Держава та регіони

Серія: Соціальні комунікації
2016 р., № 1 (25)

Науково-виробничий журнал

виходить щоквартально

Журнал включено до переліку фахових видань з соціальних комунікацій згідно з постановою президії ВАК України від 22.12.2010 р. № 1-05/8

Голова редакційної ради:
А. О. Монаєнко,
доктор юридичних наук, професор, Заслужений юрист України

Головний редактор:
О. В. Богуславський,
доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Редакційна колегія:

Т. С. Гиріна, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент (заступник головного редактора)
В. Ф. Іванов, доктор філологічних наук, професор
В. В. Лизанчук, доктор філологічних наук, професор
З. В. Партико, доктор філологічних наук, професор
І. Л. Пенчук, доктор наук із соціальних комунікацій, професор
В. Л. Погребна, доктор філологічних наук, професор
Л. Г. Пономаренко, доктор наук із соціальних комунікацій, професор
Н. М. Поплавська, доктор філологічних наук, професор
Н. М. Сидоренко, доктор філологічних наук, професор
Ю. Е. Фінклер, доктор філологічних наук, професор
Н. В. Яблоновська, доктор філологічних наук, професор

Іноземні члени редакційної колегії:
Й. Андерш, доктор філологічних наук, професор (Чеська Республіка)
М. Дичок, доктор історичних і політичних наук, професор (Канада)
В. Івченков, доктор філологічних наук, професор (Республіка Білорусь)
Д. Павлович, доктор наук із журналістики (Сербія)
О. Синовец, доктор наук із соціології та соціальних комунікацій (Республіка Польща)

Відповідальний редактор: С. В. Белькова
Редактор: А. О. Бессараб
Технічний редактор: О. В. Дрига
Дизайнер обкладинки: Я. В. Зоська

Засновник:
Класичний приватний університет
Свідоцтво Міністерства юстиції України
про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 16369-4841Р від 10.02.2010 р.

Видавець:
Класичний приватний університет
Свідоцтво Державного комітету телебачення та радіомовлення України
про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 3321 від 25.11.2008 р.

Журнал ухвалено до друку вченою радою Класичного приватного університету
18 листопада 2015 р., протокол № 3

Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора і редакції.
При передрукуванні посилання на журнал "ДЕРЖАВА та РЕГІОНИ. СЕРІЯ: СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ" обов'язкове.

За повноту та достовірність викладених фактів і положень відповідальність несуть автори публікацій.

Адреса редакції:
Класичний приватний університет
69002, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 70б
Телефони/факс: (0612) 220-58-42, 63-99-73

Здано до набору 20.10.2015
Підписано до друку 15.12.2015
Формат 60×84/8. Різографія. Тираж 300 пр. Замовлення № 53-16Ж.
Виготовлено на поліграфічній базі Класичного приватного університету

ISSN 2219-8741

© Класичний приватний університет, 2016

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

К. О. Афанасьєва (Горська)
КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ФЕНОМЕНА СПІВУЧАСТІ В ПАРТИСИПАТИВНИХ МОДЕЛЯХ КОНТЕНТОВИРОБНИЦТВА 3
Н. М. Дзьомба
ВІД "ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗМУ ЧИ РУСИФІКАЦІЇ?" ДО "ДЕМОКРАТІЇ ЧИ МОСКАЛІЗАЦІЇ?":
ПОЛІТИЧНА ДУМКА УКРАЇНСЬКИХ ДИСИДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ 8
М. В. Комова
ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ДОКУМЕНТНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ СПЕЦІАЛЬНОЇ ЛЕКСИКИ 13
Н. Д. Миронюк
КНИЖКОВІ ЯРМАРКИ – ОДНА ЗІ СКЛАДОВИХ МЕХАНІЗМУ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ 18
Н. Ф. Семен
ПОНЯТТЯ "ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА" В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ 22
Т. В. Хітрова
СЕМАНТИЧНИЙ ПРОСТІР РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ МОДЕЛІ "ПАМ'ЯТЬ" У СУЧАСНИХ МЕДІА 26
О. М. Холод
ІДЕЇ ПРО "ЕЛЕКТРИЧНИЙ БУМ" МАРШАЛЛА МАКЛУЕНА
ЯК КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПІДҐРУНТЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ 31

ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

Ю. С. Бондаренко
УКРАЇНСЬКА ГАЗЕТА "ДЕНЬ" У КОНТЕКСТІ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ПРЕСИ НІМЕЧЧИНИ 39
Х. І. Вербицька
ОСОБЛИВОСТІ МІСЦЕВОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ТИЖНЕВИКА 44
Г. М. Волинець
СПЕЦИФІКА ВІЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТУ В ЧАСОПИСІ "УКРАЇНСЬКИЙ ТИЖДЕНЬ" 49
Т. С. Гиріна
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ РАДІОМОВЛЕННЯ ДЛЯ ЛЮДЕЙ СТАРШОГО ВІКУ 59
А. О. Горчикова
РЕГІОНАЛЬНІ МЕДІА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛІВ РІВНЕНЩИНИ) 63
В. В. Гоян, А. О. Мисечко
АУДІОВІЗУАЛЬНІ АСПЕКТИ ТВОРЧОСТІ ЖУРНАЛІСТА ІНФОРМАЙНО-РОЗВАЖАЛЬНОЇ ТЕЛЕПРОГРАМИ 68
О. В. Джолос
ВПРОВАДЖЕННЯ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ: ОБІЗНАНІСТЬ ТА СТАВЛЕННЯ ГРОМАДЯН 75
Н. І. Зикун
ТЕРМІНОЛОГІЧНА КОДИФІКОВАНІСТЬ САТИРИЧНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ 84
Д. І. Миронюк
ЯК "ТІТУШКИ" СТАЮТЬ ЖУРНАЛІСТАМИ 90
М. М. Нетреба, К. А. Непомняща
РОБОТА ЖУРНАЛІСТА В ЕКСТРЕМАЛЬНИХ СИТУАЦІЯХ 93
М. О. Осюхіна
РОЛЬ МЕДІАОСВІТИ ЗА УМОВ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ РЕАЛІЙ 98
А. І. Петрушка
ЖУРНАЛ "NATIONAL GEOGRAPHIC" ЯК ЧИННИК ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ТЕКСТОВОГО МАТЕРІАЛУ 103
О. І. Подаряща
МЕДІАТЕКСТ У КОНТЕКСТІ НОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ 108
А. В. Потапова
АНАЛІТИЧНА СТАТТЯ НА СТОРІНКАХ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРЕСИ: ТЕМАТИКА ТА ЖАНРОВІ РІЗНОВИДИ
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ РІВНЕНСЬКИХ ГАЗЕТ) 113
І. С. Пуцята
"ФІЛОСОФІЯ ПОВСЯКДЕННОСТІ" В ПРАКТИЦІ "ПЕРШОГО НАЦІОНАЛЬНОГО" ТА "ICTV" 119
Л. М. Риженко
ВИДОЗМІНИ ЖАНРОВИХ МОДЕЛЕЙ ДРУКОВАНИХ ЗМІ 122
Г. Я. Холод
СПЕЦИФІКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИСТОЯННЯ МІЖ ГАЗЕТОЮ "КИНО" ТА "КІНО-ГАЗЕТОЮ" 126
М. Р. Яблонський
ЛІНГВІСТИЧНІ ДИСКУСІЇ ПЕТРА ВОЛИНЯКА (НА МАТЕРІАЛІ ЧАСОПИСУ "НОВІ ДНІ" 1950-Х РР.) 130

ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Т. Л. Бірюкова
ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ 137
Н. М. Блинова, О. О. Єрешко
САЙТ ДЛЯ БАТЬКІВ ЯК РІЗНОВИД ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСУ 141
Р. Ю. Вежель
НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ТА ПРИНЦИПІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ БРЕНДУ В ІНТЕРНЕТІ 148
А. К. Досенко
РЕКЛАМА В БЛОГОСФЕРІ: СПЕЦИФІКА ІСНУВАННЯ 153
В. В. Чекалюк
СТВОРЕННЯ АТРАКТИВНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ НА СВІТОВОМУ МЕДІАРИНКУ 156

ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

А. О. Бессараб
СПІВПРАЦЯ УКРАЇНИ ТА АЗЕРБАЙДЖАНСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ
У СФЕРІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ З ФОРМУВАННІ ІНТЕРЕСУ ДО КНИГИ 165
М. І. Женченко
НОВА МОДЕЛЬ РЕЦЕНЗУВАННЯ НАУКОВИХ ПУБЛІКАЦІЙ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ 169

МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ В СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Намаз Мустафаєв
АЗЕРБАЙДЖАН І УКРАЇНА: НАУКОВА СПАДЩИНА О. В. БАГРІЯ ДО 125-РІЧЧЯ ПРОФЕСОРА О. В. БАГРІЯ ПРИСВЯЧУЄТЬСЯ 173
ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ 181

УДК 821.161.2’06-7-92.09(045)

Н. І. Зикун

ТЕРМІНОЛОГІЧНА КОДИФІКОВАНІСТЬ САТИРИЧНО-ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

У статті досліджено наукові підходи до розуміння й використання термінологічних найменувань для окреслення сатиричного простору української публіцистики. Доведено історично змінний характер основних понять сатиричної публіцистики й постійні їх модифікації під впливом внутрішньосистемних і зовнішніх факторів, уточнено дефініції.

Ключові слова: *сатирична преса, сатирична періодика, сатиричний тип видання, сатиричний журнал, сатирична газета, ілюстрований додаток до газети.*

І. Вступ

Попри активний розвиток сатиричного сегмента в українській публіцистиці початку ХХ ст., значну кількісну представленість сатиричних видань та, відповідно, інтерес до них науковців, досі не вдається уникнути труднощів із чіткою кваліфікацією друкованої періодики сатиричного характеру через низку об’єктивних (складність і неоднозначність процесу формування типологічних особливостей друкованих видань) та суб’єктивних (використанння дослідниками різних критеріїв класифікації) причин. Це зумовило різнобій у вживанні таких ключових термінів, як сатирична преса, сатиричний тип видання, сатиричний журнал, сатирична газета тощо. Варто визнати, що з аналогічними труднощами стикаються дослідники й інших типологічних груп – хоча поняття “тип друкованого видання”, “вид друкованого видання” мають низку дефініцій, встановленню їхніх ознак присвячено серйозні теоретично-методологічні праці О. Акопова, В. Бакшина, Є. Корнілова, Г. Швецової-Водки, В. Шевченко, аналізується їх наповнення в різні хронологічні періоди пресового розвитку І. Герман, Т. Хітровою, О. Школьною та ін.

ІІ. Постановка завдання

Метою статті є уточнення дефініцій термінів, визначальних для характеристики сатиричної публіцистики, на основі зіставлення контекстів їх використання та визначень, запропонованих українськими й зарубіжними дослідниками пресових видань і процесів.

ІІІ. Результати

Поняття “сатирична преса”, яке є доволі широким за колом позначуваних об’єктів і використовується нерідко як синонім до номінацій “сатирична журналістика”, “сатирична публіцистика”, “сатиричне видання”, в основі своїй ґрунтується на семантичній домінінті більш загального терміна “преса”.

Незважаючи на те, що сама активно послуговувалася цим терміном, Є. Демченко вважала поняття “сатирична преса” достатньо умовним, розмежовуючи в його структурі періодичні видання трьох видів: 1) власне сатиричні журнали з домінуванням різних жанрів літературної й графічної сатири (взірцями яких називає журнали “Звон” і “Шершень”); 2) журнали й збірники, які містили лише викривальну поезію й публіцистику (“Молнии”, “Огоньки”); 3) видання, які поєднували документальні, публіцистичні, літературно-художні матеріали з зображальною та літературною сатирою (ілюстровані додатки до газет, журнали “Начало”, “Эхо” та ін.) [8, с. 7]. Посилаючись на Ю. Івакіна і прагнучи реалізувати один із визначальних критеріїв виділення сатиричних видань як особливого типу, вона обрала принцип цілісного синтетичного аналізу (публіцистика, літературно-художній, графічний матеріал), тому у своїх дослідженнях не розглядала газети й так звані “товсті журнали”, які могли містити лише літературну сатиру. До сатиричних видань зарахувала сатиричні щотижневики й ілюстровані додатки до газет [8, с. 21–22].

Очевидно, також визнаючи факт неможливості досягнення повної однорідності друкованих матеріалів за характером відображення дійсності в сатиричному виданні, тобто неминучість співіснування сатиричних і несатиричних публікацій, І. В. Мілясевич використовує номінацію “напівсатирична преса”, не вдаючись до її тлумачення [14, с. 77]. Термінологічний характер цієї номінації, однак, здається нам достатньо сумнівним.

Сучасні автори більш прискіпливі у використанні терміна “преса”, вважають недоцільним його поширення на всі періодичні видання [24, с. 31]. Під пресою, відповідно до Держстандарту, розуміють тільки газети, аркушеві видання – у вигляді одного чи декількох аркушів друкованого матеріалу встановленого формату, видавничо пристосоване до специфіки даного періодичного видання. Якщо аркуші друкованого матеріалу скріплюються, то, вважають, можна використовувати номінацію “газетно-журнальне видання”, яке не ідентичне номінації “жур-

© Зикун Н. І., 2016

нальне видання", під якою розуміють видання у вигляді блока скріплених у корінці аркушів друкованого матеріалу встановленого формату в обкладинці або оправі [9, с. 8]. Зрозуміло, однак, що до періодичних видань початку ХХ ст. не можуть бути застосовані сучасні стандарти. Німецькі автори зауважують, що збірне поняття "преса" у попередні періоди об'єднувало всі друковані медіа та їхні продукти, тобто "нанесені методом друку на папір та розмножені твори з текстами, графікою, фотографіями", однак визнають, що з часом значення терміна звужується [4, с. 375]. І досі у вітчизняному науковому дискурсі визнається вживання терміна "преса" в достатньо загальному значенні: на позначення загалом періодичних друкованих видань, представлених газетами, журналами, альманахами, бюлетенями, вісниками тощо [19, с. 65]; І. Михайлин вважає дублетними номінації "преса періодична" і "друкована журналістика", використовуючи їх як заголовне слово славникової статті, а говорячи про пресу масову, зараховує до неї і газети, і журнали [7, с. 290–293]. Однак у контексті нашого дослідження, спрямованого на більш точне встановлення функцій, особливостей і форм впливу на читацьку аудиторію сатиричних журналів, газет та інших видавничих сатиричних форматів, вважаємо за доцільне використання такого лояльного до різних видів друкованих періодичних видань терміна, як "сатирична періодика", а не "сатирична преса".

Сатирична періодика в широкому розумінні охоплює різні видавничі формати, що репрезентують сатиричну публіцистику, або сатиричний вид друкованого видання. Зрештою, об'єктивно оцінити стан преси конкретного хронологічного періоду без оцінки співвідношення різних типів і видів періодичних видань складно. Адже саме вони є сутнісними характеристиками періодичного видання, формують його функціональні ознаки і властивості, дають матеріал для окреслення процесів і факторів, які впливали на формування кожного типу, його структуру та склад. Проте в науковому дискурсі немає єдиного підходу до класифікації видань (зарахування того чи іншого видання до конкретного виду чи типу). Під видом видання розуміють загалом сукупність видань, що поєднуються за цільовим призначенням, періодичністю, структурою, обсягом, складом основного тексту, матеріальною конструкцією, інформаційними знаками, аналітико-синтетичними методами опрацювання інформації. Типом видання називають модель з фіксованою сукупністю ознак, які властиві виданням, об'єднаним у вид [24, с. 36].

У визначенні виду періодичного видання враховують: матеріальну конструкцію; структуру й внутрішню форму видання; його основні функції; поліграфічне виконання [23, с. 268]. ДСТУ 3017–95 за матеріальною конструкцією видання диференціює чотири основних види періодичних видань: газета, журнал, бюлетень, календар. Газета – це аркушеве видання (у вигляді одного чи декількох аркушів встановленого формату). Журнал – це зброшуроване видання (у вигляді блоку скріплених у корінці аркушів встановленого формату). Бюлетень, за стандартом, може мати "…ознаки журнального або газетного видання" [9, с. 26].

Нерідко підставою для зарахування періодичного видання до того чи іншого виду є його назва чи підзаголовок та офіційно закріплений за ним статус. Для періодичних видань XIX – початку ХХ ст. ці підстави, як вказують науковці [15], з якими ми погоджуємося, не є прийнятними, оскільки тоді не були розроблені термінологія та теоретичні питання класифікації й не завершився остаточно процес типологічної диференціації книги, альманаху, газети та журналу за зовнішніми типологічними ознаками, що зумовлювало однотипність форматів видань, розмірів набірної шпальти та засобів шрифтового, ілюстраційно-графічного оформлення [22, с. 5]. Тому в періодичних видань різних регіонів цього періоду фіксуються випадки невідповідності назви й виду видання.

І. Мілясевич, за матеріалами архівних фондів Головного управління у справах друку, наводить свідчення того, що інколи журнал реєстрували як газету або видавали свідоцтво на право видання бюлетеня, який насправді був журналом [15]. Літературно-науковий місячник "Нова громада" в номері за січень 1906 р. у розділі "Бібліографія" називає "Шершень", один із найпопулярніших українських сатиричних журналів початку ХХ ст., який став взірцем для формування власне сатиричного журналу як такого, "гумористичною тижневою газетою" (Нова громада. – Січень 1906 р. – Кн. 1. – С. 153). С. Павленко писала, що комплекс сатиричних видань перших двох десятиліть ХХ ст. був представлений переважно щотижневими журналами або газетами-журналами, які щорічно продукували 52 випуски за умови регулярного виходу в світ [16, с. 5]. Очевидно, усе це можна пояснити тим, що в досліджуваний період ще не сформувалися чіткі відмінності між тонким журналом і газетою, насамперед щотижневою. Тому при кваліфікації періодичних видань варто орієнтуватися не на назву видання чи офіційно закріплений за ним статус, а на комплекс типологічних ознак. Зрештою, дослідники по-різному формують масив типоформувальних ознак періодичних видань. Однак до основних серед них зазвичай зараховують: цільове та соціальне призначення періодичного видання, його функції; тематику й ці-

льову класифікацію, які, доповнюючи одна одну в характеристиці видань, інколи збігаються; читацьку адресу видання; періодичність. Проте типологічні характеристики є явищем непостійним, історично змінним.

Різні види друкованих періодичних видань могли розвиватися в межах одного типу: так, до сатиричних належать сатиричні журнали, сатиричні газети, сатиричні листки тощо.

Тип видання є найменшою структурною одиницею загальної системи преси, що зазвичай беруть за основу аналізу. Поняття має низку дефініцій у сучасних журналістикознавчих дослідженнях, які підкреслюють наявність як спільних рис, так і специфічних ознак у певної групи періодичних видань. За влучним висловом О. Акопова та Є. Корнілова, "уся історія журналістики – це історія типологічних шукань видань, жанрів і інших категорій преси. Створення будь-якого періодичного органу починається з проектування типологічних характеристик: читацької аудиторії, призначення, змісту, зовнішньої і внутрішньої структури, видавничих параметрів тощо" [11]. Поділяємо позицію Є. Корнілова про те, що до найважливіших типологічних характеристик видання можна зарахувати: зміст; відображувану сферу дійсності; програму видання; авторський колектив; внутрішню структуру, представлену відділами й рубриками; жанри; періодичність; обсяг; наклад; оформлення [12]. Хочемо зауважити, що спостереження за композиційно-змістовими особливостями українських сатиричних журналів дає підстави говорити про особливий жанровий формат – так звану редакційну статтю, яка вміщувалася в першому номері кожного сатиричного журналу. Вона окреслювала призначення, функції, програмні інтенції редакції, характеризувалася колективним характером авторства. Суттєвою характеристикою сатиричного журналу є й система псевдожанрових рубрик, побудована за принципом пародії на внутрішню структуру друкованого видання загального змісту. Сторінки сатиричних журналів фактично пародіювали жанровий комплекс несатиричного видання, забезпечуючи формальну представленість жанрів усіх жанрових груп (інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні), але виняткова із сатиричним змістом, причому всі вони мали менший, ніж звичайно, обсяг, у рубриках: "Телеграми"; "Київська хроніка"; "З життя політичних партій"; "Музичні новинки"; "Політичний огляд"; "Оголошення", які до реальних оголошень або хронікальних матеріалів, передбачаючи монтування малих сатиричних текстів, створених на принципі пародійності й іронічності, не мали жодного стосунку.

Я. Засурський визначає тип як "основний образ схожих між собою періодичних органів, які утворюють специфічну групу" [18, с. 22]. Як зразок видання, розрахований на певну читацьку аудиторію, кваліфікує тип газети чи журналу С. Радченко [17, с. 131]. Є. Корнілов під типом видання розуміє "історично складену сукупність газет і журналів, єдине стійке утворення, яке формується трьома основними факторами: видавець-призначення-аудиторія" [12, с. 10]. Науковці визнають зумовленість виникнення типу періодичного видання, визначення його типоформувальних ознак соціальними факторами [1, с. 22]; обґрунтовують можливість різної сукупності типоформувальних ознак, серед яких, залежно від конкретних умов виникнення й розвитку тієї чи іншої групи видань, на перший план можуть висуватися аудиторія, видавець, мета й завдання видання, що визначають інші типологічні ознаки (внутрішню структуру, жанрове розмаїття, особливості оформлення тощо) [25]. О. Школьна, диференціюючи періодичну пресу Катеринославської губернії 1838–1917 рр., бере до уваги такі критерії, як періодичність, тематика та видавець. Саме за тематичною спрямованістю вона виокремлює сатирично-гумористичні видання поряд із громадсько-політичними, літературно-мистецькими, молодіжними, дитячими, релігійними, науково-популярними, спеціалізовано-фаховими, статистичними й рекламно-довідковими [25, с. 52]. Тематичну спрямованість і цільове призначення розглядає серед основних типоформувальних ознак і О. Акопов [1, с. 48].

Поряд з іншими типологічними ознаками В. Бакшин відзначає також структурні й графічні. Останні особливо важливі для аналізу гумористично-сатиричних видань: композиційні, шрифтові, ілюстративні, а також ознаки за розміром та кольором [3, с. 7]. Дослідниця запорізької преси 20–40-х рр. XX ст. І. Герман типи періодичних видань диференціювала за територіальними, національно-мовними ознаками, періодичністю, способами впливу на читача, змістом, формальними показниками (жанрами, стилем, графічним оформленням видань), обсягом, накладом, внутрішньою структурою [6].

Т. Хітрова, посилаючись на російських науковців, зауважує, що інколи типологічний підхід підміняється класифікацією [21, с. 22], яка "дає змогу розділити сукупність видань на класи, підкласи, групи, підгрупи, з тим, аби визначивши за тією чи іншою ознакою їх спільні й відмінні риси, за необхідністю вивчати той чи інший клас чи групу видань" [1, с. 47]. Тобто, на думку Т. Хітрової, завданням класифікації є розподіл на групи системного об'єкта, тобто преси, з метою виявлення подібності видань, на основі чітких критеріїв ідентифікації [21, с. 52].

Погоджуємось із А. Воронкевичем, який відстоював правомірність визнання пері-

одичності видання як типоформувальної ознаки у вивченні російської дореволюційної журналістики, доводячи це відмінностями у формі подачі матеріалу в таких виданнях [5, с. 140]. Він розглядав щотижневики не тільки як щось середнє між щомісячником і щоденником за оперативністю, обсягом і доступністю інформації, а й вказував на особливу організацію в них матеріалу: відмову від вторинних подробиць, що зумовлювало цілісність сприйняття матеріалу; наочність завдяки наявності ілюстрацій; відсутність побічних тем та теоретичних розмірковувань [5, с. 143]. Усе це сприяло посиленню впливу таких видань на масового читача. Уже в другій половині XIX ст. видавці прагнули до забезпечення таких особливостей щотижневиків: навності ілюстрацій як самостійних матеріалів; обов'язковості белетристичного відділу; компілятивних оглядів публікацій за тиждень з різних суспільно-політичних питань; "газетної дешевизни" видання [5, с. 146].

Аналіз у діахронічному аспекті української публіцистичної практики й узагальнення традицій сатиричної публіцистики дає підстави говорити про важливість для виокремлення сатиричного типу друкованого періодичного видання, крім таких основних чинників, як "видавець – призначення – аудиторія", тематично-змістових характеристик, програмних засад видання, композиційно-оформлювальних особливостей і періодичності. Саме сукупність цих ознак сприяла виокремленню його на початку XX ст.

Відштовхуючись від формулювання Б. Єсіна про те, що журнал покликаний, насамперед, формувати суспільну думку, а газета її відображати, А. Воронкевич особливою функцією щотижневих видань вважає підтримування суспільної свідомості, суспільної думки в певному напрямі [5, с. 145].

О. Бабишкін додатки у вигляді гумористичного кутка, недільного додатка, фейлетонів, що існували в деяких газетах, називав передісторією сатиричної преси. Сама ж її історія, на його думку, починалася із журналу "Шершень", що мав виразне політичне обличчя [2, с. 82].

Новий, народжений революцією тонкий ілюстрований сатиричний журнал, який в українській сатиричній публіцистиці представлений такими виданнями, як "Шершень", "Хрін", "Ґедз", "Будяк", "Реп'яхи" та майже п'ятьма десятками російськомовних сатиричних часописів, які виходили в багатьох українських містах, складався із 8–12 сторінок, надрукованих найчастіше на низькосортному папері. Таким чином, початок XX ст. дає підстави говорити про формування в українській журналістській практиці типологічної групи видань, насамперед журналів, які хоча й розрізнялися за колом порушуваних проблем, гостротою критичних публікацій, архітектонікою, стилем, однак мали відчутне критичне, соціальне спрямування – сатиричних видань. Їх виникнення було зумовлене першочерговістю завдання боротьби із соціальним поневоленням, рухом за національне самовизначення, суспільною потребою саме в певному типі інформації, технічними можливостями.

Погоджуючись із І. Герман, що тип видання – поняття історично обмежене, змінне в часі [6], простежимо процес відображення підходів до виокремлення сатиричних видань у науковому дискурсі. Б. Левінтов – один із небагатьох дослідників, хто робить спробу дати визначення поняттю "сатиричне видання". Він застерігає, що термін "сатиричні журнали" може бути прийнятий із певною мірою умовності. До них він пропонує відносити видання, у яких сатира й карикатури посідають центральне місце. Однак неодмінним їх компонентом була "громадянська лірика", приділяли увагу й публіцистиці, особливо творам із використанням алегорії [13, с. 273]. Аналіз підзаголовків російських сатиричних журнальних видань 1905–1907 рр. засвідчив, що лише частина цих журналів іменувала себе "сатиричними" та "суспільно-сатиричними", "літературно-сатиричними", "політико-сатиричними й художніми", траплялися навіть "художні" [13, с. 273].

Український дослідник Ю. Івакін відзначав, що в середині XIX ст. утвердилася форма ілюстрованого сатиричного журналу. Сатиричний журнал він визначає як синтетичну форму, що являє собою єдність літератури й графіки (карикатури) [10]. Розвиток у 1905–1907 рр. типу журналу з домінуванням образотворчого матеріалу та використання кольору як потужного засобу емоційного впливу відзначає і Г. Стернін [20]. У сатиричних журналах у різні періоди змінювалося співвідношення образотворчої та вербальної складових. Зменшення обсягу й значення ілюстрацій сприяло згодом і розвитку системи жанрів сатиричної журналістики.

IV. Висновки

Отже, у результаті дослідження доходимо висновків, що більш коректним у контексті аналізу комплексу сатиричних видань буде вживання терміна "сатирична періодика", оскільки поняття "сатирична преса" має особливі змістові відтінки і є менш лояльним щодо різних видів періодичних друкованих видань; для виокремлення сатиричного типу друкованого періодичного видання, крім таких основних чинників, як "видавець – призначення – аудиторія", важливими є тематично-змістові характеристики, програма видання, композиційно-оформлювальні особливості й періодичність; сатиричний тип в українській практиці репрезентований переважно сатиричним журналом, під яким ми розуміємо друковане періодичне видання, що являє собою органічне поєднання (тема-

тичне, жанрове, стилістичне, ідеологічне) вербальних і зображальних сатиричних жанрових конструктів, спрямованих на відображення суспільно-політичних реалій, маніфестування й формування громадської думки, створення та пропагування суспільних стандартів і суспільної поведінки. Хоча в наукових джерелах згадується і єдина сатирична газета "Одесситка", вивчення типологічно-видових характеристик якої може стати актуальним науковим завданням. Так само становлять інтерес особливості ілюстрованого додатка до газети як репрезентанта української сатиричної періодики.

Список використаної літератури

1. Акопов А. Методика типологического исследования периодических изданий (на основе специальных журналов) / А. Акопов. – Иркутск : Изд-во Иркутского ун-та, 1985. – 96 с.
2. Бабишкін О. Сатиричний журнал "Шершень" / О. К. Бабишкін // Радянське літературознавство. – 1959. – № 4. – С. 82–90.
3. Бакшин В. Типологические характеристики еженедельника / В. Бакшин. – Владивосток : Ролан, 1984. – 98 с.
4. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / З. Вайшенберг, Г. Кляйнштойнбер, Б. Пьорксен. – Київ : Академія української преси : Центр вільної преси, 2011. – 529 с.
5. Воронкевич А. С. Русский еженедельник в начале XX века / А. Воронкевич // Из истории русской журналистики начала XX века / под ред. Б. И. Есина. – Москва : Изд-во МГУ, 1984. – С. 140–159.
6. Герман І. Запорізька преса 20–40-х рр. XX ст.: жанрово-стильові особливості : дис. … канд філол. наук : 10.01.08 / І. Герман . – Київ, 2003. – 210 арк.
7. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин. – Харків : Прапор, 2009. – 384 с.
8. Демченко Е. П. Сатирическая пресса Украины 1905–1907 гг. / Е. П. Демченко. – Київ : Наукова думка, 1980. – 148 с.
9. ДСТУ 3017–95. Видання. Основні види: Терміни та визначення. – Київ : Держстандарт України, 1995. – 45 с.
10. Івакін Ю. О. По езопівську мову сатиричних журналів епохи першої російської революції / Ю. Івакін // Відображення першої російської революції в українській та російській літературі. – Київ, 1956. – С. 164–165.
11. Корнилов Е. А. Типология в современной науке о печати. К постановке проблемы / Е. А. Корнилов, А. И. Акопов // Типология периодических изданий. – Ростов-на-Дону : Ростовский ун-т, 1919. – С. 21–30.
12. Корнилов Е. А. Типология периодической печати: основные понятия и категории / Е. А. Корнилов // Типология периодических изданий. – Ростова-на-Дону : Ростовский ун-т, 1919. – С. 7–31.
13. Левинтов Б. М. Сатирическая журналистика 1905–1907 гг. / Б. Левинтов // Вопросы сов. л-ры. – Москва ; Ленинград, 1957. – Вып. 5. – С. 269–318.
14. Мілясевич І. В. Періодичні видання Волинської губернії XIX–початку XX ст.: Історико-бібліографічне дослідження / наук. ред. М. М. Романюк ; І. В. Мілясевич. – Львів, 2004. – 376 с.
15. Мілясевич І. В. Типологічні характеристики преси Волині XIX – початку XX століття [Електронний ресурс] / І. Мілясевич. – Режим доступу: istvolyn.info/index.php?option=com_content&view=article&id…
16. Павленко С. Ф. Російська сатирична періодика перших двох десятиліть XX ст. / С. Ф. Павленко – Київ : Логос, 2013. – 95 с.
17. Радченко С. С. Издательская деятельность партийных комитетов КП(б) Украины в 1918–1925 гг. / С. С. Радченко. – Киев : Вища школа, 1989. – 337 с.
18. Система средств массовой информации России : учеб. пособ. для вузов / под ред. Я. Засурского. – Москва : Аспект Пресс, 2001. – 259 с.
19. Словник журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті / за ред. Ю. М. Бідзілі. – Ужгород : Закарпаття, 2007. – 224 с.
20. Стернин Г. Графика русских сатирических журналов 1905–1906 годов / Г. Стернин // Искусство. – 1955. – № 3. – С. 33–38.
21. Хітрова Т. В. Періодичні видання Запорізького краю початку XX ст.: типологічна система : монографія; каталог видань ; хрестоматія / Т. В. Хітрова. – Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2011. – 284 с.
22. Черняков Б. І. Зростання та демократизація аудиторії як чинники розвитку типології ілюстрованих видань : матеріали до лекції / Б. І. Черняков ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Ін-т журналістики. – Київ, 2004. – 24 с.
23. Швецова-Водка Г. М. Документ і книга в системі соціальних комунікацій / Г. М. Швецова-Водка. – Рівне : Рівн. держ. гуманіст. ун-т, 2001. – 438 с.
24. Шевченко В. Е. До питання термінології: вид і тип періодичного видання / В. Е. Шевченко // Українське журналістикознавство. – 2010. – Вип. 11. – С. 29–37.
25. Школьна О. Становлення та розвиток системи періодичної преси Катеринославської губернії 1838–1917 рр. : дис. … канд. філол. наук : 10.01.08 / О. Школьна. – Київ, 1997. – 201 арк.

Стаття надійшла до редакції 10.11.2015.

Зыкун Н. И. Терминологическая кодифицированность сатирически-публицистического дискурса

В статье исследуются научные подходы к пониманию и использованию терминологических наименований для обозначения сатирического пространства украинской публицистики. Доказывается исторически изменчивый характер основных понятий сатирической публицистики и постоянные их модификации под влиянием внутрисистемных и внешних факторов, уточняются дефиниции.

Ключевые слова: *сатирическая пресса, сатирическая периодика, сатирический тип издания, сатирический журнал, сатирическая газета, иллюстрированное приложение к газете.*

Zykun N. Terminological Codification of Satirical Publicistic Discourse

A satiric flow in Ukrainian journalism has always been determinative since the very moment of emergence of Ukrainian print editions. In spite of the fact that the most common theoretical, in particular historical and literary issues of satire, the nature of comical and satiric as well as the understanding of laughter and satire as the means of expression of critical attitude to someone or something, their public functions have been sufficiently illuminated, the Ukrainian study of journalism does not provide a complex scientific research that would become the basis for its objective estimation.

The lack of unambiguity in approaches to qualification of printed periodicals of satiric character because of the range of objective (complication and ambiguousness of the process of forming the typology features of printed matters) and subjective (use of different criteria of classification by researchers) reasons stipulated the discord in the use of key terms for the marking of satiric space of Ukrainian publicism, such as satiric press, satiric type of edition, satiric magazine, satiric newspaper.

It is proven that the activity of Ukrainian satiric publicism was supported by the emergence of lambent satiric, mainly weekly illustrated paper, however the final forming of satiric genres was encouraged by satiric publications in newspapers, the distinctive features of which were responsiveness and topicality.

The author proves the historically variable character of basic concepts of satiric publicism and their permanent modifications under the influence of internal system and external factors, with their definitions being specified. The author justifies the expediency of the use of the term "satiric periodicals", which is more loyal to the different types of printed periodic matters but not the "satiric press". It is emphasized that a satiric type in Ukrainian practice is presented mainly by a satiric magazine, considerably rarer – by a satiric newspaper.

Key words*: satiric press, satiric periodicals, satiric type of edition, satiric magazine, satiric newspaper, illustrated appendix to the newspaper.*