

four political parties – the homonymous publications of the United Opposition: «Batkivshchyna», party «Udar», «Svoboda» and the newspaper of the Party of Regions «Volyn Region». The authors suggested the ways of eliminating the mistakes. They monitored the frequency of the anormatives of each type and outlined the degree of the lingvo-risk in the process of editing. It was determined that the punctuation and lexicological mistakes have the highest frequency in the texts of the political parties' newspapers. By adhering to the formulated recommendations, the employees of the editorial staff will raise the level of the linguistic culture of the publications.

Keywords: linguistic norms, linguistic mistake (abnormity), syntactic mistake, punctuation mistake, orthographic mistake, lexical mistake.

Адреса для листування: magiana@rambler.ru

УДК 007:304:070+7.049.2

Ольга Михайлюта - аспірант кафедри історії журналістики
Інституту журналістики Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

Розважальний компонент інформаційно-аналітичного журналу «Корреспондент»: карикатури

У статті аналізуються сатиричні карикатури, вміщені в українському інформаційно-аналітичному журналі «Корреспондент». Жанр сатиричної публіцистики – карикатура – у сучасній науці про соціальні комунікації мало вивчений, тому в статті зосереджена увага на цьому виді зображень у пресі. Карикатура займає особливе місце серед засобів привернення уваги, здійснення комунікації між редакцією, автором і аудиторією. Досліджується проблематика карикатур, визначаються її види. Автор наукової статті стверджує, що карикатура є не лише аналітичною складовою контенту журналу, а й розважальним компонентом видання, оскільки, крім аналітичної функції, карикатура виконує й розважальну функцію. Переглядаючи сатиричне зображення, читач має можливість змінити емоційний стан у позитивний бік, посміятися із кумедного образу, відволіктись.

Ключові слова: карикатура, інформаційно-аналітичний журнал, розважальний компонент.

Постановка наукової проблеми та її значення. Аналіз контенту сучасних журналів є актуальним завданням дослідників мас-медіа. Зокрема, мало опрацьованим залишається розважальний компонент універсальних (за змістом і цільовою адресністю) тижневиків. Оскільки журнал «Корреспондент» визначається як інформаційно-аналітичний, то науковці зосереджують увагу на аналітиці журналу, авторській позиції у статтях. Ми акцентуємо на розважальному компоненті видання, яке стабільно присутнє у номерах.

Об'єктом дослідження є розважальний компонент журналу «Корреспондент». Предметом дослідження є карикатура у журналі «Корреспондент», що розміщена в постійних рубриках.

Мета статті: з'ясувати види й проблематику карикатур, їхнє призначення у структурі інформаційно-аналітичного періодичного видання.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Журналістикознавці радянського періоду, наприклад, Д. Григораш розглядає карикатуру як засіб політичної агітації. Нині російськими фахівцями А. Айнутдиновим, Є. Артемовою, Т. Васильченко напрацьовані наукові розвідки на тему історії та видів карикатури. Дослідники вивчають з різних позицій карикатуру – як частину креалізованого тексту (тексту, що складається з вербальної і невербальної частини), досліджують мистецтво сучасної карикатури, карикатуру, як жанр політичного дискурсу.

Українські дослідники поки ще освоюють дослідження цього виду невербальної комунікації у друкованих виданнях.

Частково вивчали карикатуру в контексті жанрів публіцистики В. Здоровега, Ю. Ярмиш, Р. Радчик [4], функціональні та стилістичні особливості жанру політичної карикатури аналізувала дослідниця Харківського університету ім. В. Каразіна К. Ковінько, дослідженням історії функціонування сатиричних жанрів минулого століття займалась І. Бондаренко (Запорізький

національний університет). Дослідники сатиричних жанрів стверджують, що сміхова культура поширена у духовно розвинених суспільствах. У своїй статті І. Бондаренко наводить цитату російської вченої-лінгвіста Н. Купіної, яка розглядає сатиричні жанри (зокрема, загальнонародний політичний анекдот, сатиру М. Зоценка) як специфічні «мовні опори» тоталітарній мовній системі [2]. Вчена розглядає лінгвістичний бік сатиричних жанрів. Та це стосується і невербальної комунікації у ЗМІ.

Оскільки види і функції карикатури ґрунтовніше досліджені російськими науковцями, то у своєму аналізі будемо спиратись на їхні розробки.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Універсальні видання, за визначенням В. Шевченко, включають у свій зміст інформацію різного характеру: тематично вони присвячені різним сферам життєдіяльності всіх членів суспільства, це – загальнонаціональні видання, що охоплюють найбільшу групу читачів. Вони мають на меті у популярній формі інформувати читачів про всі аспекти суспільного життя [7].

Універсальний журнал «Корреспондент» виходить друком з 2002 року. У ньому є постійні розважальні рубрики «Цитати тижня» та «Анекдоти тижня». Рубрики розміщені на одному розвороті. Зазвичай, на 15–16 сторінках (загалом у журналі 66 сторінок). У рубриці «Цитати тижня» публікуються дотепні висловлювання політиків, чиновників, артистів, письменників та інших публічних людей за поточний тиждень. Цитата подана в лапках, поряд з нею контекст завжди пояснюється редакцією (стосовно якої події була сказана фраза). «Анекдоти тижня» – публікує актуальні, на думку, редакції анекдоти цього тижня.

Сторінка з анекдотами і цитатами проілюстрована карикатурами. Згідно з Д. Григорашем, карикатура – (іт. *caricatura* – перебільшення) – це відображення дійсності у спотвореному вигляді, твір, який порушує звичне співвідношення компонентів зображуваного об'єкта, применшуючи або перебільшуючи певні риси з метою їх висміювання. Це сатиричне чи гумористичне зображення, що дає критичну оцінку певним суспільно-політичним і побутовим явищам, подіям, чи конкретним особам. Була відома ще в античності, набула великого поширення в епохи революційних подій, особливо розвинулася у ХХ столітті. Використовує несподівані смішні ситуації і зіставлення, прийоми комічного і загострення, вдається до гротескового перебільшення. Має широкий діапазон зображальних засобів: від нещадної гострої сатири до веселого добродушного гумору, від виразного штриха до різкого шаржу. Широкою є сфера впливу карикатури. Газетна чи журнальна карикатура – яскравий графічний або словесний твір на злободенну тему, який в сконцентрованій формі несе глибокий зміст. Його специфічною особливістю є надзвичайна гострота постановки проблеми, чіткість суспільно-політичної позиції, високий ступінь художнього узагальнення. У радянські часи карикатури були зброєю політичної агітації, формою суспільно-політичної і побутової сатири [3].

Карикатура належить до сатиричних жанрів, які входять в систему публіцистичних аналітичних жанрів. Сатиричні жанри були виділені в окрему групу львівськими журналістикознавцями 1989 року, з 90-их років минулого століття київська школа журналістики також розробила систему сатирико-гумористичних жанрів [6]. Карикатура є прийомом типізації у сатирі.

Короткий словник-довідник термінів мас-медіа подає таку дефініцію: карикатура – малюнок, що зображує кого-небудь чи що-небудь у навмисне спотвореному, смішливому вигляді. Карикатури використовують як ілюстрацію-коментар, що супроводжує тексти друківаних матеріалів [5].

Згідно з літературознавчим словником, карикатура – сатиричний або гумористичний малюнок загостреного критично-викривального характеру; переносно-смішне наслідування, перекичування оригіналу.

Російський науковець факультету журналістики Уральського державного університету А. Айнундинов виокремлює такі види карикатур:

1. Шаржі і портрети – характерні риси зовнішності перебільшені і зображені у доброму комічному тоні, існують і недружелюбні шаржі;
2. Соціально-побутова карикатура – завжди зосереджена виданням на актуальну подію. Діапазон таких карикатур широкий: проблеми бідності, рівня життя, екології. Побудована на проблемах актуальних для характерних соціальних груп (чиновників, інтелігенції, спортсменів) у певний період часу;

3. Ізожарт – малюнок без слів, зображення людських проблем у позитивному ключі (часто передрукують іноземні видання, бо немає тексту);

4. «Strip» – підбірка кількох карикатур на шпальті (від 2 до 5 малюнків), які об'єднані одним сюжетом чи авторською думкою, спільними персонажами. (використовувались у пресі в період громадянської війни та побудови соціалістичного суспільства СРСР);

5. Філософська карикатура – абстрактний гумор, що не належить до попередніх видів (зустрічається у якісній пресі – за А. Айнутдиновим);

6. Політична карикатура – карикатури на конкретних політичних діячів, міркування щодо внутрішньої чи зовнішньої політики держав. Іноді політичні карикатури є замовними у час передвиборних кампаній.

Російський науковець виокремлює сім функцій карикатури: інформаційну, комунікативну, психологічної розрядки, евристичну (перевага у висвітленні теми малюнками, а не інформацією, що викликає «хвильовий ефект», наприклад, скандал з карикатурами пов'язаними з ім'ям пророка Мухаммеда), пізнавальну, естетичну і виховну [1].

Зосередимо увагу на функції психологічної розрядки або як її ще називають рекреативній. Її карикатура повною мірою виконує у формі ізожарта. А це найскладніший, з погляду А. Айнутдинова, вид карикатури, він може відволікти читача від важливих, драматичних подій, зняти стрес, примусити усміхнутися.

Ми проаналізували карикатури в журналі «Корреспондент» за 2012 рік (було переглянуто 35 номерів, у статті використано 20). Зазначимо, що авторство малюнків у вихідних даних журналу не вказане. На карикатурі зазначені ініціали художника «А. Was.» На розвороті «Цитати тижня» та «Анекдоти тижня» розміщено по 3 сатиричні зображення, 2 менші за розміром та одне по центру – велике. Всі малюнки – кольорові.

У кожному номері – один малюнок рубрики – політична карикатура на внутрішню політичну подію, другий – карикатура на міжнародну подію тижня, третій – політична або, рідше – відображення соціальної події, нетипових явищ природи. Усі карикатури – іронічне зображення резонансної, нетипової, кумедної події минулого тижня у вигляді малюнка.

Образи політиків легко вгадуються і не потребують словесного тлумачення, вербально пояснюються деталі в малюнку.

Можна віднайти такі образи політиків:

- образ ката (карикатура на В. Путіна, що чекає з сокирою на засуджених дівчат із групи «Pussy Riot» – номер від 24 серпня 2012 р. Карикатура на Д. Табачника, який замахнувся на підручники з української мови, літератури, історії – номер від 24 лютого 2012 року).

- олігархів (карикатура на підвищення соціальних стандартів за рахунок багатих – на малюнку президент України просить фінансової підтримки в українських багатіїв, які сидять на мішках із грошима – номер від 16 березня 2012 р. Карикатура на відкриття сільськогосподарського ринку у Києві прем'єр-міністром М. Азаровим – він зображений під час зважування капусти, його репліка: «Это что! Вот у меня там капуста!» – номер від 30 березня 2012 р.)

- злочинців (карикатура на приїзд Л. Кучми на святкування дня космонавтики у Росію, коли він перебував під слідством – його образ у смугастому костюмі – номер від 30 березня 2012 р. Іронічне зображення ряду судових справ проти політиків з української опозиції – їхні образи розміщені на дошці «Їх розшукує міліція» – номер журналу від 13 квітня 2012 р.)

Карикатурист не лише поза увагою негативні повідомлення, що стосуються служителів церкви – іронічні зображення статків священнослужителів (карикатура на невдале заперечення володіння дорогим годинником – прес-служба РПЦ виставила фото, де цей годинник відобразився на поверхні блискучого столу. Карикатурний образ Патріарха Кирила дивиться на відображення у дорогому одязі у дзеркалі і вигукує слова «Свят-свят-твят! Брешет зеркало!» – номер від 13 квітня 2012 р.)

Оскільки 2012 року в Україні відбувались парламентські вибори, то ця подія часто відображена в іронічних малюнках журналу.

- Передвиборчі карикатури (сатиричні зображення передвиборної реклами – В. Лук'янов у образі Джеймса Бонда – номер від 26 жовтня 2012 р., карикатура на футболіста А. Шевченко, який стоїть біля вказівника з написом «політика», а К. Каладзе йому кричить «Догоняй, Шева! Украина

вперед!» – номер від 19 жовтня 2012 р.). Карикатури на політиків, що йдуть на вибори – на В. Ющенка, образ якого тікає з музею у вигляді мумії – номер від 24 лютого 2012 р.).

Досить часто карикатури часопису містять образи-деталі:

- сатиричне зображення затвердження нового складу кабінету міністрів України; це дійство асоціюється із дошкою для шахів – номер від 28 грудня 2012 р.;

- Нобелівська премія миру для Євросоюзу зображена як латка на штанях Євросоюзу – номер від 19 жовтня 2012 р.;

- М. Азаров зображений дитиною, яку за руку тримає В. Янукович і каже «Вы Кольку не обижайте. Говорит плохо? Так мал еще...» (номер від 16 березня 2012 р.).

Окрім політичної теми, карикатури зображають спортивні події, проблеми комунальних служб, працевлаштування, коливання курсу гривні тощо.

Висновки. Дослідивши види карикатур у тижневику «Корреспондент», стверджуємо, що за класифікацією А. Айнутдинова, вони переважно належать до політичних, значно рідше зустрічаються соціально-побутові карикатури. Це зумовлено тим, що в 2012 році відбувалися парламентські вибори, яким передувала передвиборча кампанія. Практично у кожному номері є карикатура, де зображений образ президента В. Януковича. Усі карикатури містять і вербальний компонент (словесне уточнення малюнка, розмова героїв карикатури). Образи, в яких постають політики в основному нейтральні або негативні. Герої карикатур легко упізнавані, деталі і ситуації художник за необхідності пояснює словами. Можемо говорити, що карикатури у журналі «Корреспондент» виконують частково рекреаційну функцію. Ці карикатури не відволікають від політики, втім, подають події в іронічному тоні, читачі можуть посміятися з несподіваного образу політика, це створює ілюзію комічності насправді серйозних проблем чи подій. У карикатурі митець-художник може висловити думку у особливій художній формі, показати своє ставлення (чи ставлення редакції журналу) до подій. Розважальний компонент у формі карикатури пропонує читачеві інший – сатиричний чи гумористичний – погляд на реальність, на проблемні, резонансні події. Можемо припустити, що зображальна сатира у формі карикатури (колажів, коміксів) витісняє на сьогоднішній день публіцистичну сатиру (літературні памфлети, фейлетони, пародії). Це пов'язано із особливостями розвитку суспільства, у епоху суцільного споживання людина приділяє менше часу на сприйняття вербальної інформації. І навіть інформаційно-аналітичний тижневик сатиричну аналітику з успіхом публікує у формі малюнка-каркатури.

Література

1. Айнутдинов А. С. Типология и функции карикатуры в прессе / А. С. Айнутдинов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 21 (122) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?p=61734>.
2. Бондаренко І. Функціонування сатиричних жанрів у запорізькій пресі 20–30-х рр. ХХ ст. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=2241>.
3. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах / Д. С. Григораш – Львів: Видавниче об'єднання «Вища школа» вид-во при Львів. держ. ун-ті, 1974. – 293 с.
4. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / [Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін.], за ред. В. В. Різуна. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2010. – 287 с.
5. Мас-медіа у термінах і визначеннях: корот. слов-довід.: навч. посіб. / Уклад. Ю. В. Бондар. – К.: МАУП, 2005. – 224 с.
6. Радчик Р. Газетно-журнальні жанри: методологічні проблеми викладання в українській школі журналістики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nzizh/2011_45/radchik.pdf.
7. Шевченко В. Е. До питання термінології: вид і тип періодичного видання [Електронний ресурс] / Шевченко В. Е // Українське журналістикознавство. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/uzhz/2010_11/All_text.pdf.

Михайлюга О. А. Карикатуры как часть развлекательного компонента в еженедельнике «Корреспондент». В статье анализируются сатирические карикатуры, опубликованные в украинском информационно-аналитическом журнале «Корреспондент». Жанр сатирической публицистики – карикатура – в современной науке о социальных коммуникации мало изучен, поэтому в статье сосредоточено внимание

именно на этом виде изображений в прессе. Карикатура занимает особое место среди средств привлечения внимания, осуществления коммуникации между редакцией, автором и аудиторией. Исследуется проблематика карикатур, определяются ее виды. Автор научной статьи утверждает, что карикатура является не только аналитической составляющей контента журнала, но и развлекательным компонентом издания, поскольку, кроме аналитической функции, карикатура выполняет и развлекательную функцию. Просматривая сатирическое изображение, читатель имеет возможность изменить эмоциональное состояние в положительную сторону, посмеяться над смешным образом, отвлечься.

Ключевые слова: карикатура, информационно-аналитический журнал, развлекательный компонент.

Mykhailuta O. A. Cartoons as a Part of the Entertainment Component of the Ukrainian Weekly Journal «Correspondent». The article analyzes the satirical caricatures published in Ukrainian weekly journal «Correspondent». Genre satirical journalism -caricature - in the modern science of social communication is poorly understood, because of it the article is focuses on this kind of image in the press. Caricature occupies a special place among the means to attract attention, the implementation of communication between the editors, the author and audience. We study the problems of cartoons determined by its species. Author of the research paper argues that caricatures are not only analytical component of content of the magazine, but the entertainment component of publication, because, besides analytic function performs caricature entertainment function. Looking satirical images, the reader has the opportunity to change the emotional state in a positive way, laugh with funny image, distracted.

Keywords: caricature, information and analytical magazine, an entertainment component.

Адреса для листування: mychailuta@ukr.net

УДК 007 : 304 : 001

Оксана Самуляк – асистент кафедри соціальних комунікацій
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Інтернет-журналістика України: історичний аспект

Світові тенденції яскраво демонструють, що Інтернет-журналістика стала новим типом ЗМК, що максимально використовує можливості новітніх технологій. Зважаючи на стрімкий розвиток сучасної мережевої комунікації у світі, постає потреба проаналізувати українську Інтернет-журналістику як системний цілісний об'єкт. У статті відслідковано періоди започаткування роботи сайтів он-лайнних ЗМІ України, досліджено становлення та розвиток мас-медіа в Уанеті, а також запропоновано періодизацію української мережевої журналістики з притаманними їй особливостями. Отримані результати є актуальними для формування висновків про розвиток сучасної української журналістики в цілому, та її віртуального сегменту зокрема, а також дають змогу спрогнозувати тенденції та перспективи розвитку он-лайнної комунікації.

Ключові слова: Інтернет, журналістика, Уанет.

Постановка наукової проблеми та її значення. Мережа Інтернет пропонує чимало віртуальних служб, які користуються великою популярністю, зокрема інтернет-магазини, інтернет-аукціони, електронна пошта, файлообмінні та соціальні мережі, електронні платіжні системи, Вікі-проекти та ін. Закономірно, що віртуальний простір освоїла і журналістика. Україна входить до першої десятки країн Європи за кількістю інтернет-користувачів. З появою Інтернету в нашій державі зростає й потреба в наявності власного сегменту в мережі, яким і став Уанет.

Актуальність дослідження визначається необхідністю прослідкувати історію становлення мережевої журналістики Уанету та її розвитку, визначити системні характеристики детермінуючі риси вітчизняних ЗМК, представлених в он-лайнному просторі.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Он-лайнні медіа нині є в центрі уваги українських та закордонних журналістикознавців. Зокрема Інтернет-журналістику досліджували О. Мелешенко, В. Різун, О. Чекмишев, В. Іванов, О. Калмиков, Л. Коханова, Б. Потятиник, М. Лукіна, І. Фомічева, Дж. Гол, Т. Нельсон, Н. Пол, Д. Карузо та багато інших науковців. Однак попри це сфера