменту, ерудиції, тощо.

Сатира, викриваючи вади політикуму, виступає у якості соціальної зброї. Джерелом сатиричного сміху є вади, недоліки, які гальмують розвиток суспільства, сприяють укоріненню хибних рис. Сатира настановляє, підштовхує до виправлення недоліків, орієнтуючись на універсальні цінності світу.

Сатира має свої специфічні принципи типізації, основою яких завжди є певне «спотворення», «викривлення» дійсності. Сатиричний ефект виникає лише тоді, коли той чи інший життєвий об'єкт «пародіюється», коли гіпертрофовано, або деформовано його реальні співвідношення. Цієї деформації можна досягти різними шляхами – гіперболічним загостренням, прийомами фантастики, алегоричним трактуванням, гротескним осмисленням, дошкульною іронією, саркастичним зображенням [59, 509]. Сатира допускає й ототожнення правдоподібного й нереального, конкретного й абстрактного, живого й неживого, органічного й механічного, вдаючись до містифікації, очуження, художньої умовності, абсурду.

Сатира – це викриття, бичування пороків, це – «руйнівний сміх», «сміх переваги». Вона не просто викликає сміх – сатира повинна викривати,

сприяти змінненню реальності. У сучасну епоху сміх поступово переходить зі сфери діалогу, вузькогрупової комунікації у сферу масової інформації, масової культури. Як слушно зауважує дослідниця С. Чуніхіна, гумор стає звичною формою сучасних політичних комунікацій, а гумористичні проекти пародійного або сатиричного спрямування стають неодмінною частиною національного та міжнародного політичного ландшафту [85, 220].

За визначенням енциклопедичного словника під редакцією А. Прохорова «Сатира – це спосіб прояву комічного у мистецтві, що складається з нищівного осміяння явищ, які представляються автору порочними. Сила сатири залежить від соціальної значущості займаної сатириком позиції, від ефективності сатиричних методів (сарказм, іронія, гіпербола, гротеск, алегорія, пародія тощо). Сатира виникла в народній «сміхова» культурі і поступово охопила ряд видів, родів і жанрів мистецтва: театр (комедія, фарс, огляд), література (драма, комедія, епос, лірика), публіцистика (памфлет, фейлетон), зображувальне мистецтво (карикатура, шарж), естраду, кіно, телебачення» [72, 1167]. Доречно навести визначення терміну з Літературного енциклопедичного словника під редакцією В. Кожевнікова: «Сатира – це специфічний спосіб художнього відтворення дійсності, що розкриває її як щось мінливе, невідповідне, внутрішньо неспроможне. Сатира «моделює» свій об'єкт, створюючи образ високого ступеня умовності, що досягається «направленим спотворенням» реальних контурів явища за допомогою перебільшення, загострення, гіперболізації, гротеску. Сатирик використовує й інші види комічного (такі, як гумор та іронія), але для власне сатири характерна різко виражена негативна забарвленість естетичного об'єкта» [43, 370].

Дослідник В. Русанівський зазначає, що «і те й друге – різновиди комічного. І те й друге відбиває невідповідність між метою дії та її наслідками. Але якщо гумор – нездатність (інколи неусвідомлювана) людини досягти бажаного через брак досвіду, розуму, освіченості, фізичної сили та

ін., то сатира – критика тих соціальних умов, які гальмують розвиток певних виробничих і духовних сил суспільства» [62, 4].

У сучасних працях вітчизняних журналістикознавців В. Здоровеги, Н. Зикун спостерігається еволюція дослідження сатиричного відображення дійсності і поступове розмежування сатири художньої (літературної) і публіцистичної (документальної). Останню пропонується називати сатиричною публіцистикою враховуючи її виразний суспільний характер, відповідність функціональним і формально-змістовим критеріям публіцистичності, найголовніше – орієнтованість номінації на медійний дискурс [26, 78].

Сатира – це специфічний спосіб художнього відтворення дійсності, що розкриває її як щось мінливе, невідповідне, внутрішньо неспроможне, а гумор – особливий вид комічного, що поєднує насмішку і співчуття, зовні комічне трактування і внутрішню причетність до того, що представляється смішним. Відношення гумору до сатири визначається тим, що джерелами сатиричного сміху служать пороки, недоліки як такі, а гумор виходить з тієї істини, що наші недоліки і слабкості – це найчастіше продовження або виворіт наших достоїнств.

Українська сатира має багаті й славні традиції. С. Єфремов вказував, що українці славляться своїм природженим гумором, гострою й дотепною сатирою [23, 107]. Про гумор та іронію як здатність дивитися на «речі важкі й болючі зі спокоєм і лагідним усміхом або переливати гарячий пафос, обурення, гнів також в усміх, але гіркий і гризучий» як властивість, «глибоко вкорінену в природі южноруса», говорив І. Франко, характеризуючи творчість І. Вишенського [цит. за 51, 61].

Іронічно-сатиричне світосприйняття характеризує українців на різних етапах їхньої історії. В. Буряк зазначав, що нелегка, здебільшого трагічна доля України-Русі заклала в підвалини національного менталітету специфічні архетипічні коди – своєрідну психосвідомісну реакцію-захист на соціально-історичні подразники негативного плану.

Однією з домінант, що виражає характер генокодів свідомісного в українців, він називає гумор та сатиру, простежуючи на матеріалі усної й писемної словесності XIV–XVIII ст. складний процес формування історико-художнього комплексу народної пам'яті. Дослідник вказував на наявність гумористичного й сатиричного елементів в обрядовому фольклорі, у казках і легендах, історичних оповідях, загалом у духовному житті українців цього періоду. На його думку, це характеризувало не тільки цілісність художнього відчуття, а й було захисною психологічно-художньою реакцією етнічної свідомості для ствердження своєї самотності [6, 4–5].

Один із теоретиків сатири А. Макарян вказував, що сатира є проявом моральної сили й міці народу. Він вважав, що насміхається сильний, а класи й сили, приречені природою, бояться сатири так само, як і критики [46, 4].

Розвиток сатири відбувався на основі історичної наступності, на фундаменті всього світового історичного досвіду. Сатирична публіцистика як самотнє явище, що протягом тривалого часу відіграє помітну роль у суспільному житті, сформувалась у відповідь на потреби суспільства. «Прагнення суспільства до самотності» виявилось в літературі в тому, що в неї «почав проникати елемент історичний і сатиричний» [23, 418]. Ю. Борев вказував на демократичну природу сатири, що, за його словами, є плодом розвитку цивілізації. Сміх він характеризував як колегіальну інстанцію, яка передбачає естетичну спільність людей, розвинуто суспільність [4, с. 184, 185].

Джерелами становлення української сатиричної публіцистики виступали, по-перше, усна народна творчість, по-друге, гумористичні твори В. Блакитного, Остапа Вишні, С. Пилипенка, М. Хвильового та багатьох інших. Також, важливим кроком у становленні сатиричної публіцистики, став розвиток перших гумористичних газет та журналів: «Шершень», «Оса», «Заклепка» та «Гвоздь».

На сучасному етапі розвитку медіакommунікацій сатирична публіцистика поступово стає особливим сегментом, особливою частиною журналістського

простору. Поступово, нові суспільно-політичні умови, нові особливості, нові сучасні реалії впливають на функціональне призначення, характеристики сатири.

Отже, сатира як спосіб художнього відображення дійсності передбачає гостре, осудливе висміювання негативного, викриття недоліків, вад. Вона передбачає нещадну, нищівну критику зображуваного і є суб'єктивною, тенденційною. Сатиричне зображення залежить, в першу чергу, від світоглядної позиції, політичної орієнтації, моральних засад автора, психологічного складу його характеру, темпераменту, ерудиції, тощо. Сатирична публіцистика поступово стає особливим сегментом, особливою частиною журналістського простору. Поступово, нові суспільно-політичні умови, нові особливості, нові сучасні реалії впливають на функціональне призначення і характеристики медійної сатири.

2.2 Функції сатири у соціально-політичному медіапросторі

Українська сатирична публіцистика завжди була складним, багатоаспектним і полемічним явищем. Її формування відбувалося на межі двох епох, а характерною ознакою стало поєднання елементів народної творчості з рисами, привнесеними періодом національно-визвольних змагань. Фейлетони, памфлети, сатиричні замітки та публікації інших подібних жанрів допомагали читачеві легше зорієнтуватися у вирі суспільних подій, зрозуміти, чиї інтереси відстоює та чи інша партія [11, 107].

Витоки політичної сатири пов'язують з особливим періодом в історії українського народу – XVI та XVII ст., що ознаменувалися сильним культурно-суспільним і політичним злетом. Помітною була активність українців у формулюванні ставлення до життя й навколишньої дійсності, що знаходило яскраве відображення в словесній творчості. Саме в цей період можна говорити про формування сатиричної літератури. Цьому сприяв не лише досвід розвитку сатиричних елементів, які фіксувалися у

більш ранніх літературних і фольклорних джерелах, а й, насамперед, ті суспільні та соціальні потрясіння, які переживав український народ [26, 78].

Сатира була і до сьогодні залишається однією із одиниць виміру духовної культури будь-якого народу. Її межі досить важливі, оскільки сміх – основна складова сатири – завжди відігравав роль діючого фактору культури [26, 78].

У 1990-х роках, коли розпочалася «перебудова», відбулися зміни і в ідеологічних векторах. Соціально-економічний розвиток сприяв посиленню критики недоліків колишньої системи суспільства, їх потрібно було якнайшвидше викорінювати. Почалася загальна ревізія попереднього суспільно-політичного досвіду, духовного і культурного становлення людства. У переосмисленні перехідного стану розвитку суспільства були задіяні усі засоби сатири: іронія, гумор, дотепність, гротеск, сарказм. Їх активне використання свідчило про активізацію сміху, про масштабне поширення «сміхових оцінок» [50, 69]. Відомі вчені-філософи Ж. Бодрійяр, І. Гассан, Ж. Дельоз, Ю. Кристева, охарактеризували сучасний стан суспільства як карнавалізоване середовище, у якому відбуваються «суттєві зрушення індивідуальної та суспільної свідомості» [50, 69].

У перехідний період розвитку суспільства основними функціями сміху стали: по-перше, згладжування соціального стресу; по-друге, пом'якшення, згладжування проблем з адаптацією до нових змін і реформ, до ломки старих соціокультурних підвалин; по-третє, забезпечення комунікативного зв'язку між різними верстами населення. Сатира цього періоду демонструє повну зневіру в будь-які політичні проекти, використовується з метою нищівного висміювання тоталітарних і посттоталітарних «слідів». На цьому етапі використовується основний формотворчий принцип сатири – протиставлення дійсності та ідеалу, але, як слушно зауважує О. Мальцева, на прикладі політичних скетчів «Вечірнього кварталу», цю сатиру не можна назвати гострою політичною сатирою, оскільки соціальна критика, закладена в ній, занадто «...м'яка, «беззуба»; вона не скільки закликає до боротьби з

виявленими недоліками, скільки ніби погоджується з їх наявністю...» [50, 83].

Епоха культури постмодерну характеризується тим, що дозволяється сміятися над усім. Влада заохочує панування сміхових настроїв у суспільстві. За допомогою сміху владний політикум легітимує «свій владний карнавал» [50, 83]. Сміх стає засобом нівеляції проблем, а не їхнього оголення. Сучасній сатирі притаманні пригнічення, туга, втома, скепсис щодо втраченого ідеалу й суцільного антигуманізму. В умовах постмодерну закономірним постає пошук оновленого сенсу буття. Також змінюється і характер та тематизація гумору й сатири. Зміст сучасної сатири складається з чотирьох ключових елементів: агресії, гри, сміху та оцінки.

Перехідні періоди розвитку суспільства завжди характеризувалися дестабілізацією усіх сфер, соціально-політичної зокрема. У часи політичного занепаду, нестабільності сатира посідає чільне місце у соціально-політичній комунікації. Інтернет, соціальні мережі сприяють широкому та швидкому розповсюдженню політичного гумору.

Визначення поняттю «політичний гумор» дає А. Дмитрієв, який тлумачить його як відношення до політичного об'єкту, що поєднує зовні смішне трактування з внутрішньою серйозністю [19, 38]. Він також наголошує на тому, що політичний гумор є невід'ємним і мінливим атрибутом політичного процесу, своєрідною реакцією на концентрацію влади в суспільстві, його головна роль полягає у тому, що він викликає загальний інтерес публіки до політики, до її представників [19, 56].

Політичний гумор реалізується у різних формах, зокрема, таких як іронія, пародія, комедія, сатира. Що стосується тематичних рамок, то вони також не є чіткими: політичними вважаються усі теми, які стосуються суспільства та влади. Вони утворюють політичний дискурс у рамках існуючого комунікаційного простору.

На думку науковців О.Дзикович і О.Рибкіної, політичний гумор народжується у результаті симбіозу медіатизації політики, піару та

розважального дискурсу [18, 67]. Унаслідок поширення політичного гумору у різних медіаформатах (політичні шоу, блоги, соціальні мережі, онлайн-платформи), політика стає більш доступною для широких мас, політичні діячі стають більш популярними, і деякі з них укріплюють свої позиції. Популяризаторам політичного контенту за допомогою використання різних форм політичного гумору вдається охопити найгетерогеннішу публіку, достатньо широку аудиторію.

За слушним зауваженням дослідників О.Дзикович і О. Рибкіної, до актуалізації політичного гумору у медіапросторі вдаються з метою виконання різних функціональних пар: диференціації та ідентифікації, контролю та опору. У зв'язку з цим доцільно виокремити такі функції політичної сатири/гумору в комунікаційному просторі:

- *інтеграційна функція* сприяєгуртуванню людей: шляхом ідентифікації з багатьох «я» утворюється спільне «ми»;

- *критична функція* реалізується шляхом гуморизації/ критики політичних подій, проблем, особистостей; ґрунтується ця функція на розриві очікувань (невідповідності);

- *інформаційна функція* обумовлюється реалізацією передачі змісту політичних реформ, новин навіть у медіарозважальному просторі [18, 67].

На думку дослідника А. Дмитрієва, важливими функціями політичного гумору/сатири є функція політичної соціалізації, ідентифікації, диференціації і згуртованості, комунікації, конфлікту і згоди [19, 81]. Люди/аудиторія віддають перевагу політичному гумору з метою виокремлення невідповідності в інформації; з метою зняття стресу/напруги; з метою підтримки міжособистісних відносин – з метою єднання, пошуку однодумців. За допомогою політичного гумору формуються соціальні зв'язки, оскільки він об'єднує людей із схожим ідеологічним світоглядом.

Сатира виступає одним з різновидів політичного гумору. Вона виявляє себе у форматі сатиричних новин, головна функція яких полягає у приверненні уваги аудиторії до суспільно значущих подій. Мета звичайних

нових – оперативно інформувати людей стосовно того, що відбувається у світі. Це дає змогу приймати виважені політичні рішення, коли мова йде про вибори, чи реформування важливих державних інституцій. Сатиричні новини, перш за все, покликані акцентувати увагу на вадах, недоліках політичної поведінки фігурантів влади, критикувати політичні події, пародіювати основну журналістику. Сучасна політична сатира складається з агресії, гри, пародії, оцінки. Політична сатира використовується з метою критики, як інструмент глузування над тими, хто зосередив у своїх руках владу. Також цей вид подання інформації повинен формувати громадську думку про нагальну потребу проведення у суспільстві соціальних/політичних реформ/змін.

Новини є найбільш розповсюдженою у світі формою телевізійних програм, яка також є найбільш пародійованим жанром. Пародійна та сатирична реакція на новини є досить поширеним явищем у відомих блогерів. Сатиричні новини відрізняються від традиційних певними установками, особливостями: мета сатиричних новин полягає у тому, щоб ставити запитання, а не відповідати на них; прояснити основну ідею ситуації. Пародія на новини підштовхує до критичної перевірки інформації, поданої традиційними новинами. Пародія на новини створюється з метою акцентуації уваги на офіційній риторичній владі, яка, зазвичай, не відповідає дійсності, але вона регулярно посилюється і поширюється телевізійними традиційними новинами. Політичні програми з пародією на новини, якими є сатиричні політичні проекти і політичні програми Богдана Амосова («Без кісток») та Романа Вінтонова («Телебачення Торонто») підкреслюють невідповідність в політичній риторичній, висміюють норми типових ЗМІ за допомогою іронічної інверсії денних новин. Зазначені програми відображають формування і розвиток нового типу журналістики: автори програм використовують такі методи розповіді, за допомогою яких не тільки/не стільки розважають аудиторію, але й інформують її.

Сатиричні новини мають певні характеристики. Вони вирізняються:

- а) інколи вигаданим змістом, але, на відміну від фейкових новин, сатиричні тексти створюються таким чином, щоб читачу було зрозуміло натяки журналіста, було зрозуміло гумор, який стоїть за вигадкою;
- б) офіційний та серйозний стилі традиційних новин пародіюються – сатиричні новини стають ще кумеднішими;
- в) можливе поєднання несумісних тем;
- г) створення несподіваної ситуації;
- д) розважальна властивість – критика чи коментування події у жартівливій формі.

Головною рисою сатиричних новин є поєднання сатиричного вияву політичного гумору та журналістських новин, наповнення яких послуговувало інформаційним приводом для висвітлення у сатиричних новинах. Композиція сатиричних новин може представляти собою шматки сюжетів з чергуванням коментарів ведучого. Сатиричні новини можуть містити альтернативну версію подій та критику.

Можна зробити попередні висновки стосовно того, що політична сатира може актуалізувати інформацію різної тематики, реалізуючи також додаткову функцію сатиричного дискурсу – комунікаційну.

Одна із функцій сатири у соціально-політичному медіапросторі полягає у тому, що сатира виступає найбільш дієвим засобом впливу на адресата з метою одержання бажаного емоційного впливу на споживача інформації. Прослуховуючи або переглядаючи сатирично-політичні програми, адресат не просто отримує інформацію. Наприклад, автори сатиричних політичних проєктів і політичних програм Богдан Амосов («Без кісток») та Роман Вінтонов («Телебачення Торонто») також звертаються до емоцій аудиторії, репрезентуючи своє ставлення до конкретної політичної події, політичної проблеми, або відомої в політиці людини з метою створення інтересу, щоб заінтригувати і розважити. У даному випадку слухач/глядач не стільки зацікавлений в отриманні новин, скільки у відчутті яскравих емоцій. Природа телебачення є такою, що у десятки разів збільшує дієвість сатиричних телепрограм, у той же час вимагаючи від журналіста/автора професійної відповідальності, чесності як перед тими, кого він критикує, так і перед

глядачами. Журналіст-автор сатиричних програм повинен мати природний талант, володіти професійною майстерністю, гостротою сприйняття, глибиною осмислення ситуації. Так, журналісти Богдан Амосов і Роман Вінтонов, вдаючись до політичної сатири, іронії, до органічного синтезу тонкого політичного гумору й сатиричного висміювання, формуючи унікальний журналістський стиль, викривають гострі соціально-політичні проблеми. Спостерігаємо невимушений, відкритий, скоморошний стиль. У даному випадку головна соціальна функція гумору виявляється у розкритті важливості, серйозності, значимості події, що відбувається, того моменту, що здається смішним.

До засобів впливу на адресата, які приводять до формування сатирико-саркастичного ефекту, є яскравість і оцінність заголовків програми Богдана Амосова «Без кісток», масштабність критики, що досягається використанням реальних фактів і їх абстрагованої оцінки, тощо. Стилістичними прийомами є порівняння, гіпербола, метафора, гіперболізація.

Гіпербола використовується з ціллю навмисного перебільшення, негативного забарвлення, посилення враження від такого поширеного явища у політиці, як, наприклад, вибори, політичні дебати, тощо.

Авторські програми Богдана Амосова і Романа Вінтонова, присвячені сучасним політичним реаліям, індивідуалізують подачу інформації, репрезентують власну авторську думку на події, що відбуваються, надають можливість обговорювати важливі політичні проблеми/події в межах одного дискурсу. Задля формування невпинного інтересу до актуальної/поточної політичної інформації автори політичних програм «Без кісток» і «Телебачення Торонто» використовують відповідний комунікативний фон знань, а також мовно-стилістичні одиниці критико-комічного характеру. Вони звертаються до традиції обігравання несумісних понять, а також комізму, сатири і сарказму. Форми, у межах яких можуть бути створені і розповсюджені жарти у рамках цих політичних програм – різноманітні: пісні, меми, стендапи, тощо. Після перегляду цих сатиричних політичних

матеріалів відбувається переосмислення наявного політичного контенту, що викликає бурхливу реакцію у вигляді коментарів, поширення цього матеріалу серед мережевої аудиторії.

Сатиричний дискурс політичних програм Богдана Амосова і Романа Вінтонова формується унаслідок не просто перевертання загальноприйнятих норм щодо ставлення до тих, чи інших політичних подій, але й невід'ємною складовою є оціночний елемент. Сатира у соціально-політичній комунікації виступає не просто видом комічного, у якому важливе значення виконує естетичний аспект. Головним завданням сатири стає критика, викриття, осміяння соціально-політичних явищ.

Як слушно зауважує Я. Ковалевська, метою «...сатирико-саркастичного дискурсу є подання соціальних явищ, подій, новин з певним оціночним посилом та переконання адресата повідомлення у справедливості позиції автора» [30, 132]. У межах сатирико-саркастичного дискурсу народжується таке особливе явище як політичний гумор, специфіка якого полягає у репрезентації словесної або візуальної інформації про політичні інститути, політиків, проблеми, які цікавлять комунікаторів. Останні, у свою чергу, поділяються на медіапрофесіоналів, політичних діячів та звичайних громадян. Як наголошують науковці О.Дзикович і О.Рибкіна, конкретний тип політичного гумору може співвідноситися з певними медіаформатами, відповідно до яких також диференціюється [18, 66]. Завдяки зрощенню політичного і сатирико-саркастичного дискурсів спостерігаємо поширення гібридних форматів сатиричної політичної інформації, яка функціонує і є запитаною поряд із звичайними політичними новинами. Такі політичні проєкти, на кшталт програми Богдана Амосова «Без кісток» і Романа Вінтонова «Телебачення Торонто», стають повноцінними форматами політичного інформування.

Отже, головною метою сатирико-саркастичного дискурсу в соціально-політичній комунікації є опис політичних явищ, подій, висвітлення новин з певною оцінкою. Завдяки сатиричному дискурсу проєкти Богдана Амосова

«Без кісток» і Романа Вінтонова «Телебачення Торонто» мають розважальний характер із гострою критикою сучасних політичних подій і проблем, відомих політичних осіб через гіперболізацію їх людських рис або політичних вчинків з метою критики та висміювання, що робить їх більш зрозумілими і наближає до звичайної пересічної аудиторії.

РОЗДІЛ 3.

СОЦІАЛЬНА КРИТИКА В ПОЛІТИЧНИХ ПРОЄКТАХ МАЙКЛА ЩУРА (РОМАНА ВИНТОНОВА)

3.1 Сатира як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура («Телебачення Торонто»)

На сучасному українському телебаченні спостерігається тенденція поєднання інформування з розвагою. Такий інфотейнмент, тобто метод подання новин, у якому поєднуються інформаційні компоненти з розважальними, здобуває найвищі рейтинги.

Сатиричні новини стають все більш популярними, трансформуючись в феномен сатиричних новин. Це пояснюється також фосмажорними, кризовими обставинами, які на сучасному етапі репрезентують нашу реальність: анексія Криму, війна на Донбасі і поточні військові дії, поточна військова ситуація, яку відчуває на собі кожен українець. Уже з 2013 року на українському телебаченні з'являються сатирично-гумористичні проєкти з політичною тематикою: «4hctoNEWS», «Весті Кремля», «Весті UA», «Війо до трону», «Вже на троні», «Утеодин з Майклом Щуром». Сатирично-політичний зміст, сатира на поточні політичні події присутня й у програмах «95 кварталу», «Дизель-шоу».

Цільова аудиторія сатиричних нових переслідує декілька цілей: 1) бажання почути оцінку політичної події/політичного суб'єкта саме цього журналіста; 2) посміятися з невдач антипатичних політичних фігурантів; 3) отримати інформацію без негативу; 4) задовольнити потребу у релаксації. Як слушно зауважують науковці Н. Калашник і О. Ланько, нестабільність політично-економічної ситуації в країні, постійні стреси, що останнім часом супроводжують життя громадян, призводять до того, що українці прагнуть подання політичних новин в сатирично-гумористичному дискурсі [27, 21]. Така репрезентація політичної інформації сприяє розвитку критичного

мислення, змушує подивитися на політичну ситуацію/подію по-іншому; запропонована форма викладу дозволяє донести складну/важливу інформацію спрощено, зрозуміло. Гумор допомагає пересічній аудиторії набагато легше сприймати та переживати складні ситуації (особливо у наш воєнний час). Гумор у програмах сатирично-політичного змісту виконує декілька функцій: по-перше, критичну; по-друге, агресивну; по-третє, знімає напругу і, по-четверте, виступає способом комунікації.

Журналіст Роман Вінтонов в образі Майкла Щура презентує декілька медіапроектів у жанрі сатиричних новин. Його сатиричні програми оцінюються журналістикознавцями як одні з найкращих, найяскравіших сатиричних медіапродуктів останніх років [27, 22]. У 2014 році ютуб-канал «Телебачення Торонто» був нагороджений «Срібною кнопкою», якою відеосервіс YouTube відзначає канали, що мають більше ста тисяч підписників. На сьогоднішній день ютуб-канал «Телебачення Торонто» має 733 тисячі підписників і їхня кількість постійно зростає. Також станом на початок 2020 року цей канал увійшов до п'ятірки найпопулярніших каналів в Україні.

На сьогодні структура сатирично-політичного проекту «Телебачення Торонто» має декілька складових:

- 1) російсько-українська війна – представлено тематичні сюжети;
- 2) російсько-українська війна: інтерв'ю;
- 3) російсько-українська війна: OSINT-розслідування;
- 4) Російсько-українська війна: репортажі;
- 5) Вибір редакції;
- 6) «Грати-песик-дужка-гривня-поки-Майкл-на-війні»;
- 7) #(@)€?\$0 з Майклом Щуром
- 8) «Як починався Майкл Щур»

Програма «Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль» (зараз «Грати-песик-дужка-гривня-поки-Майкл-на-війні») або «#(@)€?\$0» із ведучим Майклом Щуром», яка пізніше увійшла до проекту «Телебачення

Торонто», починалися з інтерв'ю Романа Вінтонова, який приходив до українських парламентаріїв і представлявся вихідцем із канадської діаспори. Він узяв собі псевдонім Майкл Щур. Відповідаючи на питання журналістів, що стало поштовхом для появи проекту, Роман Вінтонов з гумором зауважив, що «деякі політичні люди перехитрили новинну журналістику. Вони навчилися вдавати з себе розумних, компетентних, красивих, стильних, змістовних. А журналістика не встигла пристосуватися до їхніх хитрощів», і тому своїм завданням вони поставили «виводити таких людей на чисту воду» [35]. Основною метою проекту, як це не абсурдно звучить, було намагання журналістів виховувати критичне мислення у своєї аудиторії: «Ми хочемо спонукати людину аналізувати інформацію, думати й ухвалювати рішення» [21], – зауважує один з членів команди.

З березня 2013 року на ютуб-каналі «Телебачення Торонто» почав виходити дайджест новин «АСОА». Далі було створено сатиричний дайджест новин «Утеодин», який з 18 жовтня 2014 року по 25 липня 2015 року транслював суспільний мовник «Перший національний» (нині «Суспільне»). Шостого листопада 2016 року вийшов перший випуск «#(?)\$0» із ведучим Майклом Щуром» на ютуб-каналі «Телебачення Торонто». Гостем програми став Петро Порошенко, який у своєму стилі так і не відповів на актуальне тоді питання про безвізовий режим для України. Також гостем програми став народний депутат Мустафа Найєм, який разом із ведучим тер цибулю та хрін (сатира на малоефективну діяльність депутатів) та підтримував бесіду про розчарування молодими політиками. На «Суспільному» було зазначено, що програма представляє собою гумористично-аналітичне шоу, головною метою якого є «відшукувати непомічене у важливому і важливе у непоміченому» («Суспільне»). Створення програми здійснювалося за підтримки Національного фонду на підтримку демократії (NED), який виділив грант громадській організації «Українське телебачення Торонто» (ГО «УТ-Торонто»), директором якої є Роман Вінтонів. Поступово програма почала вигравати гранти і отримувати

фінансування від Агентства США з міжнародного розвитку та фонду Рафт. Починаючи із четвертого сезону, програма залучає додаткові кошти через меценатські внески у мережі Patreon та розміщення реклами у програмі і на сторінках «Телебачення Торонто» у Facebook, Telegram та Instagram.

З 6 листопада 2016 року сатиричні новини почало транслювати «Громадське». Випуски виходили до 12 лютого 2017 року. На «Суспільному» перший випуск програми вийшов у ефір також 6 листопада 2016 року. Останній вийшов 1 листопада 2020 року. Із цієї ж дати транслював передачу «24 канал». Останні трансляції, які можна зараз відслідкувати у мережі, відбувалися у 2018 році. У 2019 році медіакритичні видання «Детектор медіа» підготувало рейтинг, згідно якому «Телебачення Торонто» посіло четверте місце серед найпопулярніших україномовних ютуб-каналів (тоді проект нараховував 334 тис. підписників, зараз – 733 тис.).

Сьогодні програма «Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль» з назвою «Грати, песик, дужка, гривня, поки Майкл на війні», виходить на ютуб-каналі «Телебачення Торонто» для інтернет-аудиторії. Продукт для такої аудиторії відрізняється версткою, динамікою, темпом подачі. Проект «Телебачення Торонто» розрахований на аудиторію 25-34 роки – це ядро, також останнім часом аудиторія розширилася за рахунок підключення вікової категорії від 18 до 24 років, яка тепер складає 25% від основної аудиторії. На думку авторів проекту, це «люди постмодернізму», у яких інше світосприйняття – вони не тримають у собі, вони звикли все обговорювати, проговорювати – це «переосмислення переосмислення». Саме для них вони створили проект, який говорить мовою мемів про політику і соціально важливі речі – «ми можемо маскувати серйозні речі під котиків» [21]. Сама програма створює і поширює мему, наприклад відомий мем «Телебачення Торонто» – «пам'ятник свині». Співведучий проекту Максим Щербина вважає, що для такої аудиторії гумор «це такий лубрикант, який дозволяє пояснити... складні «нецікаві» речі» цікаво. «Запаковувати все це у веселі актуальні штуки... Це і є формат «Телебачення Торонто» [47], – підкреслює

Максим Щербина. «Гумористичні новини з серйозним підходом» [47], – так він визначає суть проєкту.

Як зауважують автори програми, сьогодні змінилися не тільки способи, а й темпи споживання інформації: «підростає покоління, яке звикло сприймати інформацію у форматі 10-секундних Stories. Їх важко втримати більш повільним темпом і зайвими словами. Тому, щоб зацікавити аудиторію під час 25-хвилинної програми, всередині драматургічний крок має ставати коротшим» [21]. Якщо порівняти темп подання інформації з попередніми програмами проєкту, то можна констатувати його постійне зростання. Ведучі програми навчилися працювати у швидкому темпі.

Проєкт створюється у професійній студії зі співведучими, режисером, операторами, дизайнером, художником-реквізитором. У написанні текстів приймають участь 15 сценаристів. Креативна група програми має у своєму складі продюсера Євгена Самойленко, носія ідеї Романа Вінтонова, сценаристів Андрія Кондратенко, Івана Оберемко, Антона Ходзу. Кожен випуск програми дивляться від 300 до 500 тис. чоловік. Також є такі випуски, які мають від 1 млн. до 3 млн. переглядів, наприклад, такі, що стосуються російської армії і мають крикливі заголовки з інтригою: «Офіцери армії РФ: «Трусиков валом тут»», «Три солдати і ДІКПІК». Також випуск, присвячений пожежі Кримського мосту із заголовком «Росіяни скиглять, стогнуть, скавчать», отримав більше 1 млн. переглядів, тощо.

На питання журналістів, які ви обираєте об'єкти для сатири, Роман Вінтонов відповідає, що творча група переглядає новини, а тоді вже пишуть сценарій програми: «Ми дивимося, яка картинка тижня, і тоді вже вирішуємо» [79]. Цікавою також є відповідь журналіста щодо методу наповнення програми, її композиції: «...що щось розумне чи корисне – вітамінчики чергуємо з солодким або шашликом. Для веганів – з рослинками» [35].

Відеоінформація є на другому місці за популярністю [68]. Саме цим можна пояснити використання Романом Вінтоновим відеоплатформи

YouTube з метою популяризації і презентації свого проекту «Телебачення Торонто». Як зауважують науковці, ця «соціальна платформа наздоганяє Facebook за світовим рейтингом і випереджає за кількістю часу, проведеного на ній користувачами» [68]. YouTube посідає в Україні друге місце серед найпопулярніших додатків [68]. YouTube як нова форма медіакомунікації дає можливість журналістам висловлювати не залежні від власників каналу думки, висловлювати незаангажовані думки, критикувати владу, систему, аналізувати поточні події у власній формі і під власним кутом зору. Нові форми медіакомунікації формують нову журналістику, медіатексти якої характеризуються «мультимедійністю, кліповістю, мелодраматизмом, формульністю, наративністю, гіпертекстовістю, фрагментарністю, серійністю, цитатністю» [2]. YouTube відтісняє телебачення завдяки великій кількості різновидів подання інформації, а також обсягом інформації.

Оскільки соціальні мережі використовуються як джерела новин, то політичний проєкт Романа Вінтонова репрезентовано і в соцмережі Instagram – 2220 публікацій, і в Facebook, де за новинками телеканалу стежать 203 305 підписників, Telegram – за новинами стежать 109 915 підписників. Інтернет-видання поступово втрачають своїх підписників, тому назріла потреба у створенні акаунтів для власних проєктів, що сприяє збільшенню аудиторії, дозволяє доносити інформацію до найвіддаленіших користувачів.

Можна стверджувати, що «Телебачення Торонто» Романа Вінтонова, як незалежна транснаціональна мультимедійна корпорація, веде активну комунікаційну діяльність у соціальних мережах. Вона адаптує свій контент відповідно до вимог формату цих інформаційних платформ, оскільки повідомлення мають невеликий текстовий формат, доповнюються відео, фотографіями. Присутність в соцмережах дозволяє взаємодіяти з соціально активними читачами, які залишають коменти, дають оцінку медіапродукту; також з'являється можливість збільшити аудиторію; зростає роль так званого соціального трафіку. Використання соцмереж проєктом «Телебачення

Торонто» дозволяє постійно збільшувати аудиторію, робити свій інформаційний продукт популярнішим, «бути ближчим до читача».

«Телебачення Торонто» репрезентує декілька гумористично-аналітичних/сатирично-аналітичних проєктів. Найяскравішими з них є «#@)є?§0 з Майклом Щуром» та «Грати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль». Зараз другий проєкт має назву «Грати-песик-дужка-гривня-поки-Майкл-на-війні». Наразі, «Телебачення Торонто» презентує щотижневий дайджест сатиричних новин. Ці випуски програм ведуть інші ведучі, оскільки Роман Вінтонов з початку російського вторгнення знаходиться у лавах ЗСУ: 20 лютого 2022 року вийшов останній випуск за його участю [60]. Проєкт «#@)є?§0 з Майклом Щуром» має радіоверсію, яку транслює радіо «Промінь». Хронометраж радіоверсії програми від 2 по 5 хвилин. Адаптовані для радіо сюжети виходять щодня (понеділок: 18:30, 21:00; вівторок: 8:20, 11:20, 21:00; середа: 8:20, 11:20, 18:30; четвер: 8:20, 18:30, 21:00; п'ятниця: 8:20, 11:20, 23:00).

Роман Вінтонов відомий як український журналіст, сценаріст, актор, музикант. У 2017 році він став лауреатом премії ім. Олександра Кривенка «За поступ у журналістиці». У 2020 році увійшов до фіналу престижної журналістської премії ім. Георгія Гонгадзе.

Роман Вінтонов журналіст-сатирик, майстер провокативних запитань. Він створив образ Майкла Щура – журналіста-іноземця з вигаданою біографією – у 2013 році з метою можливості провокацій, провокаційних інтерв'ю, які вітчизняні політики можуть дати швидше іноземному журналісту, ніж вітчизняному. У своїй роботі, як зауважують науковознавці, Роман Вінтонов користується двома домінантними принципами, які позначаються двома okazіоналізмами – «журналістика» (від слова «дурень») і «хулналістика» (від слова «хуліган») [27, 24].

За «легендою», Майкл Щур народився і виріс у канадському місті Торонто, в родині українських емігрантів. У Торонто закінчив університет і одружився. Захотів поїхати в Україну й так склалося, що діаспора українців у

Канаді спрямувала його на свою батьківщину, щоб він знімав там репортажі. Згідно біографії це трапилося напередодні парламентських виборів України 2012 року, отже Майкл Щур робив багато інтерв'ю з українськими політиками. У своїх телесюжетах Майкл говорив із «емігрантським» акцентом і носив вишиванку під піджаком.

Образ Майкла Щура є привабливим для пересічної аудиторії: він схожий на типового українця (у вишиванці з вусами), має акцент, подібний до акценту мешканця Західної України (Роман Вінтонов походить з Івано-Франківщини), має сучасний проєвропейський вигляд завдяки окулярам, шортам та кедам. Цей образ, з одного боку, є типізацією представника українського народу, а, з іншого – ненав'язливою формою стьобу над ним. Як зауважує журналістка Дарка Гірна, «Роман Вінтонів вигадав Майклу Щуру настільки правдоподібний образ і біографію, що його респонденти, а це були здебільшого депутати, йому вірили. Завдяки цьому Майкл безжально тролить політиків, показуючи глядачам їхні справжні обличчя, а не гарно змонтовані сюжети на телебаченні» [60].

Майкл Щур у своїх програмах ламає стереотипи спілкування з політиками, які, на його думки, завжди відходять від заданих журналістами питань і не дають прямих відповідей. Він провокує політиків, руйнує їхню гіперсерйозність, неготовність жартувати. Добір простих питань, відсутність пафосу, уникнення шаблонних фраз – все спрямоване на те, щоб розбити, зруйнувати звичайний стандартний метод спілкування журналіста з високопоставленими чиновниками, який, зазвичай, швидше схожий на штучно утворений ритуал, ніж на дискусію/інтерв'ю з метою пошуку рішень наболілих проблем. Отже, «журналістика» Щура – це провокація, спроба порушення стандартів у подачі політичної інформації; «хулналістика» – це порушення стандартів у спілкуванні журналістів з політиками. Як зауважує Майкл Щур в одному з інтерв'ю, «Люди, ми хочемо бути серйозною аналітичною програмою, але в нас виходить тільки смішно!» [45].

Об'єктом політичної сатири Майкла Щура, зазвичай, стають «політики, можновладці, чиновники, а також, звісно, й пересічні громадяни, якщо їхню поведінку Щур вважає симптоматичною та показовою у межах країни» [27, 23]. На думку журналіста, «сумний підхід» не допоможе вирішенню проблеми, а ось жорстка форма – це більш дієвий шлях до фіналу вирішення головного завдання сатири – викриття негативних явищ, всього, що гальмує прогрес, стоїть на заваді впровадження демократичних реформ в українське суспільство. «Прямо» і «недипломатично» Майкл Щур інформує про найбільш безглузді, неадекватні вчинки відомих політиків, диктаторів (наприклад, Путіна), військових (російський генерал Шойгу), чиновників (Лавров, Медведєв); політичні події (наприклад, часткова мобілізація в Росії). Як підкреслює Майкл Щур, «...це війна нормального проти ненормального. Ми на нормальній стороні» [66]. Журналіст вважає, що українці настільки звикли до того політичного трешу, який відбувається у Верховній Раді, що прийшов час вести звідки репортажі в іншому стилі, іншим чином. На думку Максима Щербини, журналіста, скриптрайтера, співведучого «Телебачення Торонто», прийшов час обирати гумор, як спосіб «говорити про щось серйозне» [47].

Об'єктом сатири новинного дайджесту Майкла Щура стає й дискримінаційна політика по відношенню до жінок. Автори проекту «Телебачення Торонто» виступають за гендерну рівність. Сам журналіст Роман Вінтонов вважає себе «пасивним феміністом», який підтримує гендерну політику, «але не бігає з транспарантами» [66]. Він підкреслює, що у своїй програмі вони борються із стереотипами, у тому числі, й гендерними: «Нам подобається розкривати всю маячню стереотипів, і це один із стереотипів: «жінка – № 2, голова в сім'ї – чоловік», – наголошує Роман Вінтонов. Він вважає, що кожен має право бути щасливим так, як він бачить.

У результаті жорстке й безкомпромісне висвітлення сучасних політичних реалій дозволяє цільовій аудиторії сформуванню своє бачення проблеми/ситуації/події, сформуванню своєї думки щодо актуальних

політичних подій і вчинків важливих політичних фігурантів. Цьому допомагає й сатира. Як стверджує Майкл Щур, «смій допомагає пережити ситуації, які важко пережити без нього» [81]. Об'єктом сатири авторів програми виступають не тільки політики, вони жартують над усією політичною системою України, над рівнем свідомості українців.

Отже, у 2012 році Роман Вінтонов уперше з'явився в образі Майкла Щура – на створеному YouTube-каналі, що тепер називається «Телебачення Торонто». Пізніше український глядач міг побачити Майкла Щура у таких телепрограмах як «Але є одне але» (скорочено «АСОА»), «Війо до трону», «Вже на троні» та «Утеодин». У них харизматичний журналіст Майкл Щур не боїться відверто кепкувати з політиків і ставити незручні запитання. Не зважаючи на те, що журналіст зараз служить у лавах ЗСУ, його програми у жанрі сатиричних новин продовжують виходити. Слід також додати, що тема української армії в програмах Майкла Щура є табуованою, так вирішили автори проекту. Вони це пояснюють тим, що поки триває війна, ця тема не буде ставати об'єктом сатири, «ну, як у цей момент можна «ржати» над армією?... З армією ми вирішили, що зараз не той момент, от війна закінчиться, і буде все нормально, можна буде брати і цю тему» [66]. Потрібно звернути увагу на те, що з 24 лютого формат випусків «Телебачення Торонто» змінювався декілька разів. Формат, який був до повномасштабного вторгнення, не встигає за часом, тому вирішили робити стріми, які дозволяли більш оперативно говорити про актуальне. Пізніше автори проекту повернулися до формату випусків. Вийшло вісім програм без участі Майкла Щура, який після початку повномасштабного вторгнення російської армії пішов захищати Батьківщину. На цьому етапі творці проекту перестали робити випуски й вирішили зупинитися на окремих сюжетних історіях в різних жанрах: репортажі, інтерв'ю, блоги. І зараз канал існує у такому вигляді, а відео виходять майже щодня.

Сатиричні новини Майкла Щура формуються за допомогою тематичного, стилістичного, фактичного процесів організації новин з метою

передачі конкретної сюжетної лінії. За допомогою відбору фактів, візуалізації сюжету, вибору тем, акцентів у зазначеній програмі сатиричних новин головних політичних фігурантів нашої країни (президент Володимир Зеленський), та країни-агресора (президент Росії Путін, російські пропагандисти Соловйов, Скабеєва). Таким чином, можемо говорити про популярність сатиричних новин в сучасному українському медіапросторі

3.2 Типи та прийоми творення сатири

«Телебачення Торонто» – один з найуспішніших медіапроектів в українському сегменті YouTube. З моменту створення каналу (жовтень 2012 р.) нараховується понад 98 млн. переглядів відео. Творча команда «Телебачення Торонто» налічує близько 30 осіб. Три шоураннери, 15 сценаристів, які працюють віддалено. Частина з них – співведучі. Плюс знімальна команда, режисер, режисер монтажу, художник з костюмів тощо.

Медіапроект «Телебачення Торонто» Майкла Щура формує порядок денний українського медіапростору, створює суспільний резонанс подій. Як зауважує журналістка Дарка Гірна, у своїх сатиричних новинах перекладає стереотипні фрази офіційних повідомлень російського уряду «нормальною мовою» [як підручник історії]. Наприклад, фраза щодо того, що окупанти залишили острів Зміїний, була прокоментована російським урядом як «жест доброї волі». Майкл Щур у твіттері переклав цю фразу нормальною мовою: «Дорога Європа і Світ, бачили, як рускі пішли з острова Зміїний? Тепер ви розумієте, як це працює? Спочатку ви даєте рускім дуже сильного тягла і лише після цього росія робить те, що треба, як жест доброї волі» [60].

Також сатиричний ефект програм на медіапроекті «Телебачення Торонто» створюється за рахунок того, що Майкл Щур дає власні, іронічно-сатиричні, визначення певним поняттям, дефініціям. Наприклад: «Росіяни – людські створіння, які втратили всю свою честь і гідність, стали залежними від думки «великого боса» і готові виконати будь-який його наказ». Інший приклад: «Росіювання – це процес, коли людина робить щось жахливе, бо так

наказав «великий бос», і замість того, щоб спробувати виправити ситуацію, продовжує робити ще гірше». На думку Романа Вінтонова, навіть при створенні сатиричних новин важливо дотримуватися того правила, що «власна позиція не повинна закривати очі на факти» [66].

Можна також навести інші стилістичні засоби створення сатиричного ефекту:

1) іронія («Взагалі чули, що про пожежу сказав нинішній міністр? «Сильне забруднення атмосфери, але я думаю, що воно розійдеться в повітрі». Ага, розійдеться в повітрі, розтечеться у річці і осяде у ґрунті. А роги самі відпадуть, якщо будете достатньо довго точити їх об дерево» – випуск № 29);

2) сарказм («Нам щось останнім часом взагалі з міністрами екології не щастить. З них усіх найближчим до екології був пан Мохник. Тай то завдяки своєму прізвищу» – випуск № 29); «За ці роки Тимошенко була прем'єр-міністром України, пройшла купу політичних союзів, сварок та змін зачіски. Навіть провела 3 роки у сплячому режимі», «Єдине, що поєднує співачку Анастасію Приходько з політикою — те, що в неї ініціали (АП), як в Адміністрації президента», «Ммм, люблю свіжий запах шизофренії із теренів Російської Федерації»; «Просто відправте місцевих *пластикових митців* у відрядження на *львівське сміттєзвалище*, через два дні там буде Діснейленд»; «Сьогодні в нашій рубриці «13 питань до кандидата у президенти» людина, яку знають всі: люди, корови, свині, крокодили і навіть носуха. Отже, лідер радикальної партії Олега Ляшка та депутатської фракції радикальної партії Олега Ляшка — Олег Ляшко»;

3) мовна гра («Здається, Путін втомився бути святішим за Папу Римського. Він вирішив бути понтовитішим за понтифіка» – випуск № 29); «Вакарчук твердо *вирішив нічого не вирішувати*»; «Насправді це питання *пішло настільки далеко*, що вже *пройшло повз* життя пересічних громадян»;

4) алюзія («Не пов'язуйте їх і не пов'язані будете» – випуск № 23; «Як казали древні, усі дороги ведуть до Риму і жодної – до Криму» – випуск

№ 18); «А хіба у *Ейнштейна* були дозвільні документи на те, щоб перевернути уявлення про Всесвіт? Хіба *Марія Складовська-Кюрі* мала досвід опромінення до того, як почала вивчати радіоактивні елементи? Буковинські цигаркові *Ікари* справжні мрійники-ідеалісти і для них не існує ніяких меж і кордонів»;

5) каламбур також є яскравим прийомом творення пародії, засобом створення сатиричного ефекту. Каламбур – це специфічна мовна форма, при якій слово вживається в такому лексичному оточенні, що призводить до сприйняття його в двох планах, з двома значеннями. Наприклад, «Терміново! У Кривому Розі люди вийшли на *майдан..чик. Дитячий. Дитячий майданчик*». Каламбур надає мовленню яскравості, емоційності. Головна функція каламбуру полягає у тому, щоб залучити реципієнта до розповіді; не тільки посміятися над озвученими подіями, але й проаналізувати їх.

У гумористично-аналітичному шоу «*#@)€? \$0 з Майклом Щуром*» використовуються різноманітні засоби та прийоми пародіювання. Пародія – особливий вид сатири, заснований на комічному, перебільшено підкресленому відтворення характерних особливостей форми, які розкривають комізм. Завдання жанру полягає у тому, щоб створити модель явища та імітувати його.

Найпопулярнішим засобом, який використовується при пародіювання, є гіпербола. Вищою мірою перебільшення є гротеск. Наприклад: «Насильство. Знуцання. Страх. Тобто усе, щоб весело провести час з родиною та попкорном»; «Чорний валютний ринок, гральний бізнес, порнографія, наркотики — вплив на ці види діяльності вже розділений і тепер поліція вирішила взяти під свій контроль таку темну сферу, як перфоменси»; «Якщо ви раніше думали, що російська агресія має на меті позбавити Україну доступу до моря, заблокувати порти та захопити українську територію – ви помилилися».

Гротеск – це емоційний підйом, завершений комічним падінням. Гротеск може бути ядром пародії. Автор, вдаючись до високого стилю

висловлювання, завершує висловлювання комічним «зривом». Граючи підйомами та пониженнями, вдаючись до контрастного їх використання, автор створює абстрактний комічний образ, який вдало реалізує у медіатексті.

За допомогою аналогії і контрасту персонаж пародії зберігає зовнішні риси оригінального образу (наприклад, політичного фігуранта), але його внутрішнє наповнення змінюється, оскільки автор/журналіст висміює цю політичну фігуру. Трансформується внутрішній образ героя: автор з цією метою використовує непередбачувані/недопустимі висловлювання, контраст вчинків і висловлювань персонажа. Ефект посилюється використанням аналогії – зберігається лексичний, чи граматичний, чи синтаксичний збіг фраз, цитат, афоризмів.

Аналогія ґрунтується на повторі елементів, і цей принцип є суттєвим у творенні пародії. Повтор дозволяє відчутти текст як «знайомий», виникає відчуття впізнаваності тексту, образу. Повтор звучить чи транслюється декілька разів, щоб реципієнт зміг помітити, запам'ятати пародійний об'єкт, сформулювати про нього свою думку. Пародії також створюються за допомогою фразеологізмів, у яких виявляється національна специфіка мови. Журналісти «Телебачення Торонто» вдало «переказують» запозичені фразеологізми тим самим створюючи комічний ефект трансляції.

Щоб пародія була вдалою, потрібно знайти яскравий об'єкт для пародіювання – з оригінальними, цікавими індивідуальними рисами. У сучасному ефірі «Телебачення Торонто» такими виступають Володимир Путін, Володимир Соловйов, Олег Ляшко, та інші.

Пародіювання не є карикатурним зображенням пародійованого об'єкта, це мистецтво гри, яке потребує навичок. Пародіст повинен добре вивчити об'єкт пародіювання, володіти мистецтвом пародії. Сатирична пародія створюється з метою привернення уваги, щоб викривати недоліки політичних явищ, критикувати абсурдні та, інколи, безглузді дії політиків,

показувати недоліки, висловлювати негативне ставлення до тих подій, що відбуваються.

Функції пародії відіграють значну роль у формуванні контенту на «Телебаченні Торонто». До них належать: 1) висміювання об'єкта пародії; 2) висвітлення негативних рис; 3) гіперболізація як позитивних, так і негативних рис; 4) ефект впізнаваності; привернення уваги; 5) зіставлення протилежних понять; 6) критичне бачення.

Насамперед, пародія спрямована на отримання активної реакції від глядача – пародія створюється не лише задля привернення уваги, але й для отримання емоцій (що є важливим для реципієнта). Створення пародії потребує майстерності у поєднанні принципового з комічним, загального з конкретним, уміння бути оригінальним; потрібна точність у відтворенні нюансів пародійованого явища.

Ведучі проекту «Телебачення Торонто» у поданні інформації про «успіхи» російської армії в Україні також вдаються до стьобу – це «блязнювально-блюзнірські, шалапутно-агресивні, почасти, парадоксальні поведінка, мислення, спілкування, ставлення до чого-небудь, навіть ширше – стиль життя, а також відповідний стиль у журналістиці» [42], – зауважує І. Михайлин. Таким способом автори проекту виражають своє суб'єктивне ставлення до зображуваних подій. Це відбувається за допомогою посилення іронії як одного з основних способів непрямого оцінювання. Така манера дозволяє передати глядачам програми агресивно-нігілістичне ставлення журналістів «Телебачення Торонто» до дій російського уряду, російських високо посадовців, російської армії. Наприклад, «Генерал Коношенков хибнувся розумом, росіяни у захваті», «У маячні є обличчя! І це обличчя Ігоря Конашенкова. Якщо довго його слухати, може здатися, що російська армія відступає, бо вже просто нема з ким воювати. Генерал Конашенков упевнено говорить про вигадані подвиги армії РФ, такі як знищення неіснуючих літаків, героїчне взяття Пісок три рази та знищення «баржі з українськими військовими», яка виявилась опорою зруйнованого

залізничного мосту. Але ми з'ясували, що це насправді не прутня, а позитивні афірмації» [77], «Професійні військові РФ нічим не відрізняються від звичайних зеків» [77]. Стьоб допомагає відобразити світоглядну позицію авторів проекту не лише завдяки іронічній, але й відповідному стилю висловлювання, який містить у собі висміювання, блазнювання й негативне сприйняття офіційної позиції російського уряду щодо спецоперації в Україні.

Отже, у текстотворчих стратегіях «Телебачення Торонто» важливу роль відіграють самоіронія ведучих проекту, іронія випадковості, цитування, принцип гри, травестування, конструювання тексту, багатоголосна розповідь, гібридизація жанрів, видовищність. Мова також має значення у створенні сатиричного дискурсу. З цією метою ведучі «Телебачення Торонто» використовують такі мовні фігури, як тавтологія, словесні ігри, стилізація під «чужу» мову, іронія, тощо. Роман Вінтонов у своїх проектах часто поєднує іронію з повтором, сарказм утворюється за допомогою вживання фразеологізмів, синонімів і різноманітних фонетичних форм. Наприклад, щоб детально з іронією описати стан росіян після вибуху на Кримському мосту, а також контрнаступу наших військ на Херсонському і Харківському напрямках в одному з випусків програми «Телебачення Торонто» під назвою «Росіяни скиглять, стогнуть, скавчать», ведучі так це коментують: «Русня ридає, і важко зітхає, а ще жаліється, кисне, скиглить, скавчить, рюмсає, нюняє, квилить, хлипає, голосить, тужить, журиться і побивається, а ще бідкається, заламує руки...» [77]. Синонімічний ряд наведених лексем дозволяє досить іронічно, навіть із сарказмом передати панічні настрої росіян після цих подій. Цілий комплекс мовних засобів, який використовується журналістом, дозволяє посилити сатиричний ефект програм, націлених на критику і висміювання недоліків у сучасному, як вітчизняному, так і світовому політикумі.

Важливу роль у творенні сатиричного дискурсу на «Телебаченні Торонто» відіграє монологічне мовлення. Воно вдало використовується задля впливу на аудиторію. Найчастіше спостерігаємо повідомляючий і

драматичний види монологу, коли інформація передається не лише словами, а й за допомогою міміки, жестів, виразу обличчя.

Також одним з прийомів сатири виступає порушення мовної норми – вживання нецензурної лексики, до якого звертається не тільки сам ведучий, але й гості програми (наприклад, Лесь Подерв'янський). Використання такого прийому пояснюється бажанням відійти від традиційного, заштампованого політично-інформаційного простору вітчизняного медіаконтенту.

Порушенням мовної норми на телебаченні також вважається використання просторіч, до яких вдаються ведучі «Телебачення Торонто», наприклад: «просто топовий», «тупняки», «решалово», «дідько» тощо. Цей прийом, на думку науковців Л. Чернявської і О.Кутової, «...допомагає глядачу відчувати себе «своїм», краще сприймати інформацію, яку подає інтернет-ЗМІ, та активніше поширювати їхній контент у соціумі» [83, 76]. Сатиричний ефект в новинах на «Телебаченні Торонто» досягається за допомогою гри слів, іронії, хибної інтерпретації тверджень, опису абсурдності ситуації.

Отже, сатира як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура («Телебачення Торонто»), поєднує у собі політичну аналітику, публіцистичну переконливість і легкий спосіб подачі. Рейтинговий результат сатирично-політичних проєктів журналіста досягається за допомогою вдалого використання засобів і прийомів пародіювання, вивчення структури пародії, її функцій та вдалого вибору політичного об'єкту програми. Пародія є невід'ємною складовою програм журналіста, стрижнем його образу, робить його цікавішим для глядача. Останнє можна вважати новаторством у сатирично-політичній медіадіяльності.

РОЗДІЛ 4.

САТИРИЧНО-ПОЛІТИЧНИЙ ПРОЄКТ БОГДАНА АМОСОВА «БЕЗ КІСТОК»

4.1 Іронія як засіб моделювання політичної картини тижня в програмі Богдана Амосова «Без кісток»

Блог Богдана Амосова «Без кісток» було зареєстровано 11 жовтня 2019 року. На сьогодні він налічує 55, 3 тис. підписників. Блог виходить на каналі «Ти диви» і являє собою сатирично-політичне шоу, у якому, за словами самого автора, Богдана Амосова, представлено «сатиричні підсумки політичного тижня» [3]. З властивою йому іронією ведучий дає інтригуючу характеристику своїй програмі: «тут аналізуємо та сміємося з провалів політиків та тих, хто тільки планує ними стати» [3]. Девіз програми, який відображає її концепцію, звучить так: «Дотепно про головні політичні зашквари тижня» [3].

Програма складається з різножанрових елементів: політичного огляду подій тижня, документалістики (вставляються відео з актуальних репортажів інших журналістів, документальних стрічок, виступів політиків), політичної біографії ключових фігур світу, відео з соціальних мереж, фото постів з соціальних мереж, тощо. У своїй програмі автор намагається поєднувати документальне з ігровим началом. Така поєднання стає основою матеріалу. Відео набуває форми міні-фільму, зрежисованого за законами драматургії.

На даний момент на сайті викладено 252 відео. Програми викладаються з різною частотністю: спочатку автор викладав по одному відео на тиждень, потім два-три на тиждень, потім відео почали з'являтися раз у три дні.

Авторський блог має зворотній зв'язок так як заявлено, що ведучий щосереді о 20.00 може відповідати на запитання і коментарі відвідувачів блогу.

Ідея про створення програми виникла у Богдана Амосова у зв'язку з тим, що, на його думку, говорити серйозно про те, що відбувається навколо

нас, немає змоги, оскільки «рівень абсурду зашкалює». І як далі констатує ведучий, «У відповідь на безумство світу ми вирішили зробити божевільну програму. Хлестко, іронічно, смішно (нам так здається) ми будемо підбивати підсумки тижня і допоможуть нам в цьому найбожевільніші події, в яких ми живемо» [3].

Комічне – особлива, емоційна критика життя, негативна оцінка або осуд, докір якогось явища. Одним з прийомів комічного є іронія – це інтелектуальна категорія, яка протиставляє логічне і алогічне, передає діалектику видимого і прихованого, зовнішнього і сутнісного.

За допомогою іронії, на якій будується сатирично-політичне шоу ведучого «Без кісток», автору програми вдається викрити специфічні механізми, використовуючи які суб'єкти політико-владних відносин закріплюють у свідомості громадян необхідні їм смисли, конструюють важливі для них образи та ідеї. Аналізуючи політичні тексти та контексти, Богдан Амосов здійснює дискурсивізацію політичного простору, виокремлює домінуючі смисли й інтерпретує підтексти.

Політичний дискурс є результатом діяльності політичних акторів, їхніх політичних практик, які постають і результатом, й інструментом конструювання політичної реальності. Завдання автора політичного шоу полягає у тому, щоб «дописати» ці політичні тексти, «добудувати» їх значення й розшифрувати все це своїй аудиторії. Богдан Амосов для моделювання сюжетів своїх програм використовує найрізноманітніші політичні тексти: письмові (різноманітні документи, листи, накази, постанови, які цитує), усне мовлення (епізоди з виступів політиків, інтерв'ю, бесіди з ними, які вмонтовує в програму), різні зображення (заставки програм, стоп-кадри, які є гачком для аудиторії), символи. Це все створює контекст для теми програми, яка не може функціонувати поза контекстом.

Завданням автора сатирично-політичного шоу є репрезентація й ідентифікація політичних акторів, висвітлення різноманітних підходів і поглядів до розуміння політичної дійсності, унаслідок чого ці політичні

інституції та суб'єкти владно-політичних відносин легітимізуються у суспільній свідомості, або, навпаки, можуть бути критично відхилені нею як неприйнятні.

У своєму огляді політичних подій ведучий програми «Без кісток» використовує різні поняття, політичні концепти, ідеологеми, які в певному світлі зображають, представляють широкому загалу конкретних суб'єктів, які функціонують у межах політичної системи нашої країни, країни-агресора Росії, чи наших країн-партнерів США, Польщі, Великобританії, тощо.

Також вагомим і дієвим у політичних оглядах Богдана Амосова у програмі «Без кісток» є цілеспрямоване акцентування, ретрансляція, використання відповідних методів, технологій відповідних месиджів, неодноразове їх повторення і закріплення у сприйнятливій формі. Все це підкріплюється іронією, яка відстежується в численних порівняннях, метафорах, епітетах, алегоріях. Таким чином, ведучий спрощує сприйняття політичної реальності для реципієнтів. Продукуючи певні політичні дискурси, ретранслюючи численні нарративи, розставляючи акценти, необхідні оцінки, автор програми «Без кісток», у такий спосіб, програмує політичне мислення своєї аудиторії, пропонує систему політичних орієнтацій й інтерпретацію поведінки політичних суб'єктів. Ведучий програми «Без кісток» також вдається до деміфологізації, розглядаючи міф, зокрема політичний, ідеологічний як результат ідеологічної та символічної боротьби за смисли, які конструює і поширює російська пропаганда.

Політичні міфи є важливим інструментом політичної боротьби, досягнення влади, зміни політичного устрою. Політичні міфи, оперуючи образами, стереотипами, штампами, впливають на свідомість індивідів, моделюють їх поведінку та сприйняття дійсності. Міфологізація суспільної свідомості, яка відбувається під впливом міфів, суттєво спрощує сприйняття реального політичного процесу, позбавляючи необхідності усвідомлення усіх тонкощів, особливостей протікання політичних процесів. Як слушно зауважує науковець І.Дебенко, «під впливом міфологізації політична

дійсність зазвичай зводиться до вже традиційної дихотомії у межах системи «добро-зло», а сам політичний процес набуває характеру конкуренції картинок, образів та історій» [15, 10].

У своєму сатирично-політичному шоу Богдан Амосов розвінчує міфи, створені російською пропагандою. Наприклад, через добір сюжетів з соціальних мереж, героями яких стають відомі, публічні люди Росії. У випуску програми «Без кісток» за 3 листопада 2022 року, присвяченому мобілізації в Росії, ведучий вмонтовує відео Ксенії Собчак, викладене у соцмережах. На цьому відео відома скандалістка Росії у шубі, кокошнику, із банкою засолених помідорів цілує російський паспорт і виголошує фразу, яка завдяки їй стала крилатою – «За Русь усрись!» [3]. Зверненням до цього відео Богдан Амосов розвінчує головний російський міф про любов кожного громадянина до своєї країни, влада якої посилає своїх громадян на несправедливу війну, розв'язану самою Росією. У цей же випуск вмонтовано інше відео з соцмереж, на якому громадяни Росії – чоловіки висловлюють своє обурення щодо невиконання державою обіцяних коштів (300 тис. рублів) при попаданні на передові позиції війни з Україною. У цьому контексті розвінчується інший російський міф – про повагу і любов Росії до «руського солдата»-переможця. Даючи оцінку відео, ведучий вдається до нецензурної лексики тим самим знижуючи факт мобілізації, критикуючи масову необізнаність і тупість російських «ч-мобіків», яких постійно «на*бують» [3].

У створенні концепції програми важливу роль відіграє особистість журналіста, яка становить єдність світоглядного, характерологічного й функціонально-рольового елементів. За допомогою світогляду забезпечується цілісність у сприйманні навколишнього середовища, відображення його в діалектиці зв'язків, ідеалів. Поведінка журналіста зумовлюється світоглядними установками, професійними параметрами, які представляють єдність творчих, ідеологічних, «технічних» елементів журналістики (володіння словесно-зображальними засобами, методами творчості). До характеристик Богдана Амосова, як ведучого, можна віднести

уміння переконувати, аргументувати власну позицію й на основі цього схилити більшість до власної думки. У зв'язку з тим, що в постмодерну епоху глобальних комунікаційних процесів сфера політики, особливо у світі останніх подій російсько-української війни, набуває характеру театралізованого дійства (наприклад, театр воєнних дій), для ведучого дуже важливо адекватно передати своїй аудиторію власну точку зору, власну думку на те, що відбувається. «Театралізація політики все більше постає як мистецтво створення симулякрів, звужується до вміння створювати правдоподібні псевдоморфози, здатні підмінити об'єктивну дійсність, стати аналогом істини» [15, 12].

Театралізація політичної реальності породжує шоу-політику, і тут дуже важливо зберегти свою аудиторію. Це можливо завдяки оригінальності подачі матеріалу, збереження суб'єктивного журналістського стилю. Справа в тому, що симулятивний характер, властивий театралізації, порівняно з раціонально-розумовою аргументацією, спричиняє домінування у просторі політичної комунікації чуттєво-емоційної складової. Саме цю складову й використовує ведучий сатирично-політичного шоу «Без кісток» Богдан Амосов, прагнучи продукувати розкодовані смисли політичного дискурсу на свою аудиторію. Так, вдаючись до мотиву маски, яку ведучий «одягає» на Сергія Лаврова, міністра закордонних справ Росії, у програмі за 3 листопада 2022 року, часто характеризуючи його як «педального коня російського уряду» [3], «імпотентного жеребця російського МЗС» [3], він майже усі відео з його промовами замінює іржанням жеребця, тим самим іронічно знижуючи вагомість його промов і виголошеної ним інформації. Таким чином, оцінка журналістом діяльності політичної фігури Лаврова стає схожою на яскраве видовище, гру з аудиторією, набуваючи характеру міжсуб'єктної комунікації з домінуванням чуттєво-емоційної складової (звичайно ж «іржання» «жеребця» Лаврова викличе сміх). У даному випадку функцією маски також є експресивність і загострення смислу, подвоєння персонажа, конструювання або моделювання нового образу знакової політичної фігури – зниження

політичної ролі високопосадовця у сучасних політичних реаліях, вісйськово-політичному російсько-українському конфлікті. Таким чином журналіст виражає свою опозицію до виступів високої політичної фігури, свідому відстороненість. Свідомо спотворюючи обличчя Лаврову, автор програми виступає у ролі блазня, який кепкує і сміється з політика. Тут уже гостра осудлива іронія переходить у сарказм, утворюється сміховий виворітний світ, на який перетворилося російське суспільство на чолі з можновладцями (Оксана Собчак у кокошнику, шубі і з банкою солоних помідорів, яка «здатна усратися за Росію», з того ж сміхового виворітного світу). Такий карнавальний сміх руйнує всіляку ієрархію, розвінчує усталені догми, інтерпретує та знімає опозиції. За його допомогою все складне перетворюється на просте, він полегшує сприйняття складного, робить невагомим усе цінне і надто серйозне.

У постмодерну добу ХХІ століття змінюється так званий гумористичний смак, змінюються його критерії стандартизації й уніфікації, з'являються нові гумористичні формати (до таких можна віднести й формати програм Майкла Щура «Телебачення Торонто» й Богдана Амосова «Без кісток»), зміщуються смислові акценти та тематики для жартування, зсовується кут сатиричного погляду на соціальне життя, трансформується його функціональна роль у суспільстві.

Гумор і сатира набувають новітніх модифікацій. Саме цим можна пояснити трансляцію в одному з випусків програми «Без кісток» теми відродження «погребальної культури в Росії», яку ведучий програми із сарказмом поєднує з темою мобілізації в Росії. Програма має заголовок «Росіян готують до землі. Цілі Путіна майже виконані. Фестиваль могілізації в РФ» [3]. Програма побудована на чергуванні коментарів ведучого з відео із соціальних мереж із захороненням російських солдат, кадрами репортажу із заходу, який проходив в Росії і був присвячений фестивалю погребальних послуг. На фоні великої кількості загиблих з боку країни-агресора такі заходи виглядають як треш, і, звичайно, ж стають предметом іронії і сарказму з боку

ведучого, який характеризує це як «цельй сатанинский бал», де все проходить «динамічно, весело і з конкурсами» [3]. Як відомо, основне правило комічного – демонструвати неприродність, негнучкість, щось невласне нормальному життю. Також у даному випадку спрацьовують відомі принципи комічного: повторення (повторення вербальних і невербальних знаків), інверсія (зміна соціальних ролей), інтерференція (гра різних значень одного знаку). У цьому випуску програми постійно повторюється вираз «фестиваль моголізації», створений за допомогою оказіоналізму (гра різних значень), повторення (декілька разів повторюється думка ведучого про те, що «росіян готують до землі») і «цілі Путіна – майже виконані» – у даному випадку простежується інверсія, створена за допомогою іронії і сарказму, оскільки Путін мав на увазі зовсім інші цілі. Використання автором у даному випадку сатиричних засобів відображення політичної дійсності дає змогу творити простір для психологічної розрядки, продукувати певні емоційні ефекти, що так необхідно у наших реаліях, які є необхідними для української аудиторії.

Іронія, сарказм, гумор, пародія – це все види комічного, яке може виявлятися, як зазначає С. Кривенко, «на рівні одного символу (недоречність, обмовка, помилка), на рівні акту комунікації (жарт, висміювання, анекдот) або на рівні наративу (що дає змогу виділити комічного героя, смішного у своєму образі та у взаємодії з іншими дійовими особами)» [36, 44]. Таким комічним героєм майже в кожному випуску програми «Без кісток» із початком російсько-української війни виступає Путін, якого ведучий, одночасно з усією нашою країною, називає «божевільним бункерним дідом», «Верховне **йло», «кровавий дід Кремля» і т.д. і нагадує, що «Вовчику, твої потіи уже зачекалися» [3]. Також одним з постійних комічних героїв політичних сюжетів програми «Без кісток» виступає Олександр Лукашенко, президент Білорусі, який підтримує Росію у війні з Україною. Звичайно ж Лукашенко відіграє другорядну роль порівняно з Путіним, тому ведучий й характеризує його як «підлеглого» Путіну, зі злою іронією називаючи

«картопляним тарганом», «затхлим драником» [3]. За допомогою таких ефектів комічного ведучий принижує цього можновладця, викликає в аудиторії неприйняття його дій і вчинків.

У сатиричної програми Богдана Амосова «Без кіток» спостерігається постійна тенденція збільшення кількості підписників, отже розширяється аудиторія проекту, це пояснюється, на наш погляд, саме сатиричним спрямування програми. Після переглядів нових випусків програми, підписники залишають коментарі, у яких позитивно оцінюють роботу автора і ведучого: «Файно, жваво і саркастично», «Інтро-вогонь», «Ваша робота – це підтримка нам. І, як завжди, цікаво, інформативно, настроїпіднімально» [3].

У постмодерну добу основною функцією сміху стає згладжування соціального стресу (терапія), адаптація до того постійного тривожного, жахливого часу, у якому ми всі живемо, адаптація до докорінної ломки соціокультурних підвалин, соціокультурних, культурних стереотипів по відношенню до Росії, російського народу – «Росія – сусідня братня держава», «російський братній народ», «великая русская культура», тощо. Завданням журналістів на цьому етапі постає забезпечення повноцінного комунікаційного зв'язку (медіації) між різними верствами, групами населення, між тими, хто продукує інформацію, й отримувачами інформації. Завдяки своїй амбівалентності сміх, як доречно зауважує О. Мальцева, «працює на визнання плюралістичності способів соціального буття» [50, 77]. Тобто у цьому контексті, Путін і Лукашенко постають не тільки і не стільки «великими диктаторами», скільки «старими маразматиками», «які почали втрачати береги» [3].

Як відомо, постмодерне середовище, у якому ми на разі існуємо, це середовище ліберального плюралізму, толерантності, безмежного компромісу, в якому все можливо, в якому зникають будь-які опозиції. Іронічне постмодерністське гасло звучить так: «Ніщо не занадто!», яке доповнює наступне «Стою на своєму, але можу як завгодно!» – серйозність, як певна парадигма світосприйняття, поступається карнавалізації суспільного

середовища, цим пояснюється актуальність і запитаність таких проєктів, як сатирично-політичне шоу Богдана Амосова «Без кісток», у якому, за словами ведучого, можна постійно побачити «найкрутіші зашквари тижня» [3].

Як справедливо наголошує О. Мальцева, «оперативне реагування на значні порушення соціальної норми, морально-етичних настанов, актуальна критика тих суспільних явищ та людей, що переступили інституалізовану «межу» [50, 80], – це вже завдання не стільки гумору, скільки сатири, з її «вразливим сміхом дистанціювання, доведеним до гоготу-зброї, що за всі часи вправно боровся проти усіляких «відступників» [50, 78]. Таким «гоготом» наповнені всі програми Богдана Амосова, в яких він «стьобає» російських пропагандистів, дає саркастичну оцінку недолугим політикам і відкрито критикує путінський диктаторський режим.

Унікальність іронії, до якої вдається автор програми «Без кісток» полягає у тому, що вона, хоча і відноситься до категорії комічного, на відміну від гумору та сатири володіє своєрідною подвійністю, яка базується на поєднанні комічного з трагічним. На поєднанні трагічного з комічним побудовано й заголовки з лідами окремих випусків програми «Без кісток», наприклад «Путін лякає обстрілами та Лукашенком. Що за цим стоїть?», «Мобілізація йде «по плану». Путін готує армію алкоголіків із іржавим залізом», «Росіян готують до землі. Фестиваль моголізації в РФ», «Мобілізація чмонь в росії», «Донька Дугіна погналась поперед» [3], тощо.

Висміюючи, пародіюючи трагічне, комічне знімає його з котурнів або взагалі руйнує, але при цьому комічне набуває й певних якостей трагічного. Дослідниця І. Малишівська у зв'язку з цим слушно зауважує, що «Враховуючи досвід розвитку сучасної культури, можна говорити не просто про поєднання (механічне чи органічне) трагічного з комічним, а про такий синтез, який досягається в результаті руйнування традиційних естетичних структур» [49].

Зараз ми існуємо у трагічному світі болю і випробувань. Іронія ж балансує на межі, вона змушує сміятися крізь сльози. Поєднуючи у собі

комічність зображуваного з трагічністю існуючого, іронія не передбачає знущання та прямого викриття зображуваного, яке властиве сатирі, вона тільки натякає, залишаючи за читачем право робити висновки. Наголосимо, що іронія у випусках Богдана Амосова часто зливається із сатирою і перетворюється на сарказм, котрий стає засобом викриття позиції країни-агресора Росії до України.

Традиційне стилістичне тлумачення іронії зводиться до її розуміння як тропу, пов'язаного з вживанням слова або виразу в протилежному сенсі. У цьому разі негативне явище зображується у позитивному ключі, щоб привернути до нього увагу. Сучасні дослідники вказують на багатогранність поняття «іронія»; її інтерпретації варіюються від тлумачення як фігури мови, до розуміння як світоглядної позиції.

Іронія, завдяки своєму теоретичному об'єму, належить до числа найменш стійких категорій, вона пульсує від одного оціночного полюса до іншого, залежно від часу та мети її вживання. Останнє дає привід вважати, що одним словом «іронія» ми часто називаємо різні явища духовної культури, котрі мають спільну точку дотику. Підтвердженням цього є етимологія слова «іронія», котре у древній Греції означало притворство, лукавство, удавання, інакше кажучи, – ігрова поведінка. Іронія, як форма вираження думки, означає слово чи висловлювання, котре у контексті мови набуває протилежного значення. Але, як відомо, іронію не варто зводити тільки до відношення протилежностей. Іронія як стилістичний прийом, пов'язана одночасно з реалізацією двох лексичних значень слова, тобто словникового і контекстуального, які є протилежними один до одного.

Найсильнішим ефектом іронічно-глузливого спрямування наділений сарказм, котрий здатен боляче поранити, а іноді перейти у відверте знущання та висміювання. Із відвертим сарказмом ведучий програми «Без кісток» висловлюється про мобілізацію в Росії, про «хороших» руських, які повтікали за кордом і звідки висловлюють свою любов до Росії («Борис Акунін. Грузин, який став росіянином. «Хороший» «русский мир»

письменника-втікача»), про росіян, які втікають з Криму після обстрілів Кримського моста («Росіяни тікають з Криму! Росія-мамулечка, пора свалитись!»), про мобілізованих з Росії, яким не видають сучасну зброю і військову одягу, зате на Україні «видадуть міцні чорні пакети» («Призов на війну в Україні росіяни здійснили так само, як і роблять усе – через гумову жопу. Тепер майбутні щасливі власники великих чорних пакетів поїдуть в Луганську, Донецьку, Херсонську, а також Запорізьку області та в Лаоську народну республіку» [3] (так Лавров в одному з виступів назвав Луганську область, і журналіст одразу ж узяв на озброєння))».

Своєю іронією ведучий програми «Без кісток» виправляє, принижує та дискредитує ті публічні політичні фігури, ті політичні події, які продукує і транслює країна-агресор.

Публічна політична інформація, яку поширює Росія по відношенню до України, характеризується абсурдністю й ірраціональністю, які спонукають Богдана Амосова до постійного аналізу, перевірки і критики всього (насамперед, інформації), що пов'язане з державою-агресором.

Формування іронічного ефекту також досягається стратегією іронічного зображення осіб, за якої негативне або нейтральне ставлення автора програми «Без кісток» Богдана Амосова до учасників подій характеризується через позитивну оцінку. Автор проекту використовує ідентифікаційні та характеристичні тактики. Ідентифікаційна тактика іронізування передбачає вживання антропонімів: наприклад ведучий програми у кожному випуску згадує прізвища головних фігурантів знакової політичної події, або політичного сюжету із зазначенням їхньої дій в іронічному контексті, наприклад: «Путін мобілізував Пугачову», «Стівен Сігал останній козир Путіна», «Путін почав втрачати береги», «Путін готує армію алкоголіків із іржавим залізом» [3], тощо. Характеристична тактика пов'язана з вживанням одиниць на позначення властивостей учасників політичних подій: «Стремоусов – їхнє «всьо»», «Кіркоров – головна скрепа путіна», «Лавров – педальний кінь путіна», «Путін – лаптінога потвора»,

«Кирил – «руськомирний» піп»..., «Лукашенко – картопляний тарган», «затхлий драник» [3], – тобто ведучий вдається до іронічного представлення учасників подій, яке переростає у сарказм.

Отже, стратегія зображення політичних осіб, політичних подій у програмі Богдана Амосова «Без кісток» характеризується як іронічно-саркастична. Тактики, задіяні для реалізації стратегії іронічного зображення політичних осіб, політичних подій зводяться до поєднання комічного з трагічним, до використання стьобу, Тактики створення іронічного ефекту – театралізація політичної дійсності, використання мотиву маски – усе це на фоні оригінальності викладу матеріалу, збереження суб'єктивного журналістського стилю.

Таким чином, програма Богдана Амосова «Без кісток» – це сатирично-політична програма про українське та світове сьогодення, найяскравіші політичні та соціально-політичні події, які автор подає лаконічно, іронічно, із власною оцінкою.

4.2 Специфіка репрезентації політичної сатири: стилістичні засоби

На прикладі сатирично-політичних проєктів Майкла Щура «Телебачення Торонто» і Богдана Амосова «Без кісток» можна прийти до висновку, що новинній журналістиці притаманне неймовірне різноманіття форм і методів роботи. Оперативність і повнота подачі інформації – вже це головний «козир» у процесі підготовки новин. На перший план виходить цікава «упаковка», в якій телебачення пропонує свій продукт.

Серед сотень, тисяч текстів, відео, щоб користувач Інтернету вибрав саме цей, його потрібно заманити заголовком. Це призводить до того, що заголовки в Інтернеті є значно провокативніші і скандальніші, ніж у паперових виданнях, принаймні тих, що поважають свого читача і дбають про власну репутацію. Натомість, Інтернет вимагає заголовків якнайбільш драстичних, щоб користувач «клікнув», навіть якщо не буде дочитувати статті до кінця. Враховуючи це, Богдан Амосов також використовує

провокативні, інтригуючі заголовки до відео, які відображають іронічне ставлення автора програми до озвучених подій: «Гумова дупа як символ арміє рф», «Московські попи атакують», «Путін взяв Лукашенка за булочку», «Хороший» «русский мир» письменника-втікача», «Росіян готують до землі – цілі Путіна майже виконані», «Вампірська федерація – росія» [3], тощо.

Сучасний глядач вимагає видовища, суха інформація йому не цікава, а тому фахівці медіасфери повинні шукати нових засобів подачі матеріалу. Отже, перед телевізійним журналістом постає проблема залучення уваги аудиторії до свого продукту. Дослідниця С. Сметаніна вважає, що «сьогодні в журналістському тексті відбувається переміщення акценту з того, про що йдеться, на те, як про це говориться» [71, 90]. Дослідниця вказує, що нестандартна форма подачі інформації дозволяє легше зберегти в пам'яті подію. У зв'язку з цим особливий інтерес становить таке явище, як інфотейнмент (infotainment), який базується на традиціях інтелектуальної гри, коли за допомогою спеціальних прийомів глядача залучено в евристичний процес. Навмисне дроблення інформації на окремі факти, образи, думки, кліповість стилю подачі новин змушують глядача самостійно вибудовувати повну картину події на основі наданих журналістом відокремлених деталей. Так, кожний випуск програми «Без кісток» складається з окремих тематично-сатиричних фрагментів, які являють собою окремі сюжети, пов'язані головною думкою – у росіян нічого не вийде, ми переможемо! Наприклад, у випуску від 20 жовтня 2022 року, який має заголовок «Вампірська федерація», тематично представлено декілька сюжетів: «Суровікін, Сальдо і Стрємоусов дають задню», «Мобіки і сало», «Вампірська федерація – росія» [3]. – усі вони спрямовані на те, щоб викрити недолугість російської армії, російського уряду, політики росії по відношенню до України. Автор програми «Без кісток» створює специфічний постмодерністський медіатекст, який не стільки відображає дійсність, скільки її моделює – у повному розумінні слова створює нову реальність, причому без загрози санкції. Акцент при програмуванні передачі – це

інтертекстуальність, віртуальні декорації і всілякі види візуальних і лексичних ігор. Такою візуальною грою є заставка останніх випусків програми «Без кісток», яка складається з нарізки окремих фрагментів російських пропагандистських програм, роликів з соціальних мереж, відеовиступів російського президента, інфосюжетів окремих новин як російського, так і білоруського телебачення.

Інфотейнмент як метод ігрової журналістики найперше дбає про «одяг» свого продукту, тобто форма журналістського твору іноді стає важливішою за зміст. Нестандартні маркери подання інформації дають змогу легше зберегти в пам'яті подію, такі прийоми називають «ігровим кодуванням». У випусках програми Богдана Амосова «Без кісток» гра виявляється у способі відбору фактів та мовних засобів. Доволі часто ці два чинники зливаються воедино. Як слушно наголошує дослідниця В. Бабенко, журналіста, який працює в стилі інфотейнменту, характеризує оригінальне бачення, він вільний від стилістичних кліше, для нього також властива харизма «людини-магніту» [1, 244], – саме так можна висловитись і про журналіста Богдана Амосова, який досить відомий не тільки широкій аудиторії радіо НВ, але й аудиторії каналу «ТІ диви» та іншим реципієнтам ютубу.

У програмі «Без кісток» журналіст, так би мовити, «грає» зі своєю аудиторією у лінгвістичні ігри (вкраплення в текст слів або словесних конструкцій, які мають несподіваний ефект, створюючи сміливі метафори, вживаючи лайливу й зменшувально-пестливу лексику з метою сатиричного зображення дійсності) таким чином охоплюючи широкий спектр споріднених проблем і пропонуючи свої авторські міркування щодо тієї, чи іншої ситуації. Наприклад, вживання лайливої лексики на позначення президента росії, його характеристики: «лаптінога потвора», «пуйло ти кручене», «верховне **йло» [3]; характеристика росіян, які висловлюють ненависть до українців: «орки, орчині та орченята», «гнілий, тупий та безсовісний народ» [3]. Характеризуючи російського диктатора, Богдан Амосов створює метафору, в основі якої лежить епітет, що позначає злочини, вбивства – «кривавий дід

кремля» [3]. Вживання емоційно-забарвленої лексики підсилює сатиричний ефект інформаційної картини тижня, яку для своєї аудиторії моделює журналіст.: «Щось ви геть невеселі, кацапушки!». Також для подання новин, які стосуються провалів російської влади щодо мобілізації, чи проведення референдуму, чи військового наступу характерне залучення повсякденної розмовної лексики, яку використовує журналіст. Наприклад, «Призов на війну в Україні росіяни здійснили так само, як і роблять усе – через гумову жопу», «К референдуму все относятся положительно, так как на референдум все положили», «Русня заявляє, що буде тікати з Херсона», «росіян «бомбить» від того, що сталося», «назад – до Сизрані, назад – до Мухосранська» [3], тощо. Комунікативна гра активізує творчий потенціал автора, показує його освіченість і культурну обізнаність та спонукає перебувати в постійному пошуку промовистих аудіовізуальних засобів. Гра в журналістському матеріалі Богдана Амосова відбувається на рівні слова і тексту.

До одного з прийомів створення сатиричного ефекту програми Богдана Амосова «Без кісток» також належить стендап, у якому вербальне (текст) поєднується з паралінгвістичними засобами подання інформації – мімікою, жестами, інтонацією, ритмом і темпом мови, паузами, логічним наголосом (під час коментарів тих чи інших сюжетів ведучий хитає головою, закриває обличчя руками, жмуриться, розмахує руками, нахиляється уперед, відкидається назад, і у нього дуже рухлива міміка). У даному випадку ведучий програми виступає як «жива», незапрограмована, невідшліфована (у сенсі – не штучна) людина, яка на очах у глядачів творить програму, упроваджуючи в дискурс невимушену «побутовість». Богдан Амосов змушений поєднувати в собі риси актора, журналіста, режисера, себто – привабливість та ерудованість, легкість і природність у спілкуванні, миттєвість реакції, винахідливість, здатність до імпровізацій, публіцистичність, – усе це талановито вдається журналісту.

Дуже поширеним способом викладу інформації (яка набуває сатиричного ефекту), до якого вдається ведучий програми «Без кісток», є також спосіб деталізації, коли одна й та сама деталь, пов'язана з тою чи іншою політичною фігурою, чи політичною подією повторюється декілька разів. Так досить відомий вислів Путіна, який став мемом «это, как вам скаазать, резиновая попа», Богдан Амосов дуже часто вставляє у різні випуски програми «Без кісток», супроводжуючи його відеовкрапленнями з виступів відомого коміка Євгена Петросяна, який любить кривлятися і «робити лице». Тим самим ведучий знижує цінність та вагу висловлювань російського президента, зводячи його коментарі до жартів блазня.

Деталізація в політичному телепроекті Богдана Амосова часто посилюється лінгвістичними прийоми актуалізації уваги: «ось це», «сама така», «зверніть увагу», «як бачите», «о-о-о-о», «несемося» тощо. У візуальній площині привертання уваги досягається за допомогою наближення, статичних кадрів після динамічних і різноманітних монтажних ефектів. Окрім того, автор програми долучає звукові ефекти та різноманітні варіації з музичним супроводом (початок музичної композиції на важливому моменті чи її припинення, підвищення рівня на словах або на паузі). Поряд зі значними деталями використовуються незначні, які в процесі деталізації виконуватимуть підсилюючу функцію. Часто основних ознак деталі стає недостатньо, тоді другорядні деталі сприятимуть розумінню основних. Таких деталей безліч у випусках «Без кісток»: це і сало для мобілізованих «чмобіків», туфлі Лаврова на саміті великої 20-ки, мощі Леніна у Мавзолеї, тощо, – усі ці деталі посилюють сатиричне зображення сучасної росії, яка виявляється мильною бульбашкою, оболонкою «наддержави». Отже, виконуючи такі основні функції, як інформування та розвага аудиторії, деталізація стає одним з найпоширених прийомів стилістики інфотейнменту.

Завдання комічного полягає також у тому, щоб демонструвати неприродність, негнучкість, щось невластиве нормальному життю. Саме так обіграє ведучий втечу російської армії з Херсону у випуску від 11 листопада

2022 року, називаючи її з іронічною інтонацією «отрицательним наступлениєм» і таким чином «стьобаючи» доповіді російських військових генералів Путіну.

Комічне в публічному дискурсі можна досліджувати на рівні одного символу (недоречність, обмовка, помилка – так путінська «резиновая попа» стає символом недолугості, неспроможності російської армії, неспроможності рашистів подолати Україну), на рівні акту комунікації (жарт, висміювання, анекдот – таким довгограючим жартом у випусках програми Богдана Амосова стає тема мобілізації в росії) або на рівні наративу (що дає змогу виділити комічного героя, смішного у своєму образі та у взаємодії з іншими дійовими особами – такими комічними героями стають пропагандист Соловйов, російський генерал Шойгу, російський колобарант Стремоусов, та інші).

Комічне складно визначити через різноманітність його проявів та впливів. Поняття позначає і фізіологічний стан людини, і психологічне відчуття задоволення, і прагматичний вплив на поведінку іншого, і семантичні загадки, які намагається розгадати інтелект, і, звичайно, лінгвістичні правила його вираження. Все ж для всіх видів комічного – гумору, іронії, сарказму, пародії тощо – характерні кілька спільних рис, зокрема, всі вони викликають сміх.

Зокрема, сміх здатен «шмагати звичай», маркувати сфери суспільного незадоволення, але також може висміювати всякого ініціатора суспільних змін, дискредитувати політичного опонента тощо. Крім того, комічне творить простір для психологічної розрядки людей. Таку психологічну розрядку у випуску від 19 жовтня 2022 року під назвою «Суровікін, Сальдо і Стремоусов дають задню» здійснює відео з трешовим віршем, який читає російський колобарант Стремоусов. Вірш є утопією, абсурдом, блазуванням зі світу, оскільки його ідея – панування росії у світі (російські слова записані українською транскрипцією з метою зняття пафосності та створення сатиричного ефекту):

«Віжу речку Амазонку,
Крокоділов віжу я.
Ето руская сторонка,
Ето родіна моя.

Недалече піраміди,
Ніл течот богат водой,
Омивает руский берег,
Русь горжусь тобою я.

Віжу Вашингтон в даліне,
Даллас віжу і Техас.
Как пріятно здесь в росії,
Випіть вкусний рускій квас.

Над Сіднеєм сонце всходіт,
Утконос сопіт в пруду,
Рєпродуктор гімн заводіт,
С рускім гімном в день войду» [3].

У контексті повідомлень про наступ ЗСУ, мрії про панування росії у світі виглядають безглуздими і абсурдними, виглядають як суцільне божевілля. Про що у випуску відкрито заявляє ведучий програми Богдан Амосов.

Сатира відноситься до комедійного жанру, різко викривального, і висміює порочні вчинки, низькі спонукання, потворні прояви соціальних конфліктів. На відміну від гумору, сатира активно використовує сміх як засіб колективної критики. Через її призму гостріше сприймаються проблеми суспільства, державної системи, проблеми держави-агресора. Комізм у

сатиричних творах набуває нового значення: він викликає сміх – заперечення, сміх – осуд і сміх – покарання. По відношенню до держави-агресора сміх-покарання звучить у таких іронічних висловлюваннях ведучого програми «Без кісток», як: «Мобілізація чмонь в Росії», «Зброїні сили України навалюють окупантам зvezди», «Діктатори демонструють маразм» [3]. Сміх-осуд також присутній і виражається у таких висловлюваннях: «Лавров зганьбився», «На росії істерика пропагандистів через Херсон», «Туфлі Лаврова стали головною подією для росії на саміті групи двадцяти», «Похорони другої армії світу, якою рф ніколи не була», «Фашизм передається повітряно-крапельним шляхом», «Краще б сиділа в своїй Сизрані і роздмухувала черевиком самовар», «Русня не люди», «Путін щось там святкує і думає, що все в нього йде по плану. Насправді, все йде по плану Залужного» [3], тощо. Окрім виправлення, приниження та дискредитації, сміх у програмах Богдана Амосова розслабляє, виконує розважальну функцію.

Такий спосіб подачі новин, коли журналіст використовує засоби сатиричного дискурсу, елементи гри з аудиторією, розважальну форму, дозволяє трансформувати новини в інформаційний продукт нового зразка – в сатирично-політичний проєкт, коли серйозна інформація (агресія російської федерації, мобілізація в росії для війни з Україною, референдуми, які проводить російська федерація на території України, погроза ядерною зброєю, тощо) подається з відтінком розважальності у сатиричній формі, (у рамках сатиричного дискурсу) у широкому метаконтексті політичних і соціальних проблем держави-агресора на тлі воєнних дій в Україні. Як стверджує дослідниця В. Бабенко, «Новинна метанаративізація поєднує основні засади авторської ідейно-естетичної свідомості та прямий маркет сприйняття соціальної ролі аудіовізуального продукту, розширюючи комунікативну феноменологію креативного процесу» [1, 248].

Таким чином, специфіка репрезентації політичної сатири у проєкті Богдана Амосова «Без кісток» виявляється у використанні провокативних,

інтригуючих заголовків до відео, які відображають іронічне ставлення автора програми до озвучених подій; окремих тематично-сатиричних фрагментів, які монтуються в єдиний відеофільм; у використанні лінгвістичних і візуальних ігор, як елементів інфотейнменту; вдається до стендапу, у якому вербальне (текст) поєднується з паралінгвістичними засобами подання інформації – мімікою, жестами, інтонацією, ритмом і темпом мови, паузами, логічним наголосом.

Отже, в ситуації ускладнення російсько-українських відносин, російсько-української війни політична сатира почала застосовуватися активніше, як критична реакція на політичні рішення, вона стала складовою частиною політичної комунікації.

На наше переконання, політичний гумор, політичну сатиру слід розглядати, перш за все, як особливі форми політичної комунікації, тобто способи донесення до адресата якогось повідомлення і формування у нього відношення до відправника і змісту політичної інформації.

У ході дослідження ми прийшли до висновку, що політична сатира у сатирично-політичному проєкті Богдана Амосова «Без кісток», на сучасному етапі функціонування, стає реакцією на велику концентрацію абсурдної, неадекватної пропаганди з боку російської федерації, прикладом своєрідної сублімації агресії і звільненням накопиченої агресивності стосовно російської влади (у програмі журналіста з періоду російсько-української війни дії української влади не висвітлюються у сатиричному форматі).

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі розвитку суспільства інформація сприймається як системоформуючий фактор нового суспільства, нової соціальної реальності. Поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій стало домінуючим фактором, що визначає прискорення розвитку процесів соціально-політичної комунікації.

У ході дослідження ми прийшли до висновку, що роль соціально-політичних комунікацій в політичній сфері суспільства (зважаючи на інституційний аспект) полягає у відображенні пізнавального процесу суспільно-політичних обставин: повідомлення про факти та події суспільного життя; їх роз'яснення, аналіз та характеристика; узагальнення фактів; систематизація уявлень про суспільно-політичне життя.

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства, ЗМІ, як важлива складова масових комунікацій, виконують не одну, а декілька соціально-політичних ролей: вони організують, об'єднують, консолідують, інформують суспільство. Також виокремлюють такі функції соціально-політичної комунікації: інформаційну (поширення важливих знань про елементи політичної системи); регулятивну; функцію політичної соціалізації (у суспільства формуються певні норми політичної діяльності і політичної поведінки); маніпулятивну функцію; інтеграційну/дезінтеграційну; мотиваційну функцію. У той же час ЗМІ можуть відігравати і протилежну роль – дестабілізувати суспільство, дезінтегрувати його. Головним завданням соціально-політичної комунікації є формування громадської думки і суспільної свідомості, що в свою чергу, обумовлює і впливає на зміст і характер різноманітних політичних процесів, які відбуваються в державі.

У сучасному інформаційно-комунікаційному процесі засоби комунікації мають не менш важливе значення, ніж саме мовлення. Зміст інформації залежить і від того, на якому каналі транслюється інформація. Соціально-політична комунікація в інформаційному суспільстві має свої

особливості: вона передбачає обмін політичною інформацією між учасниками політичної системи за допомогою технічних засобів зв'язку та у віртуальній мережі.

Сучасна політична практика свідчить про те, що без масових каналів, засобів масової комунікації, за допомогою яких визначається порядок денний, створюються образи для формування громадської думки, продукуються та усвідомлюються інтереси різних суб'єктів, неможливе створення публічної комунікації в політиці.

У сучасній політиці почали використовуватися потужні технотелемедіуми, з'явилися нові типи трансляції інформації і нові форми комунікації. Медіатизація політики стало поширеним явищем, під яким зафіксувалося розуміння сукупності процесів і явищ інформаційного впливу і взаємодії як усередині політичної сфери, так і при її переплетенні зі сферою масмедіа.

Медіатизація політики призводить до маркетизації і театралізації політичного процесу, тобто змінюються форми і способи його моделювання і репрезентації. У цьому важливу роль відіграють Інтернет-ЗМІ, оскільки мають різноманітні форми і технології продукування і поширення інформації, зокрема і політичної. Тут можливе створення і тиражування політичної інформації в рамках персонального контенту (блоги, сайти, авторські програми). Інтернет пропонує діалог, оскільки тут представлені всі види комунікації: масова, міжособистісна, спеціалізована.

Соціально-політична комунікація в умовах формування мережевого суспільства трансформується в комунікацію між образами, трансльованими за допомогою сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. На сучасному етапі розвитку соціально-політична комунікація набуває властивості віртуальності, симуляції, міфологізації, медіатизації. Окрім того у блогах змінюються форми подання інформації. У новинних випусках блогерів спостерігаємо продуктивне поєднання сатири, ігри із серйозною

інформацією – така інноваційна форма подання інформації стає потенційно впливовою формою публічної інформації.

Сатира як спосіб художнього відображення дійсності передбачає гостре, осудливе висміювання негативного, викриття недоліків, вад. Її завданням є нещадна, нищівна критика зображуваного. Природа сатири є суб'єктивною, тенденційною. Сатиричне зображення залежить, в першу чергу, від світоглядної позиції, політичної орієнтації, моральних засад автора, психологічного складу його характеру, темпераменту, ерудиції, тощо.

Сатира – різко викривальний комедійний жанр, який використовує сміх як засіб колективної критики, гострого сприйняття проблем суспільства, держави, війни. У сатири більш виражена політична складова, у порівнянні з гумором. Основними формами сатири виступають: іронія, як приховане кепкування, уживання слів в оберненому значенні; сарказм, як форма глузування над людиною, організацією, державою; гротеск, як свідоме перебільшення; комізм, як сміх-заперечення, сміх-осуд, сміх-покарання; пародія; сатиричні малюнки, карикатури тощо. Вона є виразом неприязні, грубості, образливості тому активно, особливо в інформаційну епоху, використовується не тільки у мистецтві, а й у публіцистиці, в політиці. Сатира дає вихід агресії, виступає як інформаційно-психологічна зброя.

У межах сатирико-саркастичного дискурсу народжується таке особливе явище як політичний гумор, специфіка якого полягає у репрезентації словесної або візуальної інформації про політичні інститути, політиків, проблеми, які цікавлять комунікаторів.

Завдяки зрощенню політичного і сатирико-саркастичного дискурсів спостерігаємо поширення гібридних форматів сатиричної політичної інформації, яка функціонує і є запитаною поряд із звичайними політичними новинами. Такі політичні проєкти, на кшталт програми Богдана Амосова «Без кісток» і Романа Вінтонова «Телебачення Торонто», стають повноцінними форматами політичного інформування.

Журналіст Роман Вінтонов в образі Майкла Щура презентує декілька медіапроектів у жанрі сатиричних новин. Одним з них є сатирично-політичний проєкт «Телебачення Торонто». На сьогодні структура сатирично-політичного проєкту «Телебачення Торонто» має декілька складових: російсько-українська війна – представлено тематичні сюжети; російсько-українська війна: інтерв'ю; російсько-українська війна: OSINT-розслідування; Російсько-українська війна: репортажі; Вибір редакції; «Грати-песик-дужка-гривня-поки-Майкл-на-війні»; #(@)€?§0 з Майклом Щуром «Як починався Майкл Щур». Проєкт створюється у професійній студії зі співведучими, режисером, операторами, дизайнером, художником-реквізитором. Творча команда «Телебачення Торонто» налічує близько 30 осіб. Три шоураннери, 15 сценаристів, які працюють віддалено. Частина з них – співведучі. У 2014 році ютуб-канал «Телебачення Торонто» був нагороджений «Срібною кнопкою», якою відеосервіс YouTube відзначає канали, що мають більше ста тисяч підписників. На сьогоднішній день ютуб-канал «Телебачення Торонто» має 733 тисячі підписників і їхня кількість постійно зростає.

Образ Майкла Щура є привабливим для пересічної аудиторії: він схожий на типового українця (у вишиванці з вусами), має акцент, подібний до акценту мешканця Західної України (Роман Вінтонов походить з Івано-Франківщини), має сучасний проєвропейський вигляд завдяки окулярам, шортам та кедам. Цей образ, з одного боку, є типізацією представника українського народу, а, з іншого – ненав'язливою формою стьобу над ним.

Майкл Щур у своїх програмах ламає стереотипи спілкування з політиками, які, на його думки, завжди відходять від заданих журналістами питань і не дають прямих відповідей. Він провокує політиків, руйнує їхню гіперсерйозність, неготовність жартувати. Добір простих питань, відсутність пафосу, уникнення шаблонних фраз – все спрямоване на те, щоб розбити, зруйнувати звичайний стандартний спосіб спілкування з можновладцями.

Сатиричні новини Майкла Щура у сатирично-політичному проєкті «Телебачення Торонто» формуються за допомогою тематичного, стилістичного, фактичного процесів організації новин з метою передачі конкретної сюжетної лінії. За допомогою відбору фактів, візуалізації сюжету, вибору тем, акцентів у зазначеній програмі сатиричних новин головних політичних фігурантів нашої країни (президент Володимир Зеленський), та країни-агресора (президент Росії Путін, російськи пропагандисти Соловйов, Скабеєва, та інші).

У текстотворчих стратегіях «Телебачення Торонто» важливу роль відіграють самоіронія ведучих проєкту, іронія випадковості, цитування, принцип гри, травестування, конструювання тексту, багатоголосна розповідь, гібридизація жанрів, видовищність. Мова також має значення у створенні сатиричного дискурсу. З цією метою ведучі «Телебачення Торонто» використовують такі мовні фігури, як тавтологія, словесні ігри, стилізація під «чужу» мову, іронія, тощо. Майкл Щур у своїх проєктах часто поєднує іронію з повтором, сарказм утворюється за допомогою вживання фразеологізмів, синонімів і різноманітних фонетичних форм.

Ведучі проєкту «Телебачення Торонто» у поданні інформації про «успіхи» російської армії в Україні також вдаються до стьобу. Стьоб допомагає відобразити світоглядну позицію авторів проєкту не лише завдяки іронічній, але й відповідному стилю висловлювання, який містить у собі висміювання, блазнювання й негативне сприйняття офіційної позиції російського уряду щодо спецоперації в Україні.

Сатиричний ефект в новинах на «Телебаченні Торонто» досягається за допомогою гри слів, іронії, хибної інтерпретації тверджень, опису абсурдності ситуації. Сатира як спосіб соціальної критики в новинних блоках Майкла Щура («Телебачення Торонто»), поєднує у собі політичну аналітику, публіцистичну переконливість і легкий спосіб подачі. Рейтинговий результат сатирично-політичних проєктів журналіста досягається за допомогою вдалого використання засобів і прийомів пародіювання, вивчення структури

пародії, її функцій та вдалого вибору політичного об'єкту програми. Пародія є невід'ємною складовою програм журналіста, стрижнем його образу, робить його цікавішим для глядача. Останнє можна вважати новаторством у сатирично-політичній медіадіяльності.

Блог Богдана Амосова «Без кісток» було зареєстровано 11 жовтня 2019 року. На сьогодні він налічує 55,3 тис. підписників. У рамках блогу виходить програма з однойменною назвою. Це сатирично-політична програма про українське та світове сьогодні, найяскравіші політичні та соціально-політичні події, які автор подає лаконічно, іронічно, із власною оцінкою. На даний момент на сайті викладено 252 відео. Програми викладаються з різною частотністю: спочатку автор викладав по одному відео на тиждень, потім відео почали з'являтися раз у три дні. Авторський блог має зворотній зв'язок так як заявлено, що ведучий щосереди о 20.00 може відповідати на запитання і коментарі відвідувачів блогу.

Завданням Богдана Амосова є репрезентація й ідентифікація політичних акторів, висвітлення різноманітних підходів і поглядів до розуміння політичної дійсності, унаслідок чого ці політичні інституції та суб'єкти владно-політичних відносин легітимізуються у суспільній свідомості, або, навпаки, можуть бути критично відхилені нею як неприйнятні.

Також вагомим і дієвим у політичних оглядах Богдана Амосова у програмі «Без кісток» є цілеспрямоване акцентування, ретрансляція, використання відповідних методів, технологій відповідних месиджів, неодноразове їх повторення і закріплення у сприйнятливій формі. Все це підкріплюється іронією, яка відстежується в численних порівняннях, метафорах, епітетах, алегоріях. Таким чином, ведучий спрощує сприйняття політичної реальності для реципієнтів.

Стратегія зображення політичних осіб, політичних подій у програмі Богдана Амосова «Без кісток» характеризується як іронічно-саркастична. Тактики, задіяні для реалізації стратегії іронічного зображення політичних

осіб, політичних подій зводяться до поєднання комічного з трагічним, до використання стьобу. Тактики створення іронічного ефекту – театралізація політичної дійсності, використання мотиву маски – усе це на фоні оригінальності викладу матеріалу, збереження суб'єктивного журналістського стилю.

Специфіка репрезентації політичної сатири у проєкті Богдана Амосова «Без кісток» виявляється у використанні провокативних, інтригуючих заголовків до відео, які відображають іронічне ставлення автора програми до озвучених подій; окремих тематично-сатиричних фрагментів, які монтуються в єдиний відеофільм; у використанні лінгвістичних і візуальних ігор, як елементів інфотейнменту; вдається до стендапу, у якому вербальне (текст) поєднується з паралінгвістичними засобами подання інформації – мімікою, жестами, інтонацією, ритмом і темпом мови, паузами, логічним наголосом.

Такий спосіб подачі новин, коли журналіст використовує засоби сатиричного дискурсу, елементи гри з аудиторією, розважальну форму, дозволяє трансформувати новини в інформаційний продукт нового зразка – в сатирично-політичний проєкт, коли серйозна інформація (агресія російської федерації, мобілізація в росії для війни з Україною, референдуми, які проводить російська федерація на території України, погроза ядерною зброєю, тощо) подається з відтінком розважальності у сатиричній формі у широкому метаконтексті політичних і соціальних проблем держави-агресора на тлі воєнних дій в Україні.

Проаналізувавши політичні авторські проєкти Романа Вінтонова «Телебачення Торонто» і Богдана Амосова «Без кісток», серед головних функцій сатири в соціально-політичному медіапросторі можна виокремити критику негативних політичних явищ, емоційний вплив на адресата інформації, репрезентацію авторської позиції журналіста.

Отже, формат сатиричних новин на сучасному українському медіаринку є доволі перспективним і потребує подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко В. Гібридизація новинного мовлення. *Вісник Львівського ун-ту. Серія Журналістика*. 2013. Вип. 38. С. 243 – 249.
2. Бакай Р., Галаджун З. YOUTUBE як нова форма медіакомунікації. URL: <https://doi.org/10.23939/> (дата звернення: 10. 11. 2021).
3. Без кісток. Ютуб-канал Богдана Амосова. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCdhimYIVA5JfNIJCbTaYRhQ> (дата звернення: 10. 11. 2021).
4. Борев Ю. Комическое. Москва : Искусство, 1970. 269 с.
5. Бурдіна Е. Прийом деталізації в українських інформаційно-публіцистичних телепроектах. *Вісник ХДАК*. 2016. Випуск 49. С. 139 – 148.
6. Буряк В. Український гумор та сатира як психологічно-художня домінанта образної свідомості (на матеріалі усної та писемної словесності XIV–XVIII ст.). *Сатира і гумор в українській літературній традиції : матеріали Всеукраїнської наукової конференції (11–12 травня 1994 р.)*. Чернівці, 1994. С. 4 – 7.
7. Воронова М. Авторська позиція і авторське «я» в політичних портретах-книгах. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2003. Т. 13. С. 59 – 64.
8. Віннікова Н. Засоби та прийоми пародіювання. *Питання літературознавства*. 2013. Вип. 88. С. 48 – 68.
9. Віннікова Н. Функції української літературної пародії та її види. *Мова і культура*. 2012. Вип. 15, т. 3. С. 283 – 289.
10. Выровой Ю. Нет сил смотреть: украинцы устали от плохих новостей. ЛІГА.пе 2015. URL: <http://biz.liga.net/all/telekom/stati/3053433-net-sil-smotret-ukraintsy-ustali-ot-plokhikh-novostey.htm> (дата звернення: 09. 11. 2021).

11. Герасимчук Н. Тенденція занепаду фейлетону як жанру в сучасній українській пресі. *Журналістика*. 2013. Вип. 12 (37). С. 107 – 112.
12. Громадська Н., Акетіна О. Сучасні особливості політичної комунікації та її прояви в інформаційному суспільстві. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]*. Серія : Політологія. 2014. Т. 248. Вип. 236. С. 53 – 58.
13. *Журналістика: словник-довідник*. За ред. І.Л.Михайлина. Київ : Академвидав, 2013, 320 с.
14. Данько-Сліпцова А. Політико-комунікаційні процеси формування сучасного інформаційного суспільства : автореф. дис. ... канд. наук із соц. ком. : 27.00.05. Львів, 2021. 20 с.
15. Дебенко І. Механізми символізації в конструюванні політичної реальності. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2012. Вип. 2 (14). С. 9 – 15.
16. Демичева А. Сучасний політичний гумор як поліфункціональне явище. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія «Політичні науки»*. 2019. № 4. С. 96 – 100.
17. Денисюк С. Гумор як політико-комунікативна технологія. *Політологічний вісник*. 2011. Вип. 57. С. 260 – 268.
18. Дзикович О., Рибкіна О. Функціональна специфіка політичного гумору у розважальних медіаформатах. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2019. № 6. С. 66 – 72.
19. Дмириев А. Социология юмора. Москва : РАН. Отделение философии, социологии, психологи и права, 1996. 214 с.
20. Друзюк Я. (2019). Грати, песик, пам'ятник свині: хто і навіщо робить шоу «#@)€?§0 з Майклом Щуром». URL: <https://www.thevillage.com.ua/village/city/how-it-works-city/282827-hto-i>

- navischo—robit—shou—0—z—maykлом—schurom (дата звернення: 03. 02. 2022).
21. Друзюк Я. Майкл Щур: якщо ми пишемо жарти, це не означає, що ми сміємося. URL: <https://www.the—village.com.ua/village/city/how—it—works—city/282827—hto—i—navischo—robit—shou—0—z—maykлом—schurom> (дата звернення: 12. 03. 2022).
22. Дьяченко М. Специфіка жанрової палітри сатири та гумору в регіональній пресі (на прикладі запорізьких газет 50-90-х рр. ХХ ст.). URL : <http://vuzlib.com/content/view/1531/43/> (дата звернення: 11.12.2021).
23. Єфремов С. Відгуки з життя та письменства. *Матеріали з історії національної журналістики Східної України початку ХХ ст.* / [уклад. Н.М. Сидоренко, О.І. Сидоренко]. Київ : Дослідницький центр історії української преси, 2001. 448 с.
24. Зикун Н. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : монографія. Київ : Алерта, 2015. 410 с.
25. Зикун Н. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : автореф. дис. ... док. наук із соц. ком. : 27.00.05. Запоріжжя, 2016. 36 с.
26. Зикун Н. І. Українська сатирична публіцистика: загальне поняття та джерела становлення. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2013. № 2 (14). С. 77 – 82.
27. Калашник Н., Ланько О. Сатиричні новини як спосіб соціальної критики в українському інфопросторі. *Вісник Харківського нац.. ун-ту ім. В.Н.Каразіна. Серія: Соціальні комунікації.* 2016. № 10. С. 21 – 25.
28. Калита О. Способи вербальної репрезентації іронічної позиції автора в тексті. *Українська філологія: Теоретичні та методичні аспекти вивчення : збірник праць науково-практичних читань до 80-річчя.* Черкаси: Брама – Україна, 2005. С. 375 – 381.

29. Капелюшний А. Виникнення і розвиток української радянської сатиричної публіцистики. Київ : НМК ВО, 1990. 136 с.
30. Ковалевська Я. Медіапростір сатирико-саркастичного медіадискурсу (на прикладі американських он-лайн видань). *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Іноземна філологія*. 2016. Вип. 84. С. 130 – 135.
31. Коваль А. Практична стилістика сучасної української мови. Київ : Вища школа, 1987. 351 с.
32. Коваль З. Гумор та сатира як механізми стійкого інформаційно-психологічного впливу. *Actual problems of public administration*. 2020. Вип. 1 (81). С. 45 – 49.
33. Кочубей Л. Особливості політичних комунікацій в умовах розвитку технологій інформаційного суспільства. *Віче*. 2009. № 19. URL: <https://veche.kiev.ua/journal/1670/> (дата звернення: 11.02.2022).
34. Кошкіна С., Базар О. Майкл Щур: Глобальне завдання – змусити людей сумніватися у тому, що їм показують по телевізору. URL : https://lb.ua/news/2017/01/06/355368_maykl_shchur_globalne_zavdannya-.html/ (дата звернення: 11.12.2021).
35. Кравець Р., Сарахман Е. Роман Вінтонов: Майкл Щур як реакція на ситуацію, коли багато г*ндонів, а всі реагують, ніби все о'кей. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/10/1/7227738/> (дата звернення 10.10.2021).
36. Кривенко С. Комічне в українському політичному дискурсі. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія*. 2020. Випуск 3 (47). С. 42 – 48.
37. Кузнецова О. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі. Львів : Видавничий центр університету імені Івана Франка, 2003. 250 с.
38. Куценко Є. Теоретико-методологічні моделі та підходи щодо дослідження ролі ЗМІ у політиці. *«Політологічні студії»*. 2011. Вип. 2. С. 66 – 73.
39. Кьеркегор С. О понятіи ироніи. *Логос*. 1993. № 4. С. 174 – 198.

40. Левченко В. Гносеологічні й антропологічні виміри сміху : збірник наук. пр. з філос. та філол. Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова. Одеса, 2003. 238 с.
41. Лісневська А., Коженівська Т. Інфотеймент та гра як складові технології створення телевізійних новин. URL: <https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/100/88> (дата звернення 09.10.2022).
42. Літературознавчий словник-довідник. За ред. Р. Гром'яка, Ю. Коваліва, В. Теремка. Київ : ВЦ «Академія», 2006. 752 с.
43. Литературный энциклопедический словарь / Под. общ. ред. В. М. Кожевникова. Москва : Советская энциклопедия, 1987. 751 с.
44. Лихачева Т. Пародист как коммуникативный тип личности. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов : Грамота, 2015. № 6 (48): в 2-х ч. С. 92–94.
45. Майкл Щур: «Будьте хуліганам!» URL: http://vgolos.com.ua/articles/budte_huliganamymaykl_shchur_post_dlya_zhurnalistiv_134496.html?print (дата звернення: 11.12.2021).
46. Макарян А. О сатире. Москва : Московский писатель, 1967. 274 с.
47. Максим Щербина. Телебачення Торонто: в українців дві проблеми – пошуки зрадоньки і хороших руских. URL: <https://kurs.if.ua/article/maksym-shherbyna-telebachennya-toronto-dvi-problemy-ukrayincziv-poshuku-zrady-i-horoshyh-ruskih/> (дата звернення: 10.09.2022).
48. Малинка В. ТОП-15 україномовних каналів у YouTube. Серед 250 найпопулярніших за кількістю підписників не знайшлося і десяти україномовних блогерів. URL: <https://ms.detector.media/onlain-media/post/24034/2020-01-09-top-15-ukrainomovnykh-kanaliv-u-youtube-sered-250-naypopulyarnishykh-za-kilkisty-pidpysnykiv-ne>

- znayshlosya-i-desyaty-ukrainomov nykh—blogeriv/ (дата звернення: 11.12.2021).
49. Малишівська І. Функціонування іронії у художньому тексті. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/27.pdf> (дата звернення 02.09.2022).
50. Мальцева О. Тематика та смислові акцентуації гумору і сатири постмодерної доби (соціально-філософський аспект). *Наукові записки. Серія «Філософія»*. 2013. Вип. 12. С. 68 – 87.
51. Махновець Л. Сатира і гумор української прози XVI–XVIII ст. Київ : Наукова думка, 1964. 182 с.
52. Михайлин І. Історія української журналістики : підручник. Харків : ХАІФТ, 2000. 279 с.
53. Недбай В. Інноваційні медіа-технології в системі політичних комунікацій : автореф. дис. ... док. наук із соц. ком. : 27.00.05. Одеса, 2012. 32 с.
54. Недбай В. Сучасні політичні комунікації: медійно-технологічний аспект : монографія. Одеса : Фенікс, 2009. 328 с.
55. Ненько О. Гумористичний дискурс політики як репрезентація соціально-політичного простору. *Вісник Львівського університету імені І. Франка. Серія соціологія*. 2010. № 4. С. 165 – 177.
56. Ненько О. Гумористичний дискурс як смислове поле конструювання політичної ідентичності. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Соціологія*. 2010. Вип. 1/2. С. 76-84.
57. Петрина Х. Лінгвокогнітивна проекція алюзійної іронії у художніх текстах українського модерного дискурсу. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2017. С. 324 – 332.
58. Политические коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов / [Петрунин Ю.Ю. и др. ; под ред. А.И. Соловьева]. Москва : Аспект Пресс, 2004. 332 с.
59. Рихло П. Сатира. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. Чернівці : Золоті литаври, 2001. С. 509 – 511.

60. Роман Вінтонов: Я ніколи не думав, що буду жити в підручнику з історії/ URL: <https://ukrainer.net/roman-vintoniv/> (дата звернення: 11.11.2021).
61. Рудик М. Комунікативні особливості українських відеоблогів на прикладі YOUTUBE-каналів «Телебачення Торонто», Яніни Соколової та Остапа Дроздова. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2021. Випуск 50. С. 206 – 211.
62. Русанівський В. М. Український гумор і його мова. *Мовознавство*. 2005. № 2. С. 3 – 17.
63. Самохіна В. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.
64. Сатиричні жанри в журналістиці. URL: <http://www.br.com.ua/referats/Other/819.htm> (дата звернення: 11.12.2021).
65. Соша Д. Висвітлення актуальних проблем українського суспільства в сатиричній публіцистиці. Полтава: ОЦЕВУМ, 2019. 36 с.
66. Семенченко В. «Те, якою мовою ви пишете, – це вже громадянська позиція». Роман Вінтонов (Майкл Щур) про професію, гумор і Суспільне. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/litnya-shkola-zhurnalistyku-media/te-yakoyu-movoyu-vy-pyshete-ce-vzhe-gromadyanska-pozyciya> (дата звернення: 14.02.2022).
67. Сівакова Ю. Майкл Щур: «Будьте хуліганами». URL: <http://vgolos.com.ua/articles/majkl-shhur> (дата звернення: 04.03.2022).
68. Синоруб Г., Ярошенко Д. Засоби масової інформації у соціальних мережах: аудиторний аспект. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/12445/1/7Synorub_Yaroshenko.pdf (дата звернення 16.06.2022).
69. Сирота Л., Радецька С. Лінгвістичні засоби досягнення комічного ефекту у текстах політичного дискурсу. *Лінгвістика*. 2018. Вип.31. С. 172 – 175.

70. Сніцарчук Л. Українська сатирично-гумористична преса Галичини 20-30-х рр. XX ст. : іст.-функціон. аспект та інтерпретаційні особливості. Львів : УАД, 2007. 240 с.
71. Сметанина С. И. Медиа́текст в системе культуры : динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX в. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В. А., 2002. 382 с.
72. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. Москва : Советская энциклопедия, 1984. С. 1600.
73. Соціальна філософія : короткий енциклопедичний словник. За ред. проф. В.П. Андрущенко. Київ-Харків : ВМП «Рубікон», 1997. 400 с.
74. Стеванович Р.І. Проблема гумору в політичному дискурсі. *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика*. Київ, 2019. С. 144–149.
75. Суспільне. [#@\)Ѕ?S0](https://tv.suspilne.media/programs/maikl_shcur) з Майклом Щуром. URL: https://tv.suspilne.media/programs/maikl_shcur (дата звернення: 23.12.2021).
76. Суспільне. Майкл Щур. URL: https://tv.suspilne.media/hosts/m_shchur (дата звернення: 13.04.2022).
77. Телебачення Торонто. URL: <https://www.youtube.com/user/uttoronto> (дата звернення: 10.10.2021).
78. Тепляшина А. Сатирические жанры современной публицистики: учебн. пос. для студентов фак. жур-ки. Санкт-Петербург, 2000. 95 с.
79. Толокольнікова К. Майкл Щур: Армія дуже класно провітрила мені голову. URL: <https://stv.detector.media/telebachennya/read/2551/> (дата звернення: 10.10.2021).
80. УтеОдин з Майклом Щуром. URL: <http://1tv.com.ua/programs/uteodyn> (дата звернення: 10.10.2021).
81. Ференс Л., Славінська І. Про що не можна жартувати під час війни? Міркує Майкл Щур. URL: <https://hromadske.radio/podcasts/> (дата звернення: 10.10.2021).

82. Час зав'язувати із серйозною журналістикою: Роман Вінтонов про проєкт «Телебачення Торонто». URL: <http://slovopys.kubg.edu.ua/chas-zav-iazuvaty-iz-serioznoi-zhurnalistykoiu-roman-vintoniv-pro-proiekt-telebachennia-toronto/> (дата звернення 04.10.2022).
83. Чернявська Л., Кутова О. Інтернет-мем як складник медіареальності. *Соціальні комунікації*. 2021. № 4 (48). С. 69 – 80.
84. Чорновол-Ткаченко О. Еволюція та класифікація підходів до вивчення гумору у політичному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна*. 2010. Вип. 63. С. 75 –79.
85. Чуніхіна С. Гумор як технологія переконання в політичних комунікаціях. *Габітус*. 2021. Вип. 27. С. 219 – 224.
86. Шаповал Ю. Феномен журналістики: проблеми теорії. Рівне : Роса, 2005. 248 с.
87. Шевченко О. Розвиток україномовного контенту в мережі «ютуб». URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-frtzp/all-frtzp-2022/> (дата звернення 12.01.2022).
88. Шевчук Н. Особливості політичного дискурсу: зміст, функції, жанрове втілення. *Вісник ДАКККіМ. Політологія*. Вип. 1. 2013. С. 263 – 269.
89. Щербак О. Іронічний етос в німецькомовних інтернет-новинах: лінгвориторичний аспект. *Науковий вісник ДДПУ імені І.Франка. Серія «Філологічні науки»*. *Мовознавство*. 2015. № 4. С. 202 – 204.
90. Штромайєр Г. Політика і мас-медіа / Герд Штромайєр ; [пер. з нім. А. Орган]. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 303 с.
91. Щербина А. Жанри сатири і гумору. Київ : Вища школа, 1977. 135 с.
92. Ярмиш Ю. Жанри сатиричної публіцистики : навчальний посібник/ Під заг. ред. А.З. Москаленка. Київ : Центр вільної преси, 1999. 114 с.
93. Ярмиш Ю. Жанри сатиричної публіцистики: Навчальний посібник / За ред. проф. В. В. Різуна. Київ : Інститут журналістики, 2003. 156 с.