ISSN 2409-9805

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія

Library Science. Record Studies. Informology

Науковий журнал
Виходить щоквартально
Заснований у лютому 2004 р.

№ 1
2016

Київ – 2016

Наш передплатний індекс: 86544

БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО. ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО. ІНФОРМОЛОГІЯ

Журнал індексується в міжнародних базах даних:
Science Index (РІНЦ); Google Scholar; Research Bible; Polish Scholarly Bibliography; BASE

Засновник і видавець – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Головний редактор – Литвин С.Х.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Литвин С.Х. – доктор історичних наук, професор, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв (НАКККіМ), головний редактор
Петрова Л.Г. – доктор педагогічних наук, професор, НАКККіМ, заступник головного редактора
Добровольська В.В. – кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент, НАКККіМ, відповідальний секретар
Бездрабко В.В. – доктор історичних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв
Боряк Т.Г. – кандидат історичних наук, НАКККіМ
Вєдєнєєв Д.В. – доктор історичних наук, професор, НАКККіМ
Давидова І.О. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури
Дубровіна Л.А. – доктор історичних наук, професор, член-кореспондент НАН України
Кобєлєв О.М. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури
Кулешов С.Г. – доктор історичних наук, професор, Український науково-дослідний інститут архівної справи та документознавства
Кушнаренко Н.М. – доктор педагогічних наук, професор, Харківська державна академія культури
Лобузіна К.В. – доктор наук із соціальних комунікацій, Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського
Ляхоцький В.П. – доктор історичних наук, професор, Державна архівна служба України
Маркова В.А. – доктор наук із соціальних комунікацій, Харківська державна академія культури
Мотульський Р.С. – доктор педагогічних наук, професор (Білорусь, Мінськ)
Папакін Г.В. – доктор історичних наук, професор, Інститут української археографії та джерелознавства ім. М.С. Грушевського
Столяров Ю.М. – доктор педагогічних наук, професор (Росія, Москва), Науковий центр досліджень книжкової культури РАН
Федотова О.О. – доктор історичних наук, НАКККіМ
Швецова-Водка Г.М. – доктор історичних наук, професор, Рівненський державний гуманітарний університет
Шемаєва Г.В. – доктор наук із соціальних комунікацій, професор, Харківська державна академія культури

Відповідальний секретар – Добровольська В.В.

Редактор – Будаш Л.П.

Комп'ютерне складання та верстка – Кравченко Т.В.

Редагування англомовних анотацій і транслітерації – Рева Т.С.

Дизайн обкладинки – Саприкін О.А.

Рекомендовано до друку вченою радою НАКККіМ
Протокол № 7 від 29.03.2016 р.

Затверджено:
наказом Міністерства освіти і науки України від 13.07.2015 р. №747
як фахове видання з соціальних комунікацій

Відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України від 06.11.2015 р. №1151,
є фаховим виданням зі спеціальності інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 21133-10933ПР від 08.12.2014
Свідоцтво видала Державна реєстраційна служба України

Використання у будь-якій формі матеріалів, що опубліковані в журналі, узгоджується з редакцією.
Посилання на видання обов'язкові.
Редакція не завжди поділяє точку зору авторів статей

Адреса редакції та видавця: 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корп.15
E-mail: nauka@dakkkim.edu.ua

© Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2016



Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія

Науковий журнал	Виходить щоквартально	Заснований у лютому 2004 р.	№ 1 2016 р.

ЗМІСТ

Пам'яті вченого

Шелестова А.М. Пам'яті професора Михайла Семеновича Слободяника – відомого українського педагога та вченого 4

Бібліотекознавство

Трачук Л.Ф. Нормативно-правове обґрунтування процесу формування електронних бібліотек в обласних універсальних наукових бібліотеках України 6

Пастушенко О.В. Бібліотека як комунікаційна установа в інформаційному просторі та розвиток функцій ресурсної бази науки 16

Бірюкова Т.Л. Творче об'єднання Бібліотека-Освіта як складова розвитку Національного інтелектуального ресурсу (наукова комунікація, інтеграція знань, методів, технологій) 24

Соколов В.Ю. Перший Всеукраїнський з'їзд бібліотечних робітників (1926) та його значення в розвитку бібліотечної справи в Україні *(продовження статті, перша частина опублікована у №2, 2015 р.)* 30

Документознавство

Збанацька О.М. Документ як відображення подій 42

Андріянов О.В., Татакі О.О. Формування інформаційно-комунікативної компетентності в процесі підготовки фахівців документно-інформаційної сфери 50

Соціальні комунікації

Палеха Ю.І. Документально-інформаційні комунікації як основа комунікативного менеджменту 56

Вінічук І.М. Термінологічні аспекти розвитку вербальної системи управління базами даних у соціально-комунікативній сфері сучасного суспільства 62

Зикун Н.І. Синкретичність сатиричних зображальних жанрів публіцистики 68

Шевчук Ю.С. Від реклами фільму до реклами у фільмі (до історії становлення Product Placement в кіно) 76

Інформологія

Мусієнко Ю.Д. Релігійні інтернет-ресурси України: інформаційно-змістовий аспект 82

Саприкін О.А. Фейк як інструмент інформаційної війни проти України 87

Ткаченко О.О. Імідж навчального закладу: поняття та сутність 95

Події і факти наукового життя

Вітаємо ювіляра! (до 65-річчя від дня народження Тетяни Олексіївни Долбенко) 102

Відомості про авторів 104

Вимоги до публікацій 105

3. Kastels, M. (2000). Informational epoch: economics, society and culture. O.Y. Shkaratana (Ed.). Moscow [in Russian].
4. Kovalchuk, T. T. (2011). Modern informational market (conceptual-cognitive context). I.Iu. Marko, Ie.I. Marko. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
5. Tyshchenko, Iu., Baior, P., Tovt, M., Horobchyshyna, S. (2010). Models of political communication: political parties and civil society. Kyiv: Ahentstvo «Ukraina» [in Ukrainian].
6. Kochetov, A.N. (1999). Internet's influence on the development of a society. Ynformatsyonnoe obshchestvo, 5,43-48.
7. Moskalenko, A. Z., Huberskyi, L. V., Ivanov, V. F., Verhun, V. A. (1997). Mass communication. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
8. Popper, K. (1994). Opened society and its enemies. Part I.: In the slave of the Platoon magic. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].
9. Habermas, J. (1996). Communicative act and discourse. Original texts of communicative philosophy. Sytnychenko L. (Ed.). Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
10. Pshenychna, L. & Shyshkina, N. (2004). Terminological analysis: Marking and definition. Problemy ukrainskoi terminolohii, 503, 48-52 [in Ukrainian].
11. Raida, K.Yu. (1998). Historic-philosophical researches of post-existential thinking. I. Nadolnui (Ed.). Kyiv: Ukr. tsentr dukhovnoi kultury [in Ukrainian].
12. Tapskott, Don. (1999). Electric-media society: advantages and disadvantages of the net mind. Kyiv: INT Press [in Russian].
13. Chernets, V.H. (1995). Culture as a method of the personality's socialization. Kyiv [in Ukrainian].
14. Chernets, V.H. (1993). Ukrainian culture in the context of the world civilization. Kyiv: KDIK Min-kulturu Ukrainy [in Ukrainian].

УДК: 82-7-92:[741.5+77.03/.08]](045)

Н.І. Зикун

СИНКРЕТИЧНІСТЬ САТИРИЧНИХ ЗОБРАЖАЛЬНИХ ЖАНРІВ ПУБЛІЦИСТИКИ

Простежується еволюція підходів до оцінювання значення візуальних засобів у журналістиці. Уточнюється розуміння поняття «зображальний жанр публіцистики», з'ясовуються формально-змістові та функціональні характеристики зображальних сатиричних жанрів. Доводиться доцільність виокремлення в групі сатиричних жанрів підгрупи зображальних сатиричних жанрів, неоднорідних за засобами творення сатиричного образу.

Ключові слова: *зображальний сатиричний жанр публіцистики; графічні зображальні сатиричні жанри; фотографічні зображальні сатиричні жанри.*

Н.И. Зикун

СИНКРЕТИЧНОСТЬ САТИРИЧЕСКИХ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫХ ЖАНРОВ ПУБЛИЦИСТИКИ

Прослеживается эволюция подходов к оценке значения визуальных средств в журналистике. Уточняется понимание понятия «изобразительный жанр публицистики», выясняются формально-содержательные и функциональные характеристики изобразительных сатирических жанров. Аргументируется целесообразность выделения в группе сатирических жанров подгруппы изобразительных сатирических жанров, неоднородных по средствам создания сатирического образа.

Ключевые слова: *изобразительный сатирический жанр публицистики; графические изобразительные сатирические жанры; фотографические изобразительные сатирические жанры.*

© *Зикун Н.І.*

N.I. Zykun

SYNCRETISM OF SATIRIC PICTORIAL GENRES OF PUBLICISM

The evolution of approaches to evaluation of the role of visual facilities in journalism is traced. The understanding of the concept of "pictorial genre of publicism" is specified, formal semantic and functional descriptions of pictorial satiric genres are clarified. The author proves the expediency of making out the subgroup of pictorial satiric genres in the group of satiric genres, the former being heterogeneous by the means of satiric character creation.

Keywords: *graphic satiric genre of publicism; graphic pictorial satiric genres; photographic pictorial satiric genres.*

Матеріально-технічні здобутки початку XX ст. дали поштовх докорінним перетворенням у багатьох сферах людської діяльності. Особливо відчутними вони були в інформаційному середовищі. Прогрес у видавничій, поліграфічній промисловості, у візуалізації інформаційного процесу, в інформаційних технологіях змінили обличчя журналістики, розширили коло засобів її впливу на аудиторію. До революційних змін можна насамперед віднести активне проникнення на газетно-журнальні шпальти зображень – фотографічних, графічних, живописних, що відкрило нову сторінку в історії публіцистики. Тривалий час, однак, зображально-візуальні засоби журналістики майже не потрапляли в орбіту наукових зацікавлень журналістикознавців. Це можна пояснити як складною їхньою природою, перебуванням на межі різних систем координат – мистецтва і публіцистики, так і невиробленістю методики аналізу такого матеріалу. У сучасному журналістикознавчому дискурсі простежується активізація інтересу до зображальних засобів журналістики, завдяки як змінам у технологічних процесах обробки та збереження інформації, так і накопиченню наукових фактів про особливу роль і місце візуальних засобів. Достатньо повно, хоча й лаконічно, позначив свого часу вузлові точки еволюції ролі візуальних елементів у періодиці П. М. Федченко: «від примітивної абстрактно нейтральної орнаментики» до реалістичної ілюстрації, згодом – до репортажно-документальних зображень, а піком її назвав створення наприк. XIX – на поч. XX ст. ілюстрованих видань, причому розмежовуючи серед них карикатурні, гумористичні, сатиричні [8, 33]. У наступні періоди зображальні засоби в журналістиці та публіцистиці продовжували розвиватися, розширювалося коло їхніх тем, образів, функцій. Усе помітнішим ставало прагнення до унаочнення змісту повідомлення, зображення процесу комунікації, змістового повідомлення з використанням зображальних засобів. Зображення з часом перетворилося на складову журналістського впливу, яка успішно конкурувала зі словом [8, 37]. Про поширеність і актуальність зображень у періодиці свідчить низка номінацій, покликаних якомога точніше передати їхню сутність: *візуальні засоби, зображальні засоби, зорові засоби, іконографічні засоби, візуально-графічні, ілюстративні засоби*, кожна з яких більш чи менш точно передає розуміння природи й функцій останніх в інформаційному обміні.

Значення візуальних елементів, використання несловесних форм на сторінках друкованих видань нині стає предметом наукового інтересу як вітчизняних (Т. Кузнєцова, Н. Миколаєнко, Г. Цуканова, Л. Якименко та ін.), так і зарубіжних науковців (О. Анісімова, С. Галкін, А. Каск, О. Скогорева, В. Тулупов та ін.). З'являється значна кількість наукових розвідок, об'єктами дослідження яких є природа візуальних елементів; засоби творення з їхнім використанням публіцистичності; робляться спроби з'ясування жанрових характеристик таких одиниць тощо. Однак досі зображальні публіцистичні жанри, зокрема сатиричні, не отримали належної оцінки й комплексного аналізу, науковцям не вдалося подолати стереотипність сприймання зображальних засобів в журналістиці як другорядних, як доповнення до вербального тексту.

Метою статті є уточнення розуміння поняття «зображальний жанр публіцистики», з'ясування формально-змістових і функціональних характеристик зображальних сатиричних жанрів, уточнення їхнього місця в системі жанрів публіцистики.

Вивчення зображальних жанрів актуалізувалося із визнанням зображальної журналістики, під якою розуміється «створення, відбір, обробляння і розповсюдження зображень у журналістському сенсі», здійснення комунікації не мовою в лінгвістичному розумінні, а зображеннями [4, 129]. У науковому дискурсі представлено значну кількість визначень зображальної журналістики, які ілюструють активну динаміку розуміння її сутності на невеликому часовому проміжку. Визначальною особливістю зображальної журналістики називають інформаційне та публіцистичне використання зображення як основного чи допоміжного засобу впливу на масову аудиторію. При цьому підставами для виокремлення її як окремого напряму вважають наявність: власного предмета; методів впливу на аудиторію; специфіки перебігу творчого процесу; суб'єктів творчого процесу, об'єднаних в організаційно-творчі колективи [16, 35]. До цього переліку варто додати й особливу систему жанрових форматів, які забезпечують ефективну реалізацію функцій зображальної публіцистики, творення особливого характеру публіцистичності.

Загальновизнаним фактом нині вважається те, що записані, або вербальні, тексти переважно раціоналізовані, зображальне ж повідомлення спрямоване насамперед на емоційне сприйняття, це актуалізує увагу до зображальних елементів, зокрема й у масово-комунікаційній діяльності. Ґрунтуючись на функціонально-змістових особливостях зображально-графічних засобів, використовуваних у друкованій періодиці в різні історичні періоди, Б. Черняков висунув концепцію зображальної публіцистики, під якою розуміє вид публіцистики, яка характеризується документальним наочно-образним відображенням дійсності через зображальну діяльність, продукти якої (зображення й різні форми зображально-словесного синтезу) призначені для оперативного поширення каналами засобів масової інформації з метою формування громадської думки, впливу на свідомість і поведінку аудиторії [13, 5].

Й. Лось, характеризуючи публіцистику як простір моделювання свідомості, вияв динамізму людського духу, політичне й морально-філософське освоєння історії та актуальної суспільної практики, всеохопний засіб формування особистості, площину зазначення вартостей та інтересів людей, соціальних груп і націй, втілення їхньої культурної ідентичності [10, 24], також говорить про дві її складові – словесну й візуальну.

Вважаємо, що про зародження зображальної публіцистики можна з повним правом говорити тоді, коли зображення набувають не лише масовості, але й впливовості, емоційності. Власне таким періодом є період першої російської революції, який висунув нові вимоги до якості інформації, сформував аудиторію. А. Каск підкреслювала, що наявність зображень у виданні кін. XIX – поч. XX ст., адресованому масовій аудиторії, усувала бар'єр, який виникав через малограмотність, робила видання більш доступним для розуміння, сприяла отриманню актуальної інформації без надмірних зусиль [9, 148]. На українських же землях звернення до візуального каналу актуалізувалося й через несформованість системи публіцистичного українського мовлення й потреби послуговуватися ним у більшості адресатів друкованих періодичних видань.

Важливою ознакою зображальної публіцистики є система особливих жанрових форм і прийомів. Жанрологія зображальної журналістики починається ще у дореволюційний період із жанрів документальної репортажної фотографії та сатиричної публіцистичної графіки.

Б. Черняков розглядав жанр зображальної журналістики як синтез слова і зображення й усвідомлював необхідність їхнього порівняння з категорією жанру в образотворчому мистецтві, літературі й публіцистиці [14, 3]. Він розмежовує власне зображальну публіцистику в техніці малюнка, графіки, живопису, карикатури, фотомонтажу тощо; фотопублiцистику; кінопублiцистику, телепублiцистику [13, 36].

Однак пізніше дослідники, відмовляючи зображенню в самостійності передачі інформації, характеризували їх із позицій жанрів

ілюстративного матеріалу [17]. Нетривала сучасна наукова історія зображальних жанрів, зокрема карикатури, як тексту, вже породила свою бібліографію, в якій можуть бути диференційовані принаймні два різні підходи: прихильники першого схильні розглядати карикатуру як креолізований текст [3; 9], а прихильники другого – як особливий візуальний текст [1; 18]. Мистецтвознавець А. Каск, на основі узагальнення жанрової структури, сюжетики й естетики журнальної ілюстрації в Росії XVIII-XIX ст., підсумовує, що сатирично-гумористичний малюнок, який зазвичай супроводжується підписом, являє собою креолізований текст, фактура якого складається із двох негомогенних частин – вербальної й невербальної. Виразність такого тексту, на думку дослідниці, залежить від обох складових і від органічності їхнього поєднання [9, 130]. Другий підхід започаткований С. Галкіним, який спростував доцільність кваліфікації зображень як другорядних, вторинних інформаційних продуктів на сторінках друкованих видань [6]. Оскільки будь-який знак, зокрема й візуальний, використовується у ЗМІ для закріплення й транслювання інформації, яка має певного адресата, А. Айнутдінов також вважає, що зображення можна сприймати як текст, текст-зображення, форму інформації з притаманною їй внутрішньою семіотичною структурою. На його думку, кожен зображальний знак як текст може вивчатися на кількох рівнях: семантичному (сфера значення); синтактичному (морфологія); прагматичному (особливості використання для реалізації певних комунікативних завдань). Фотографія, колаж, інфографіка, малюнок, карикатура – різні тексти-зображення, кожен зі своєю особливою мовою, структурною й семантичною системністю, різними творчо-технологічними етапами [1, 8-9].

Ми схиляємося до використання в аналізі зображальних жанрів сатиричної публіцистики лінгвістичної теорії креолізованих («змішаних») текстів. Можна було б допустити, що нині карикатура поступово еволюціонує від креолізованого тексту, яким вона переважно була в сатиричних виданнях початку XX ст., до дифузії чи співіснування двох різнотипних самостійних текстів – зображального й вербального. Підтвердженням цього може бути й різне авторство, і навіть час створення цих елементів, які одночасно з'являються поряд на газетній чи журнальній шпальті.

О. Анісімова, на основі дослідження рекламних текстів і політичних плакатів, розмежовує: універсальні функції, притаманні всім полікодовим (креолізованим) текстам, і специфічні функції зображень, характерні для конкретного виду комунікації [2]. До універсальних функцій зображень відносить інформативну, атрактивну, експресивну й естетичну. Особливими функціями зображень вона називає: символічну, ілюстративну, аргументаційну, евфемістичну, функцію створення іміджу, характерологічну, сатиричну [2]. Як бачимо, функціональне ядро зображень усіма авторами формується з таких функцій, як інформативна, експресивна, естетична. Для нас важливим є виокремлення як самостійної останньої функції – сатиричної. Хоча дослідниця визнає, що вона може супроводжуватися й іншими, зокрема, для карикатур.

Однак роль зображень виходить далеко за межі вказаних функціональних характеристик, являючи собою самостійний, специфічний пресовий сегмент текстів, наділених особливим характером контенту й публіцистичності. Звісно, зображальні елементи в пресі помітно відрізняються від книжкових ілюстрацій, оскільки вони водночас є елементом оформлення та самостійним інформаційним повідомленням. Межа між роллю та значенням вербальних і зображальних жанрів досить тонка: непоодинокими в публіцистиці були випадки, коли сатиричний малюнок спрацьовував як фейлетон, і тоді редакції видань отримували відповіді про те, що за малюнком вжито заходів. Невербальні форми комічного у контексті публіцистики відігравали роль своєрідного «інформаційного транспорту», який дозволяв заощаджувати час адаптації реципієнта до робочої ідеї автора. Дослідники говорять про успішний «прорив» на шпальти газет «візуальних заміток», «візуальних кореспонденцій», «візуальних репортажів», і навіть «візуальних інтерв'ю» [19, 249]. Вважаємо, що певною мірою поясненням цього може бути єдина комунікативна мета зображальних і вербальних сатиричних жанрів.

Л. Масімова, яка стоїть на позиціях самостійності зображень у періодичних виданнях, підставами для розмежування ілюстрацій і самостійних зображальних матеріалів вважає: основне змістове навантаження; придатність для осмислення й транслювання візуальної образності (яку можна вважати своєрідною аргументацією) у вербальну форму; факультативність вербальних елементів і їхню другорядність; розміщення у спеціальній рубриці або особливому місці (наприклад, на обкладинці) [12].

Ми у низці праць, що стосувалися уточнення конфігурації системи сучасних жанрів журналістики, на основі вивчення широкого кола спеціальних сатиричних видань, передусім журналів, і сатиричних публікацій у загальнополітичних виданнях на різних етапах розвитку газетно-журнальної журналістики, також обґрунтовували доцільність жанрової кваліфікації та диференціації графічно-зображальних матеріалів [7]. Вважаємо, що зображальні жанри мали особливе значення для формування сатиричного напряму в публіцистиці. Власне, і нині, коли ми фактично не маємо спеціалізованих сатиричних видань і сатира локалізується насамперед у мережевих ЗМІ, саме зображальні засоби публіцистики заповнюють цю нішу в медійно-інформаційному середовищі.

Не менш важливе і завдання систематизації й упорядкування зображальних жанрових форм, створення загальної типологічної їхньої класифікації на основі вагомих підстав і критеріїв, що ускладнюється видовою й жанровою різноманітністю форм зображальних публікацій. Сучасна система зображальних жанрів публіцистики є результатом як розвитку власне зображальних форм і текстів, так і наслідком взаємодії з мистецьким, художньо-літературним дискурсом. Сатиричні зображальні жанри публіцистики відрізняються від власне мистецьких жанрів, являючи собою цілісний комплекс вербальних і невербальних елементів. Це знайшло відображення у системі жанрових ознак, у їхніх номінаціях і в підходах до окреслення конфігурації системи. В останньому випадку зображальні жанри підпадають під особливий вплив вербальної публіцистики.

Б. Черняков за основу визначення специфіки категорії жанру зображальної журналістики брав до уваги низку чинників: функції, предмет дослідження, спосіб відображення дійсності [15, 86]. За предметом дослідження він виокремлював такі напрями відображення об'єктів, як людина, природне середовище, предметне середовище (рукотворна природа). За способом відображення (сукупністю прийомів) він розрізняв зображення, виконані традиційними засобами, або вручну, в техніці малюнка, гравюри, аплікації; за допомогою технічних засобів створення та фіксації; комбіновані. Кожній із вказаних сукупностей прийомів відповідає певний ряд жанрів. За функціями, які виконує зображення по відношенню до тексту, він виокремлює такі ряди: ілюстративний; інформаційний, оформлювальний, репродуктивний.

Л. Масімова, розвиваючи положення В. Здоровеги про необхідність уваги до взаємодії слова й зображення у періодичній пресі, на різновиди й жанрові модифікації зображувальної інформації, обстоює доцільність виокремлення візуальних жанрів журналістики, а не жанрів ілюстрацій; аналізу візуальних текстів з позицій жанрів публіцистики, тобто виокремлюючи інформаційні, аналітичні й художньо-публіцистичні групи жанрової організації матеріалу [11, 288].

Погоджуючись із таким підходом науковців до визнання жанрових комплексів, маємо певні застереження щодо окреслення нею кола жанрів у кожній групі: інформаційні жанри вичерпуються фотозаміткою, фотопейзажем, фотопортретом, які не мають постановочного характеру й не оброблені з використанням комп'ютерних технологій; аналітичні візуальні жанри представлені рейтингом, діаграмою, картодіаграмою; серед художньо-публіцистичних називаються плакат, пародійний плакат, карикатура й комікс (спонукають до емоційного й аналітичного осмислення інформації за допомогою художнього образу, створеного на основі зображальних засобів) [11, 288]. При цьому вона сама собі суперечить, коли радить розглядати карикатуру як аналітичний жанр візуальних текстів [11, 289], а в іншій публікації до художньо-публіцистичних відносить, крім названих вище, і колаж, фо-

тонарис, малюнок [12, 288]. Окрім цього, з огляду на семантику термінів «візуальний» і «зображальний», вважаємо, що такі жанри правильніше буде іменувати зображальними жанрами журналістики.

Аналіз сатиричних видань засвідчив потужний комунікативний потенціал сатиричної зображальної публіцистики, який визначається особливим поєднанням двох негомогенних її складових – зображальної та вербальної, що робить текст більш зрозумілим, виводить його сприйняття за межі поточного моменту. Адже дослідники визнають, що зображення без вплетення у контекст залишаються, як правило, багатозначними. Вони, порівняно з мовними виразами, менш конвенціоналізовані, а це ускладнює їхнє декодування аудиторією [4, 132]. Тому під впливом цих чинників зображення, переважно карикатурного характеру, поступово втрачають свою самостійність, об'єднуються з текстом, хоча й достатньо лаконічним. Ілюстрацією такої трансформації може слугувати й зміна самого терміна на позначення карикатури в англійській мові: до 1750 р. *hieroglyphies (ребус);* після 1830 р. – *cartoon (гумористична картинка)* [5]. Перше слово підкреслювало графічний характер карикатури, друге – його сюжетну форму. Тому з часом актуалізується питання про співвідношення зображальної та текстової частин карикатури й іншого зображального жанру. Нас цікавить насамперед роль тексту в сатиричних публіцистичних зображеннях. А. Каск вказувала, що в сатирично-гумористичному малюнку російських сатиричних журналів 60-х рр. XIX ст. використовувалися три варіанти зв'язку тексту з ілюстрацією: 1) для розуміння карикатури не потрібен детальний текст, який розкриває її зміст, оскільки думка (емоція, відношення) виражена переважно графічно (за допомогою шаржу, утрированого відображення дійсності, метафори, поєднання реального й фантастичного, зіставлення незіставлюваного тощо); 2) для сприйняття карикатури були однаково важливі обидві частини – і вербальна, і візуальна; основне смислове навантаження лягало на текст [9, 137].

На початку XX ст. визначальною зображальною складовою сатиричних видань була сатирична графіка – карикатури, шаржі, реалістичні малюнки. Поширеність цього різновиду сатиричної публіцистики визначалася низкою чинників: рівнем грамотності аудиторії; наявністю технічних засобів; такими характеристиками зображальних текстів, як доступність, емоційність, експресивність. Усе це забезпечувало сатиричним зображальним текстам впливовість і популярність. Вербальне оформлення сатиричних зображень відображало загальні тенденції розвитку малих жанрових форм: діалогізм; використання езопової мови, каламбурів; експресивність. Маємо підкреслити, що публіцистичністю характеризувалася не взагалі карикатура в друкованому сатиричному виданні, насамперед журналі, а переважно карикатура, супроводжувана текстівкою – лапідарною, гострою, нищівно-сатиричною, іронічною, дотепною. Таким чином, можна говорити про сплав вербально-зображальної образності, який забезпечував особливий характер публіцистичності. Саме дискурс забезпечував набуття сатиричними зображеннями як особливих рис, так і особливих функцій.

Вербальна складова, лаконічний підпис могли супроводжувати окреме зображення – карикатуру, шарж, малюнок, або ж зображення без підпису вписувалося в архітектуру сторінки чи загалом числа видання – підсилюючи звучання вербального тексту, а текстові публікації, що розміщувалися біля автономного зображення, розкриваючи нерідко ту саму тему, могли бути своєрідним коментарем, доповненням до цього зображення.

Таким чином, можна говорити, що на початку XX ст. фактично завершився процес формування системи жанрів сатиричної публіцистики, яка включала вербальні (віршовані й прозові) та зображальні конструкти, які є межовими в публіцистиці. Для жанрів сатиричної публіцистики характерна низка ознак, яка засвідчує їхній синкретичний характер, що зумовлюється поєднанням різних підходів до трактування факту, характерних для наукового, літературного, публіцистичного й мистецького дискурсів. Обстоюючи доцільність виокремлення самостійної групи сатиричних жанрів на підставі особливостей художнього відображення дійсності, своєрідного предмета відображення й особливою поетикою наративу, разом з інформаційними, аналітичними,

художньо-публіцистичними, розмежовуємо у її структурі дві підгрупи за формою вираження: текстові і зображальні сатиричні жанри. До підгрупи сатиричних зображальних жанрів мають бути віднесені публіцистичні зображення, різні за технікою виконання: графічні (карикатура, шарж, реалістичний малюнок); фотографічні; синтетичні (фотоколаж, фотомонтаж).

У майбутньому актуальним буде дослідження сатиричних можливостей кожної з підгруп сатиричних зображальних жанрів за технікою виконання.

Використані джерела

1. Айнутдинов А.С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.10 / А.С. Айнутдинов ; Урал. гос. ун-т им. А.М. Горького. – Екатеринбург : [б. и.], 2010. – 20 с.

2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учебн. пос. для студ. факультетов иностр. яз. вузов / Е.Е. Анисимова. – М. : Academia, 2003. – 128 с.

3. Артемова Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 – теория языка / Е.А. Артемова. − Волгоград, 2002. − 237 с.: ил. − [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.lib.ua-ru.net/diss/cont/326786.html [30.12. 2013].

4. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / З. Вайшенберг, Г. Кляйнштойнбер, Б. Пьорксен. − К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. − 529 с.

5. Виппер Б. Введение в историческое изучение искусства [Электронный ресурс] / Б. Виппер. – Режим доступа: www.lib.ru/TEXTBOOKS/ART/vipper.txt

6. Галкин С.И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. Общее и особенное в худ.-техн. конструировании периодического издания / С.И. Галкин. – М., 1989. – 152 с.

7. Зикун Н.І. Ілюстрації як типоформувальна ознака українських сатиричних журналів початку XX століття : колект. монографія / О. Безручко та ін. ; за наук. ред. О.М. Холода // Соціальні комунікації: результати досліджень – 2013. – У 3-х т: – Т. 3: Галузеві соціальні комунікації. – К. : КНУКіМ, 2014. – С. 5-36; Зыкун Н.И. Сатирические жанры журналистики: проблемы типологии // Вестник Томского государственного университета. Филология. – 2015. – №1 (33). – С. 181–191.

8. Довкруг проблем зображальної журналістики: журналістикознавці про наукову творчість Бориса Чернякова / Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики ; укл. і наук ред. В.В. Різун. – К., 2006. – 87 с.

9. Каск А.Н. Жанровая структура, сюжетика, эстетика журнальной иллюстрации в России XVIII – XIX веков : дис. … канд. наук : спец. 17.00.04 – изобразит. и декорат.-прикл. искусство и архит. / А.Н. Каск. – М., 2011. – 316 л.

10. Лось Й.Д. Публіцистика й тенденції розвитку світу: Львівська школа журналістики : навч. посібник для вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації: У 2-х ч. – Ч.1 / Й.Д. Лось. – Львів : ПАІС, 2008. – 376 с.

11. Масімова Л.Г. Візуальна репрезентація журнального контенту / Л.Г. Масімова // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2013. – Т.53. – С. 287-290.

12. Масімова Л.Г. Візуальні жанри журнального контенту / Л.Г. Масімова // Наукові записки Інституту журналістики. – К., 2013. – Т. 51. – С. 43-45.

13. Черняков Б.И. Газетная революционная изобразительная публицистика в России 1917 г. : метод. разраб. по спецкурсу «Основы изобразительной журналистики» / Б.И. Черняков. – К. : Б.и., 1991 . – 43 с.

14. Черняков Б.І. Жанри зображальної журналістики : навч. програма / Б.І. Черняков ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2000. – 11 с.

15. Черняков Б.І. Типологія жанрів зображальної публіцистики / Б.І. Черняков // Журналістика: Республіканський міжвідомчий науковий збірник. – Вип. 11. – К. : Вид-во при Київському держ. ун-ті видавничого об'єднання «Вища школа», 1981. – С. 81-95.

16. Черняков Б.И. Фотография в изобразительной журналистике: генезис технических и творческих возможностей : монография / Б.И. Черняков / Институт системних исследований образования, Киев. нац. ун-т им. Т. Шевченко. – К., 1996. – 119 с.

17. Шевченко В.Е. Особливості зображального ряду журналу / В.Е. Шевченко // Наукові записки Інституту журналістики : наук. збірник. – К., 2011. – Том 44. – С. 109-114.

18. Шевченко В. Е. Форми візуалізації в сучасному журналі : монографія / В.Е. Шевченко ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К. : Видавець ПАЛИВОДА А.В., 2013. – 340 с.

19. Шурхаев А.И. Комическая сказка как прием адаптации фоновых возможностей аудитории / А.И. Шурхаев // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 245-251.

References

1. Ainutdinov, A. S. (2010). Caricature as a type of manifestation of comic intention in modern Russian print media. Extended abstract of the candidate's thesis. Айнутдинов А. С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ. Ural State University after A. Gorkyi. Ekaterenburg [in Russian].

2. Anisimova, E. E. (2003). Linguistic of the text and intercultural communication. Moscow: Academia [in Russian].

3. Artemova, E. A. (2002). Caricature as a genre of political discourse. Thesis of the candidate. Volgograd Retrieved from: www.lib.ua-ru.net/diss/cont/326786.html [in Russian].

4. Vaishenberg, Z., Klainshtoinberg, G., Percsen, B. (2001). Journalism and media. Encyclopedia. Kyiv: Academia ukrainskoi presu, Centr vilnoi presu [in Ukrainian].

5. Vipper, B. Introduction to historical studying of art. Retrieved from: www.lib.ru/TEXTBOOKS/ART/vipper.txt [in Russian].

6. Galkin, S. I. (1989). The main elements of newspapers and magazine: from elements to system. Common and particulars in artist-technological projection of periodical publishing. Moscow [in Russian].

7. Zikun N. I. (2014). Illustrations as a type-formation feature of the Ukrainian satiric magazines of the beginning of XX century. Social communications: results of the researches: in 3 volumes. Volume 3: Social communications of the different spheres. Bezruchko O., Holod, O. M. (Eds.). (pp. 5-36). Kyiv: KNUKiM [in Ukrainian]. Zikun, N.I. (2015). Satirical genres of journalism: problems of typology. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo univdrsiteta. Filologia,1 (33), 181–191 [in Russian].

8. Rizun, V.V. (2006). Around problems of picture journalism: journalist scientists about scientific work of Boris Chernyakov. Taras Shevchenko Kyiv National University. Institute of journalism. Kyiv [in Ukrainian].

9. Kask, A. N. (2011). Genre structure, plots, aesthetics of a magazine cartoon in Russia in the XVIII – XIX centuries. Thesis of the candidate. Moscow [in Russian].

10. Los`, J.D. (2008). Journalism and tendencies of the world development: Lviv school of journalism. In 2 parts. Part 1. Lviv: PAIS [in Ukrainian].

11. Masimova, L.G. (2013). Visual representation of magazine's content. Naukovi zapusku Instytutu zchurnalistuku, 53, 287-290 [in Ukrainian].

12. Masimova, L.G. (2013). Visual representation of magazine's content. Naukovi zapusku Instytutu zchurnalistuku, 51, 43-45 [in Ukrainian]

13. Cherniakov, B. I. (1991). Newspaper's revolution illustrative journalism in Russia of 1917. Kyiv: B.i. [in Russian].

14. herniakov, B.I. (2000). Genres descriptive journalism: work program. Kyiv. nats. un-t im. T. Shevchenka [in Ukrainian].

15. Cherniakov, B.I. (1981). Typology of genres of descriptive journalism. Zhurnalistyka: Respublikanskyi mizhvidomchyi naukovyi zbirnyk, 11, 81-95 [in Ukrainian].

16. Cherniakov, B.I. (1996). Photo in descriptive journalism: genesis of technic and creative opportunities. Institute of system researches of education. Kyiv [in Russian].

17. Shevchenko, V.E. (2011). Peculiarities of imagine row of a magazine. Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky, 44, 109 – 114.

18. Shevchenko, V. E. (2013). Forms of visualization in a modern magazine. Kyiv: Vydavets PALYVODA A.V. [in Ukrainian].

19. Shurkhaev, A.Y. (2011). Comic fairy-tale as a mean of the adaptation of the audience possibilities. Vestnyk VHU. Seryia: Fylolohyia. Zhurnalystyka, № 2, 245 – 251.