

Шемчук О. Л.,

студент,

Запорізький національний
технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ САТИРИ У ФОРМУВАННІ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ВИДАННЯ (НА ПРИКЛАДІ ЩОТИЖНЕВИКА «КОРРЕСПОНДЕНТ»)

Сатира з моменту своєї появи виступала індикатором настроїв у суспільстві. Саме через сатиричні жанри можна висвітлити проблему, згуртувати навколо неї людей та при цьому не викликати в них емоційного відторгнення від загального, властивого нашому часу інформаційного перенавантаження. Сатиричні жанри – це форми, у яких відображається певний бік сприйняття дійсності суспільством, бік, з якого суспільство дивиться на своє життя, певна категорія внутрішньої моральної складової людини, якою вона відчуває і через яку розуміє світ.

Збіднілість сатиричними публікаціями шпальт ЗМІ робить аудиторію не тільки сліпою, а й автора морально черствим до деяких проблем, оскільки йому не дають друкуватися. Таким чином, суспільство в собі автора і аудиторії деградує морально, і, як наслідок, фізично. Цим аргументується *актуальність дослідження* місця сатиричних жанрів на шпальтах політичних тижневиків як найчастіших проявів відображення сатири як у періодичності подачі, так і у тематиці – політиці – найдавнішим об'єктом висвітлення сатири.

До розгляду проблеми розробки сатири в ЗМІ звертали ся такі вчені: Р. Радчик, Г. Волинець, М. Гончарук, Д. Лихачев, Л. Махновець, П. Федченко, О. Коляструк, І. Шукуров, Я. Шафір, Н. Герасимчук, В. Шевченко, М. Решетова, Д. Назаренко, О. Сухомлин, А. Тепляшина.

Метою пропонованої наукової розвідки є аналіз змісту обкладинок журналу «Корреспондент» та виокремлення ролі сатиричних елементів у ньому.

Журнал «Корреспондент» це – український тижневий суспільно-політичний журнал. Видається російською мовою. Виходить з березня 2002 року. Його середній наклад – 50 000 примірників, а кількість сторінок коливається біля 50. Видання дає різноманітну інформацію про політику, бізнес, науку і техніку, здоров'я, спорт, освіту, культуру та дозвілля. Висвітлює широке коло питань: від актуальних та цікавих новин до спеціальних тематичних досліджень. У 2016 році головним редактором видання

«Корреспондент» став колишній головний редактор «Аргументи і факти в Україні» Андрій Хрустальов.

Однією з головних площин, де журналісти «Корреспондента» використовують саме сатиричні та часто іронічні прийоми, є обкладинки журналу. Наприклад, у журналі № 17 від 30 квітня 2015 року є обкладинка із підписом: «Кто устроил каски-шоу. Причиной шахтёрских протестов могут быть как игры олигархов, так и необдуманная политика правительства» [1], на ній зображений тодішній міністр енергетики та вугільної промисловості України, український «енергетичний» олігарх Рінат Ахметов. Вони ніби піднесені над шахтарями, які бастують. Так автор, шляхом колажування обкладинки, ніби натякає, що Рінат Ахметов стоїть за шахтарями.

Також іронічною є обкладинка № 10 від 12 березня 2015 року із підписом: «Исполнительная масть. Какую роль играют грузины, литовцы и американцы в украинской игре» [2]. На обкладинці зображений тодішній Прем'єр-міністр України із трьома паспортами у руці. Тут автор шляхом гри слів з відповідної сфери проводить паралель із українською політикою. У цьому прикладі метод колажування (у руках політика паспорта як колода карт) застосовується з метою створення образу-асоціації.

Гостро сатиричною є обкладинка журналу № 5 від 11 лютого 2016 року, на ній зображена медаль із підписом: «За сдачу Дебальцева» [3]. Підпис до обкладинки такий: «Кровавый исход украинских военных из Дебальцева власти до сих пор официально называют плановым отступлением» [3]. Тут автор гостро, шляхом колажування, ніби виготовив нагородну медаль за здачу українського міста сепаратистам під виглядом відступу. Так, журналіст ніби натякають на те, що за це карати нікого не будуть, а, навпаки, нагородять як зразок майстерного відступу військ.

Також сатиричною є обкладинка журналу № 1 від 21 січня 2016 року, на ній зображено заґратоване вікно і з відкритими дверцятами. Підпис до обкладинки такий: «Окно возможностей. Чего больше получит и потеряет украинский бизнес от зоны свободной торговли с Европой» [4]. Тут автор натякає на те, що Європа тільки декларує відкритість з Україною, а насправді, ставить ґрати на «вікно можливостей».

Сатиричною є також обкладинка журналу № 9 від 2 березня 2017 року, на ній зображений український олігарх Дмитро Фірташ за ґратами, він тримається за них і на тому місці вони золотішають. Підпис до обкладинки такий: «Золотые руки. Чем украденный газовый магнат Дмитрий Фирташ откупится от сурового приговора, ожидающего в случае экстрадиции в США» [5]. Автор шля-

хом асоціації продукує думку, що олігархам навіть в'язниця не страшна, бо в них є гроші і вони зможуть відкупитися.

У цьому журналі також містяться й сатиричні фотографії, наприклад, у журналі № 33 від 2 вересня 2016 року опублікована сатирична фотографія директора НАБУ Артема Ситника і Генерального прокурора України Юрія Луценка, де вони тиснуть руки, проте Ситник піджав губи і явно не радий цьому вітанню [6]. Загалом, стаття про показове примирення цих інститутів після нещодавнього конфлікту між прокурорами і детективом НАБУ.

Щодо карикатур, то вони є постійним елементом видання. Зазвичай, вони розташовуються на сатиричному розвороті. Наприклад, у журналі № 14 від 13 квітня 2013 року зображена карикатура, на якій 4 людини рвуть Конституцію, біля неї лежать ножиці, а в одного з них ножиці у руках. Один з них каже: «Эх, ребята, не успеем», інший: «Господин судья, поаккуратнее с обложкой» [7]. Таким чином, журналісти демонструють ситуацію, у якій політики хочуть перекроїти Конституцію.

Також варта уваги і карикатура у журналі № 40 від 11 жовтня 2013 року, на якій зображений російський кордон із митниками за парканом. До них їдуть автівки з вином та молоком. На узбіччі сидить дідусь і продає торти «Рошен». Митники кажуть: «Таможня не даёт добро!», а другий каже: «Может пропустим! Не могу больше икрой давиться» [8]. Так журналісти висміюють російську блокаду українських товарів.

Отже, у журналі «Корреспондент» дуже популярні сатиричні та іронічні обкладинки. Здебільшого, вони створюються шляхом колажування. Окрім цього, візуальний образ видання також формують карикатури та рідше – сатиричні фотографії. Карикатури, здебільшого, мальовані від руки, або з використанням комп'ютера, проте стилізовані під авторський малюнок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кто устроил каски-шоу // Корреспондент. – 2015. – № 17. – С. 1.
2. Исполнительная масть // Корреспондент. – 2015. – № 10. – С. 1.
3. За сдачу Дебальцева // Корреспондент. – 2016. – № 5. – С. 1.
4. Окно возможностей // Корреспондент. – 2016. – № 1. – С. 1.
5. Золотые руки // Корреспондент. – 2017. – № 9. – С. 1.
6. Ситник и Луценко // Корреспондент. – 2016. – № 33. – С. 22.

7. Эх, ребята, не успеем // Корреспондент. – 2013. – № 14. – С. 11.

8. Таможня не даёт добро! // Корреспондент. – 2013. – № 40. – С. 10.

Шепелева І. А

студентка,
Бердянський державний
педагогічний університет

СВОЄРІДНІСТЬ МАС-МЕДІЙНИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

У нашому інформаційному суспільстві надзвичайно велику роль відіграють засоби масової інформації. Саме вони дають змогу висвітлювати події, доносити важливе та актуальне людям, а також впливати на громадськість. Громадські організації для дійсного впливу та продуктивної діяльності повинні мати змогу користуватися тими важелями, які надають медіа. У цьому полягає *актуальність* роботи.

Тема громадських організацій доволі досліджена як в Україні, так і у світі в численних наукових працях. Але фахові видання як чинник розвитку громадських організацій та допомога у благодійності в основному не беруться до уваги через їхню малу кількість. Через це в роботі прагнемо дослідити особливості розробки друкованого видання для громадських організацій.

Метою роботи є розробка та втілення концепції журналу для громадських організацій, а також аналіз особливостей таких видань. Згідно з метою дослідження сформульовано такі завдання: виявити основні фактори, що впливають на індивідуальний стиль та оформлення видань для громадських організацій; визначити особливості друкованого видання для громадських організацій; визначити тип видання за цільовим призначенням; розробити концепцію видання для громадських організацій.

У процесі написання ми використовували методи контент-аналізу, опису, спостереження, статистичний.

Для того, щоб громадська організація могла результативно функціонувати, необхідне існування фахового видання для працівників. Ми вважаємо, що найоптимальнішим варіантом може стати журнал, який зможе задовольнити основні завдання та потреби громадських організацій.

Юрій Палеха визначає журнал як «періодичне журнальне видання, що містить статті або реферати з різноманітних суспіль-