**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ**

Кафедра видавничої справи та редагування

**Кваліфікаційна робота магістра**

на тему **«Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери»**

|  |
| --- |
| Виконала: студентка 2 курсу  групи 8.0610-мк-з  спеціальності 061 «Журналістика»  освітня програма «Медіакомунікації»  *Сарапій М. М.*  Керівник – доц., к. філол. н., доцент  *Тяпкіна Н. І.*  Рецензент – проф., д.н. соц.ком.  *Чернявська Л.В.* |

Запоріжжя – 2021

**ЗМІСТ**

Завдання………………………………………………………………………………3

Реферат………………………………………………………...………………..……5

Вступ……………………………………………………………………………........ 7

Розділ 1. Теоретично-методологічні основи вивчення блогосфери ……………11

1.1 Характеристика блогосфери в сучасному інформаційному просторі...........11

1.2 Особливості функціонування сатиричних та гумористичних текстів у медіапрактиках……………………………………………………………………...21

Розділ 2. Блогосфера як об’єкт сатирично-гумористичної діяльності…….........32

2.1 Виявлення персоналій популярних блогерів українського сегменту інтернету ……………………………………………………………………………32

2.2 Сатирично-гумористичні блоги на відеохостингу «YouTube»………….......36

2.3 Сатирично-гумористичні тексти в блогах газети «День»…..…...…………..45

Висновки………………………………………………………………………….....64

Список використаних джерел………….………………………………………….70

Summary….………………………………………………………………….............77

Декларація академічної доброчесності

здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ…………….…………………………….…78

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики

Кафедра видавничої справи та редагування

Рівень вищої освіти – магістр

Спеціальність – 061 «Журналістика»

Освітня програма «Медіакомунікації»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри Плеханова Т. М.

«\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Сарапій Мар’яні Миколаївні

1. Тема роботи – «Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери» («Satirical and humorous texts of the Ukrainian blogosphere»)

керівник роботи – Тяпкіна Наталія Іванівна, доц., к. філол. н

затверджені наказом ЗНУ від «27» квітня 2021 року № 648-с

2. Термін подання студентом роботи – 23.11.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці з блогосфери Я. Бардашевич, А. Білорицької, В. Волохонського, К. Гетьманського, О. Жигаліної, А. Коломієць, Л. Мальцевої, О. Матковської, О. Михайлова, Л. Стовбур; специфіки сатирично-гумористичних текстів А. Бойко, Н. Зикун, О. Кузнецова, В. Новикової, О. Редкозубової, В. Труб.

4.Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити: 1) синтезувати наукові судження щодо поняття блогосфери в сучасному комунікаційному просторі; 2) охарактеризувати специфіку сатирично-гумористичних текстів в журналістиці; 3) дослідити сатирично-гумористичні тексти у блогах відеохостингу «YouTube» та всеукраїнської газети «День»; 4) здійснити опитування респондентів щодо популярності сатиричних блогів та тематики.

5.Консультанти розділів роботи

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посада  консультанта | Дата, підписи | |
| завдання  видав | завдання  прийняв |
| Вступ | Тяпкіна Н.І., доцент | 20.06.2021 | 20.06.2021 |
| 1 Розділ | Тяпкіна Н. І., доцент | 10.08. 2021 | 10.08. 2021 |
| 2 Розділ | Тяпкіна Н. І., доцент | 20.10. 2021 | 20.10. 2021 |
| 3 Розділ | Тяпкіна Н. І., доцент | 10.11. 2021 | 10.11. 2021 |
| Висновки | Тяпкіна Н.І.., доцент | 15.11. 2021 | 15.11. 2021 |

6. Дата видачі завдання 6 червня 2021р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1 | Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт і предмет дослідження. | 07.06.2021 | виконано |
| 2 | Написати попередній варіант вступу і змісту. | 20.06.2021 | виконано |
| 3 | Підібрати наукову літературу, визначити  емпіричні джерела. | 12.07.2021 | виконано |
| 4 | Опрацювати літературу, написати теоретичну частину. | 15.09.2021 | виконано |
| 5 | Провести наукове дослідження і проаналізувати власний творчий доробок. | 01.11.2021 | виконано |
| 6 | Написати практичну частину | 15.11.2021 | виконано |
| 7 | Пройти попередній захист на кафедрі | 02.11.2021 | виконано |
| 8 | Виправити недоліки, сформулювати висновки, оформити додатки. | 15.11.2021 | виконано |
| 9 | Здати роботу на нормоконтроль, пройти  рецензування. | 23.11.2021 | виконано |

Студентка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ М. М. Сарапій

Керівник роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н. І. Тяпкіна

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Г. В. Микитів

**РЕФЕРАТ**

Магістерська робота «Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери» основний текст –78 сторінок. Для виконання магістерської роботи опрацьовано 71 джерело.

**Об’єкт дослідження** сатирично-гумористичні тексти в блогах «Чоткого паци», «Альоши Дурнєва», «BAMPER TV», Майкла Щура «Телебачення Торонто» на відеохостингу «YouTube» та Дмитра Десятирика й Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День».

**Предмет дослідження** – жанрова специфіка, структурно-функціональна особливість та художні засоби сатирично-гумористичних текстів в блогах «Чоткого паци», «Альоши Дурнєва», «BAMPER TV», Майкла Щура «Телебачення Торонто» на відеохостингу «YouTube» та Дмитра Десятирика й Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День» (станом на 2020-2021 роки).

**Метою дослідження** є простеження специфіки структури, контенту та жанрової своєрідності українських блогів, визначення поняття сатири й гумору в сучасному комунікаційному просторі, аналіз сатирично-гумористичних текстів в українській блогосфері.

Досягнення мети зумовлює необхідність виконання наступних **завдань:**

1. Синтезувати наукові судження щодо поняття блогосфери в сучасному комунікаційному просторі.
2. Охарактеризувати специфіку сатирично-гумористичних текстів в журналістиці.
3. Дослідити сатирично-гумористичні тексти у блогах відеохостингу «YouTube» та всеукраїнської газети «День».
4. Здійснити опитування респондентів щодо популярності сатиричних блогів та тематики.

**Методологічну і теоретичну основу дослідження** складають праці з праці з блогосфери Я. Бардашевич, А. Білорицької, В. Волохонського, К. Гетьманського, О. Жигаліної, А. Коломієць, Л. Мальцевої, О. Матковської, О. Михайлова, Л. Стовбур; специфіки сатирично-гумористичних текстів А. Бойко, Н. Зикун, О. Кузнецова, В. Новикової, О. Редкозубової, В. Труб.

У процесі дослідження застосовувалася такі **методи:**аналізу та синтезу, пошуковий і порівняльний. Також використані методи узагальнення та типологізації як в теоретичній, так і в практичній частинах роботи, а також були використані елементи контент-аналізу та опитування під час опрацювання емпіричних джерел дослідження.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому що:

вперше:

- здійснена характеристика сатиричних блогів в українському інформаційному просторі;

- проведений контент-аналіз та здійснене опитування щодо сатирично-гумористичних текстів в блогах відеохостингу «YouTube» та всеукраїнської газети «День»;

- розширено: знання про українську блогосферу;

- конкретизовано: основні поняття сатири й гумору в українській медіасфері.

**Сфера застосування*:***матеріали дослідження можуть бути використані при подальшому вивченні сатиричних й гумористичних текстів у журналістиці, а також при проведені практичних занять, лекцій, спецкурсів і спецсемінарів.

**Ключові слова**: **БЛОГОСФЕРА, БЛОГЕР,САТИРИЧНІ Й ГУМОРИСТИЧНІ ТЕКСТИ, ПАМФЛЕТ, ФЕЙЛЕТОН, САТИРИЧНА ЗАМІТКА, ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ, ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦЇ, САТИРИЧНА ЖУРНАЛІСТИКА.**

**ВСТУП**

**Актуальність теми дослідження.**Блогосфера у системі мас-медіа є специфічною ланкою забезпечення комунікації та формування світогляду суспільства, оскільки залучають реципієнтів до ознайомлення з актуальною та пізнавальною інформацією. Сатиричні й гумористичні тексти є важливим каналом передачі інформації від автора до аудиторії та одночасно засобом комунікації між самими реципієнтами.

Блогери здатні залучити аудиторію до комунікації, а отже здійснювати інформаційний, психологічний та емоційний вплив за допомогою текстів. У зв’язку з цим необхідно розуміти виняткову важливість блогосфери для споживачів контенту, зокрема й сатирично-гумористичного. Визначати ефективні структурно-композиційні особливості та функції матеріалів, які з’являються в блогах.

Автори сатирично-гумористичної блогосфери мають створювати унікальний контент та візуальний супровід для ефективного сприйняття матеріалів, застосовувати специфічні художні та мовленнєві конструкції, що сформують суспільну думку про публічну особу, явище або подію. Відповідно з’являється необхідність в синтезі теоретичних знань щодо засобів сатири та гумору в журналістських матеріалах, їх функціонуванні в українській блогосфері, аналізу змістово-тематичної специфіки сатирично-гумористичних текстів. Також виникає потреба в дослідженні структурно-композиційного, лексичного та візуального подання матеріалів в блогах всеукраїнських виданнях та відеохостингах.

Специфіка блогосфери окреслена в працях Я. Бардашевич, А. Білорицької, В. Волохонського, Л. Стовбур. Найґрунтовніші судження щодо композиційних та змістовно-тематичних особливостей сатирично-гумористичних текстів містяться в працях А. Бойко, Н. Зикун, В. Новикової. Проте недостатньо вивченими залишаються сатирично-гумористичні тексти в українській блогосфері.

Зважаючи на такі аспекти, актуальною є тема нашого магістерського дослідження, що полягає у з’ясуванні специфіки та функціонуванні сатиричних та гумористичних матеріалів в українських блогах.

**Мета дослідження** – простеження специфіки структури, контенту та жанрової своєрідності українських блогів, визначення поняття сатири й гумору в сучасному комунікаційному просторі, схарактеризувати сатирично-гумористичні тексти української блогосфери.

Досягнення мети зумовлює необхідність виконання наступних **завдань**:

1. синтезувати наукові судження щодо поняття блогосфери в сучасному комунікаційному просторі,
2. схарактеризувати специфіку сатирично-гумористичних текстів у медіа,
3. дослідити сатирично-гумористичні тексти у блогах відеохостингу «YouTube» та всеукраїнської газети «День»,
4. здійснити опитування респондентів щодо популярності сатиричних блогів та тематики.

**Об’єкт дослідження** *–* сатирично-гумористичні тексти в блогах «Чоткого паци», «Альоши Дурнєва», «BAMPER TV», Майкла Щура «Телебачення Торонто» на відеохостингу «YouTube» та Дмитра Десятирика й Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День».

**Предмет дослідження** *–* жанрова специфіка, структурно-функціональна особливість та художні засоби сатирично-гумористичних текстів в блогах «Чоткого паци», «Альоши Дурнєва», «BAMPER TV», Майкла Щура «Телебачення Торонто» на відеохостингу «YouTube» та Дмитра Десятирика й Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День» (станом на 2020 – 2021 роки).

**Методологічну та теоретичну основу**складають праці з блогосфери Я. Бардашевич, А. Білорицької, В. Волохонського, К. Гетьманського, О. Жигаліної, А. Коломієць, Л. Мальцевої, О. Матковської, О. Михайлова, Л. Стовбур; специфіки сатирично-гумористичних текстів А. Бойко, Н. Зикун, О. Кузнецова, В. Новикової, О. Редкозубової, В. Труб.

У процесі дослідження застосовувалася такі **методи дослідження***:* аналізу та синтезу, пошуковий і порівняльний. Також використані методи узагальнення та типологізації як в теоретичній, так і в практичній частинах роботи, а також були використані елементи контент-аналізу та опитування під час опрацювання емпіричних джерел дослідження.

**Наукова новизна** роботи полягає у тому що:

вперше:

- здійснена характеристика сатиричних блогів в українському інформаційному просторі;

- проведений контент-аналіз та здійснене опитування щодо сатирично-гумористичних текстів в блогах відеохостингу «YouTube» та всеукраїнської газети «День»;

розширено: знання про українську блогосферу;

конкретизовано: основні поняття сатири й гумору в українських медіа.

**Практичне і теоретичне значення магістерського дослідження***.* Матеріали дослідження можуть бути використані при подальшому вивченні сатиричних й гумористичних текстів у медіа, а також при проведені практичних занять, лекцій, спецкурсів і спецсемінарів.

**Апробація результатів дослідження***.* Апробація результатів дослідження. Основні розділи роботи оприлюднено на ХІV університетській науково-практичній конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2021», що проходила 19–24 квітня 2021 року (Сарапій М. Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери. Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2021» : у 5 т. Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. Т.3. С. 181–184) та у фаховому збірнику наукових праць «Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації», грудень, 2021 (Тяпкіна Н. І., Сарапій М. М. Сатирично-гумористичні тексти української блогосфери як інструменти відтворення дійсності. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. Запоріжжя, 2021. № 4 (48). С. 234–140).

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, що складає 71 позицію.

**РОЗДІЛ 1**

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ**

**ВИВЧЕННЯ БЛОГОСФЕРИ**

* 1. **Характеристика блогосфери в сучасному інформаційному просторі**

Сучасний розвиток інформаційного простору висуває нові форми та підходи організації аудиторії. Онлайнова репрезентація дійсності потребує індивідуальних стилів, оригінальних текстів та влучних висловів. Такі риси найхарактерніше можна спостерігати в блогах.

Визначення поняття «блог» міститься в сучасних словниках та глосаріях. Блог(англ. blog, від web log «мережевий журнал чи щоденник подій») – це веб-сайт, головний зміст якого – записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасової значущості. Людей, які ведуть блог, називають блогерами. Сукупність всіх блогів в інтернеті прийнято називати блогосферою [17, с. 3]. Зокрема, американський науковець Джей Ройзен взагалі замінює термін «блогосфера» поняттям «громадянська журналістика» і вважає, що суб'єктами громадянської журналістики є ті люди, які спершу вважалися аудиторією традиційних ЗМІ.

Синтезуючи наведені визначення, вважаємо, що блоги – це структурний елемент сайту або каналу, який містить тексти інформаційного, аналітичного та художньо-публіцистичного спрямування, характеризується проявом індивідуального стилю автора та специфічним лексичним наповненням.

Віртуальний інформаційний простір містить доступну, ексклюзивну та актуальну інформацію, яка сприймається масовою аудиторією. Щодня в всесвітній павутині оприлюднюються тисячі текстів, які структуруються в різні рубрики. Найбільш важливі виводяться в топові, набирають рейтинги та затримуються в увазі реципієнтів. Одночасно зростає конкуренція й серед блогерів, адже їх тексти повинні бути оригінальними та презентувати індивідуальний стиль.

Перевагою блогів є зворотній зв'язок та жваве обговорення злободенних питань в інтернет-просторі, який на сьогодні обирає найбільша кількість для повсякденного спілкування. Переважна більшість блогерів обирають гумористичні псевдоніми для авторства текстів та підкріплюють це відповідним зображенням.

Блоги створюються для організації спілкування, виявлення персональної та масової думки, створення медійного контенту та опосередкованої образності.

З появою мережі інтернет блогосфера пройшла періоди зародження, стала трендовим явищем та здобула масову популярність. На сьогодні блоги сприймаються як невід’ємна складова комунікаційного процесу, які дозволяють вільно висловлювати думки, позиції та ідеї. Інтернет-щоденник, текстові, аудіо- або відео-блоги об’єднують соціальні групи, розбудовують інформаційний простір. В їх структурі прослідковується інформаційні, аналітичні та публіцистичні ознаки тексту. Це впливає на формування комунікаційного простору та журналістики в цілому.

К. Гетманський стверджує, що інформаційний блогінг, який стає все популярнішим серед читачів, – це сучасне продовження традицій персонального журналізму, котрий процвітав в європейських країнах на рубежі XVИ-XVШ ст. в епоху Просвітництва. Видання французів П'єра Бейля, Жана Леклерка, Жан Донно де Візі, англійців Д. Дефо, Дж. Свіфта, Д. Аддісона, Р. Стіла та ін. зробили значний внесок у розвиток блогінгової журналістики. Вони одночасно виступали в ролі видавців, журналістів, коментаторів і редакторів. Так само сьогодні вчиняють творці сучасних блогів, які можуть моментально розмістити нову інформацію на своїй сторінці. Однак сучасні блоги не потрапляють під цензурування, на відміну від видань епохи Просвітництва. В цей період відбувалась заборона на опублікування памфлетів та інших сатиричних творів [16].

А. Коломієць подає коротку історичну довідку про зародження блогосфери. Зокрема, зазначає, що першим блогом вважається сторінка винахідника Всесвітньої павутини Тіма Бернерса-Лі, де він, починаючи з 1992 року публікував новини про розвиток всесвітньої павутини і створения нових сайтів. Ще одна передумова до створення терміну «блог» з’явилася в 1997 році, завдяки американському програмісту – Йорну Баргеру. Публікуючи свої щоденні повідомлення під ім’ям «RobotWisdom», Баргер хотів отримати аудиторію, яка зможе побачити зв’язки між його інтересами. Будучи творчою людиною, він не захотів називати це поняттям «веб-публікації», і дав цьому процесу ім’я «Weblog». Через два роки, на сайті Peterme.com з’явився жартівливий варіант використання цього терміну. Петер Мерхольц ввів написання «weblog».

У серпні 1999 р. комп’ютерна компанія PyraLabs з Сан-Франциско відкрила сайт Blogger.com, який став першою безкоштовною блоговою службою [33, с. 41].

Розвиток української блогосфери розпочався в 2005–2006 рр. До того часу існували нечисленні блоги, які існували як спосіб спілкування близького кола іноземних друзів та знайомих.

В. Волохонський виокремлює такі цілі, які може переслідувати читач блогів: отримання інформації, читання-розвага, відстеження реакції публіки на ті чи інші дії, читання заради соціалізації, відчуття причетності до життя відомих людей. Також дослідник виділяє такі основні функції блогів:

– комунікативна (спілкування зі знайомими, розширення своєї аудиторії);

– самопрезентації (використання блогу як форми викладу інформації про себе: фотографії, проза, вірші);

– розваги (читання блогів і дискусії в коментарях в якості розважального проведення часу);

– згуртування і утримання соціальних зв’язків (блоги, виконуючи функції соціальних мереж, дозволяють підтримувати соціальні зв’язки і краще дізнаватися про своїх знайомих);

– мемуарів (блог також несе функцію мемуарів, місця дляяких-небудь записів, які можуть стати в нагоді в майбутньому, спосіб не забути деталі тих чи інших подій свого життя);

– саморозвитку та рефлексії (блог дає можливість учасникам створити образ іншого Я, можливого такого, до якого прагне автор);

– психотерапевтична (виплеснути емоції, викласти наболіле, для заспокоєння нервів) [14].

Мультимедійні технології дозволяють спрощено створювати власні блоги. Зокрема, це можна здійснити в структурі інтернет-видань («New York Times», «Українська правда», «Кореспондент», «День»), в соціальних мережах (Instagram, Facebook), відеоблоги можна вести в YouTube, а також на спеціальних блог-платформах, тобто спеціальних сервісах для ведення блогів. Також, популярність серед користувачів мають такі платформи, як Twitter і LiveJournal.

Обираючи різновиди блогу, автори спираються на специфіку тексту та візуальної складової. В разі необхідності презентації індивідуального оформлення блогу, трансформуючого інтерфейсу, додаткових налаштувань автори обирають ведення блогу на особистому сайті. Якщо блогеру важлива розкрутка, оперативність розміщення, зворотній зв’язок, управління своїми публікаціями, то в такому випадку він обирає блог-платформи [33].

О. Чекмишев класифікує блоги за такими критеріями: за автором, наявністю мультимедіа та особливостями змісту.

За автором блоги поділяються на:

– особистий (ведеться однією особою, його власником);

– «примарний» (ведеться невизначеною персоною);

– колективний (ведеться групою осіб за правилами, які визначає власник);

– корпоративний (ведеться всіма співробітниками однієї організації).

За наявністю мультимедіа:

– текстовий (основний зміст – тексти);

– фотоблог (основний зміст – фотографії);

– музичний (основний зміст – музичні файли);

– подкаст і блогкастинг (основний зміст надиктовується та викладається у вигляді MP3-файлів;

– відеоблог (основний зміст – відеофайли).

За особливостями змісту:

– мікроблог (основний зміст – це короткі щоденні новини з власного життя користувачів);

– контентний (публікує первісний авторський текст);

– моніторинговий (основний зміст – це відкоментовані посилання на інші сайти чи блоги);

– цитатний (основний зміст – цитати з інших блогів);

– сплог (спам-блог) [54, с. 10].

В інтернет-енциклопедії «Вікіпедія» зазначається, що блоги за авторством поділяються на: особисті (персональні) – ведуться однією людиною, колективні, або соціальні, – ведуться групою людей, корпоративні – ведуться співробітниками однієї компанії, «примарні» – ведуться від імені чужої особи невідомої людиною.

За видом мультимедіаблоги бувають текстові, фотоблоги, музичні, відеоблоги, підкасти і блогкасти.

За жанровими характеристиками виокремлюють контентний блог – публікація первинного авторського контенту, мікроблог – короткі щоденні новини з життя автора, моніторинговий блог – коментування інших блогів чи сайтів, цитатний блог – публікація цитат з інших блогів, сплог – спам-блог, флоги – оплачені рекламні записи, які публікуються як особисте враження.

За технічною основою розрізняють Stand-alone блог (блог на окремій платформі), блог на блог-платформі та моблог (мобільний блог, який наповнюється з мобільних).

За тематикою розрізняють тематичні блоги та блоги загальної тематики. У перших репрезентовані конкретні теми: спорт, кулінарія, мода, індустрія краси і т.д., у блогах загальної тематики можна знайти багато політематичної інформації [10].

За період функціонування блогів накопичилися та сформувалися їх специфічні культурні ознаки. Анонімність користувачів та можливість вільного спілкування на будь-які теми характеризують цей простір. Демократизм блогосфери має позитивну сторону (оперативність, різноманіття думок і щирість дописувачів), але також і негативну сторону (імпульсивність, поверховість). Водночас зростає інформаційна роль блогів як своєрідної альтернативи офіційним ЗМІ. Своєю масовою присутністю на інформаційному полю блогери змінюють не лише його структуру, але й журналістику, змушуючи працівників медіа працювати оперативніше [33].

Серед специфічних ознак блогів виділяються мовні засоби, які трансформуються з розмовного та книжного стилів [36].

С. Чемеркін вважає, що запис у блозі є підготовленим, продуманим, обмеження матеріалу дозволяє пояснити детальну картину відбору і організації мовних засобів. Використання таких компонентів комунікативної ситуації, як неофіційність і особистісно зорієнтований характер спілкування та письмове мовлення створюють сприятливі умови для їх поєднання в рамках тексту. У блозі як засобу комунікації спілкування здійснюється за допомогою писемних текстів. «Усна розмовна мова має тут тільки писемну фіксацію, тобто усність, як одна з характерних ознак розмовного стилю в Інтернеті, «переплавляється» в писемну форму» [55, с. 23].

Необхідно звернути увагу специфіку лексичної організації текстів блогосфери, оскільки до них активно входить розмовна лексика, неологізми та діалектизми. Це дозволяє авторам привертати увагу аудиторії, бути помітними серед інших блогерів завдяки майстерності використання різних лексичних одиниць. С. Бабик також наголошує на тому, що залежно від того, яким рівнем мовно-літературного стандарту оволодів мовець, його розмовно-побутова мовна практика матиме відповідне співвідношення ненормативних/нормативних елементів, засобів вираження думки та емоцій, передавання ситуативної експресії [2, с. 59].

Л. Стовбур стверджує, що це може бути проявом усної літературної мови чи репрезентантом мови з периферійними перехідними елементами, з тяжінням до конотованої народнорозмовної мови з говірковими, діалектними, інтердіалектними, просторічними фонетичними, лексичними, граматичними елементами, особливостями наголошування, вимови, ритмомелодики, а можливо, із соціально-жаргонними нашаруваннями. Блогери сьогодні прагнуть не уникати таких елементів, а, навпаки, ніби навмисне посилюють їх використання [44, с. 282].

Тексти в блогах від матеріалів у традиційних мас-медіа відрізняються тим, що не піддаються професійні редактурі. Це пов’язано з швидкою передачею інформаційних повідомлень, що є негативною ознакою, адже в блоги рясніють мовленнєвими та стилістичними помилками. У блогосферу проникають сучасні технічні терміни та поняття, які з одного боку сприяють поширенню словникового запасу реципієнтів, а в разі їх скорочення – навпаки ускладнюють процес сприймання.

Блогосфера стрімко розвивається в мережі інтернет та стає конкурентною платформою для традиційних друкованих засобів масової інформації. Завдяки наявності художньо-публіцистичних ознак та жанрів межує з літературними текстами. Цим блогосфера привертає увагу читачів, особливо молодіжної. Відеоблоги на Youtube складають конкуренцію телебаченню, оскільки так само подають спрощено, візуально привабливо та емоційно інформацію.

Одночасно постає питання про співвіднесення блогів, які ведуть не журналісти, до журналістики. Адже, автори можуть подавати актуальні та цікаві тексти, фотографії та відео, але не бути професійно досконалими. Також необхідно звертати увагу на достовірність інформації, наявність посилань на інформаційні ресурси та дотримання авторських прав.

На цьому також наголошує американський теле- радіоведучий та політичний коментатор телеканалу NBC Х'ю Хьюіт, котрого називають «першим істориком-дослідником блогалізації». В своїх наукових розвідках він стверджує, блоги кардинально змінюють суть традиційної журналістики, котра, в першу чергу, опирається на факт. «Цікавий факт дозволяє створити новину для аудиторії. Блог, на відміну від принципів дії телебачення, газет, або радіо робить ставку не на факт, а на персональну думку про нього [63].

О. Філатова під поняттям «блог» називає онлайн-журнал, Інтернет-щоденник, веб-сайт (або обліковий запис користувача, створений на базі певного ресурсу – наприклад, соціальної мережі), розміщений, як правило, у публічному доступі. Основним змістом типового блогу є записи автора, котрі регулярно публікуються, розташовуються у хронологічному порядку, містять в собі текст і/або візуалізацію у вигляді фотографій, чи мультимедійних файлів.

Користувач може вести власний блог у різних форматах, використовуючи широкий спектр платформ, котрі надають таку можливість. Характерною особливістю блогу є наявність зворотного зв'язку читача (фолловера) із автором за допомогою коментарів (відгуків) у простій Web-формі. Ця можливість перетворює блог на середовище мережевого спілкування у режимі онлайн.

Дослідниця зауважує, що швидкість розповсюдження інформації у вигляді блогу значно вища, аніж у будь-якому іншому існуючому засобу інтернет-комунікації. Ширшими є інтерактивні можливості, котрі блог надає користувачу, аніж у таких мережевих каналів, як електронна пошта, форуми, чати та інші ресурси [48].

Блог є не тільки середовищем обміну інформацією, а й зоною для спілкування та обміну думками. Д. Хортон описує блоги «як можливість для звичайної людини висловити свою думку, як погляд на світ, якого годі й шукати в традиційній журналістиці, як спосіб обговорити що-небудь із собі подібними» [64].

Згідно з законом України «Про інформацію» «кожен громадянин має право на інформацію, що передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів» [22]. Отже, законодавча база в Україні дозволяє здійснювати інформаційну діяльність кожному громадянину, використовуючи професійні журналістські методи, презентувати її для масової аудиторії. Блоги, завдяки оновлюваності та наявності візуального або аудіо рядів сприймаються як окремі мас-медіа. Автори текстів іноді використовують спеціальні технічні прилади для екстремальних зйомок, гумористичних подій або епізодів, чим набирають значної популярності серед підписників.

Незаангажованість, відсутність редакторської політики та вільний виклад думок характеризують блогосферу як незалежний інформаційний простір. Така особливість залучає більшу аудиторію до зворотного зв’язку, активного викладу думок та поглядів.

Блоги, як ведуть професіонали в певних галузях та журналісти, можна вважати засобом масової інформації, окрім мережевих текстових щоденників, відеомейкерів.

Відеоблоги на каналі «Youtube» зазвичай містять короткі записи подій, історій або явищ. Процес створення текстів кропіткий, адже необхідно зняти деталі за короткий проміжок часу, тому образно-символьна структура є провідною для відеоблогів, а мас-медіа прагнуть подати загальну картину події. Блогери також концентрують увагу на одній тематиці, а контент ЗМІ формується завдяки різній інформації.

Істотною відмінністю блогів є диджиталізація та мультимедійність. Зокрема, це стосується зворотного зв’язку та інтерактиву, які автори застосовують для підписників. Коментарі та оновлення миттєво оприлюднюються для початку комунікативних процесів. Форма подачі матеріалів в блогах на відміну від ЗМІ.

Блогосфера характеризується поліфункціональністю. Матеріали виконують такі ж функції, що і авторська репрезентація, зокрема, це: комунікативна, експресивна, розважальна, соціалізаційна, акумулятивна, рефлективна, психотерапевтична, рекламна, просвітницька / інформативна.

Вважаємо, що в інтернет-просторі блогам в першу чергу характерна комунікативна функція. Оскільки, це дозволяє авторові презентувати матеріали масовій аудиторії. Зокрема, один матеріал в YouTube із якісним візуальним рядом чи привабливим заголовком за невеликий проміжок часу може переглянути тисячі респондентів та надіслати зворотну реакцію. Також це надає перевагу у вільному перегляді. Реципієнт самостійно обирає найцікавіше та в зручний час переглядає його. Комунікативна функція дозволяє блогеру здійснювати багатовекторну комунікацію зі своїми підписниками.

Можна виділити два напрямки комунікативної мотивації у використанні блогів – спілкування зі знайомими та розширення кола спілкування. У той час, як одні люди започатковують ведення блога для зручності комунікації зі знайомими, інші роблять це, щоб познайомитися з новими людьми для розширення своєї аудиторії [19, с. 38].

Наступна функція – функція самопрезентації (самопозиціонування). Ця функція більш характерна для блогів творчих людей, які популяризують свої витвори: вірші, фотографії, малюнки, пісні і т.д.. Наголошуємо на тому, що будь-який блог несе інформацію про особу автора, і в такий спосіб відбувається його самовираження.

Оскільки блогосфера насичена розважальним контентом, то вона виконує розважальну функцію. Більшість реципієнтів та авторів намагаються створити та обрати розважальний контент, який буде максимально популяризувати та підвищувати рейтинги блогу.

Блоги здатні згруповувати реципієнтів за відповідними соціальними зв’язками, тому й виконують функцію соціалізації. Відеохостинги або соціальні мережі в яких розміщують блоги, об’єднують десятки тисяч користувачів з різних країн, які об’єднуються думками та ідеями. Блоги долають бар’єри (спілкування між людьми відбувається незалежно від їхнього місця розташування) і допомагають дізнатися один про одного більше та з перших уст.

Блоги є оптимальною платформою для введення записів, фіксації важливої інформації чи життєвих подій, тому виконують акумулятивну функцію. Наприклад, соціальна мережа «Instagram» архівує всі сторіс і нагадує про них – користувач може згадати, що робив і де був у період, який його цікавить.

Функція саморозвитку або рефлексії полягає в тому, що блог дає можливість користувачеві створити «ідеальний» образ автора. Популярність блогів змушує авторів дбати про грамотне викладання своїх думок, що допомагає краще зрозуміти себе і події навколо, а також покращувати свої ораторські здібності.

Просвітницьку чи інформативну функцію найяскравіше репрезентують блогери-викладачі, журналісти, коучі та психологи. Контент їхніх блогів містить певний відсоток навчальної інформації, поданої в розважальній формі для зацікавлення підписників. Найбільш популярними є блогери-викладачі іноземних мов, а також блогери – відомі бізнесмени.

Отже, блоги виконують поліфункціональну роль для суспільства. Деякі репрезентують декілька функцій, все залежить від мети, авторської стратегії та концепції, прагненні залучити аудиторію до ознайомлення з матеріалами.

* 1. **Особливості функціонування сатиричних та гумористичних текстів у медіапрактиках**

Сатиричні тексти в медіа належать до художньо-публіцистичної групи, які характеризуються суб’єктивним представленням дійсності, детальним описом та фактологічною достовірністю. В журналістських сатирично-гумористичних текстах автори презентують: публічних осіб, суспільно-політичні події, природні явища, соціальні процеси, нетипові ситуації.

Для їх репрезентації використовують методи наочно-обрaзного узагальнення за допомогою прийомів асоціації, творчої фантазії, метафоризації, метонімії, одухотворення, оксюморона (внутрішнього протиставлення), літоти (зменшення), гіперболізації (перебільшення), генералізації (підміни приватного виведення загальним), індивідуалізації (підміни загального висновку приватним) тощо[46].

Широко використовуються в сатиричних творах гіпербола, гротеск і інші форми образного перебільшення, граничної загостреності, що дозволяє розкрити суть тих або інакших потворних, соціально неприйнятних рис або явищ дійсності (таких, як хабарництво або бюрократизм). Весь ланцюг прийомів виявлення комічного характеризується наростанням негативного відношення до матеріалу [40, с.70].

«Літературознавчий словник-довідник» визначає сатиру як особливий спосіб відображення дійсності, що полягає в гострому осудливому осміянні негативного [35, с. 6]. Гумор же автори цього видання розглядають як різновид комічного, відображення смішного в життєвих явищах і людських характерах.

Гумор не заперечує об’єкта висміювання і цим відрізняється від сатири, для якої характерне цілковите несприйняття й різке осміяння зображуваного явища [35, с. 176].

Сатиричні тексти найчастіше відображують певну історичну епоху, коли активізація уваги навколо політичної ситуації та лідерів загострюється, що породжує появу нових жанрових форм та їх візуального наповнення. Наприклад, поява фотожаб, мемів, колажів та інших графічних форм.

До традиційних сатирично-гумористичних жанрів належать малі й найбільш оперативні твори: сатиричне оповідання, вірш, байка, епіграма, фейлетон, пародія. Всі характеризуються лаконічним відображенням дійсності, жвавим викладом думок та специфічними художніми засобами.

О. Кузнецова зазначає, що жанрову палітру гумору і сатири можна за формою вираження класифікувати на текстову і зображальну. Останню за технікою втілення задуму вона пропонує ділити на графічні, мальовані, фотографічні і комп’ютерні види, проте, на відміну від текстових (прозаїчних і віршованих) жанрів, окремо їх не характеризує [34, с. 67].

О. Тертичний в групі художньо-публіцистичних жанрів виділяє: фейлетон, памфлет, пародію, сатиричний коментар, анекдот та жарт. Їх характерними ознаками є суб’єктивна репрезентація думок, життєва достовірність та художня своєрідність [46].

Залежно від градації негативної оцінки відображуваного в тому чи іншому сатиричному жанрі можна, відштовхуючись від жанрових моделей сміхових текстів Г. Лазутіної, С. Распопової, вибудувати таку послідовність предметів відображення, або абсурдів, що вимагають викриття й викорінення: безглузді ситуації, які склалися випадково чи створені навмисно, які не мають негативних суспільних наслідків (жарт, байка, розіграш, тобто гумористика); абсурдні ситуації, що виникають через не вирішену вчасно соціальну або іншу проблему (сатирична замітка); невідповідності в поведінці людини, що можуть мати негативні наслідки для суспільства (фейлетон); масштабні ситуації суспільного життя, що становлять серйозну небезпеку через свою абсурдність (памфлет) [цит. за 25].

В. Ворошилов визнає необхідність виокремлення в їхньому складі двох груп: до першої відносить жанри, що представляють позитивні явища (нарис, замальовка), до другої – сатиричні жанри (фейлетон і памфлет) [15].

Гумористичним жанром є фейлетон, який презентує суспільне зло, моральну потворність та протиріччя життя. Автори, критикуючи та викриваючи, не гостро іронізують, а висміюють. Протилежним за тональністю є жанр памфлету, який насичений емоціями автора, епітетами та передбачає засудження за допомогою насмішки.

Дослідник О. Тертичний, стверджує, що в сучасних умовах помітної тенденції відродження моральних орієнтирів у житті суспільства, позиції фейлетoну змiцнюватимуться. Науковець наголошує, що фейлетон втратив свої провідні рейтинги в друкованих засобах масової інформації, оскільки навіть у тих, хто гідно представляє нинішній фейлетон, нерідко можна виявити прикрі промахи [46]. Схожу думку висловлює дослідник сучасної телевізійної журналістики В. Цвік, який вважає, що фейлетон пишуть фахівці найвищого рівня, які спеціалізуються на створенні текстів одного конкретного жанру [53, с. 37]. С. Шебеліст вважає, що такі жанри, як фейлетон, нарис, памфлет, поступово, але не остаточно занепадають через їхню «неорганічність і невідповідність реаліям життя» [56, с. 8].

Погоджуємось з дослідником А. Капелюшним, який стверджував, що сатиричні жанри безпідставно зараховують до художньо-публіцистичних. Він розглядає сатиричні жанри публіцистики як окрему групу, що об’єднує і художньо-публіцистичні (хоча із переліком жанрів, запропонованих дослідником ми не можемо погодитися: фейлетон, памфлет, сатирична замітка, репліка), і суто художні жанрові конструкти (байка, пародія, сатиричне оповідання та інші), вважаючи, що деякі із художніх жанрів на газетно-журнальних сторінках набувають яскравого публіцистичного забарвлення, тобто перетворюються на художньо-публіцистичні, зокрема гумореска, епіграма [28, с. 99]. Дослідник пропонує розмежовувати такі поняття, як «сатиричні жанри», «жанри сатиричної публіцистики», «жанри сатиричної журналістики», «сатиричні художньо-публіцистичні жанри», не обґрунтовуючи відмінностей між цими номінаціями.

Метод гіперболізації якостей, вад, недоліків характерний для жанру пародії. Метою його розкритикувати суб’єкт або об’єкт аби насмішити реципієнта. Сатиричний коментар створюється найчастіше після висловів політиків, чиновників або публічних осіб. Будується з висміюванням ляпів, нелогічністю думок, абсурдністю пропозицій, тобто супроводжує подію або явище.

З художньої літератури трансформовані в журналістику: епіграма – поетичний сатиричний твір; анекдот – невеликий за обсягом сатиричний твір повчального характеру, що містить злободенну гостру критику та жарт, який містить вигаданий факт, використовується для розіграшу реципієнтів.

Сатирично-гумористичні тексти в блогах представлені в різних жанрах, проте найпопулярнішим є сатиричний коментар. Оскільки він стислий, оперативний, не потребує розлогої структури. Сатиричний коментар не передбачає типового зображення конкретної події, створюється як реакція на конкретну подію або суб’єкта кумедної ситуації.

Систематизувавши наукові судження щодо поняття «сатири», вважаємо, що в сучасному інформаційному просторі функціонує переважно сатиричний дискурс та наявні ознаки комічного дискурсу. Він визначається низкою художніх та зображальних засобів для створення комічного ефекту, що відрізняється від гумористичного розважальною розважальною функцією та позитивним змалюванням суб’єктів та концентрується на соціальній природі.

Основною комунікативною метою сатиричного дискурсу науковці вважають викриття, інколи досить різке, певних вад і недоліків, висміювання якогось об’єкта. На рівні глибинних інтенцій сатиричний дискурс має агресивну природу і намагається знизити статус об’єкта висміювання. Попри орієнтованість сатиричного дискурсу на критику, а в деяких випадках і тяжіння до сарказму тотального знищення опонента, не виключається й утвердження в сатиричному дискурсі позитивних ідеалів [50].

В сучасному інформаційному просторі майже зовсім відсутній сатирично-гумористичний жанр – епіграма. Оскільки це невеликий за обсягом сатиричний вірш, він дозволяє проявити авторську риму та сміливість вислову. Його поетична форма легко та доступно сприймається реципієнтами. Ліричний герой зазвичай зображений в епіграмі в незвичайних обставинах, які породжують сміх, а іноді і сарказм.

Їх мова гостра і логічна. на відміну від поезії в їх основі завжди лежить конкретний факт дійсності. Твори газетної сатири та гумору становлять велику групу жанрів художньої публіцистики, фіксуючи парадокси людського життя, відтворюючи їх у комічних, смішних формах, певним чином впливаючи на формування особистісної культури і ментальності українців. Сатирична публіцистика особливо гостро і чутливо реагувала на соціальні та політичні зміни в житті суспільства. Нині у сатиричному дискурсі домінують такі жанри, як фотоколажі та їх сучасний різновид фотожанру, карикатури та інші зображальні жанрові групи. все це сприяє розвитку сучасної сатиричної публіцистики.

Сатира – це не тільки твори викривального характеру, а й спосіб відображення дійсності. Специфіка сатири полягає в тому, що, на відміну від інших жанрів, вона утверджує позитивні ідеали через викриття недоліків. Мова сатирично-гумористичних текстів завжди дуже насичена фігурами мови і тропами, фразеологізмами, іноді навіть грубими просторічними словами, але це і робить матеріали цікавими і своєрідними [11].

Форма художнього відображення дійсності диктується особливими принципами сатиричної типізації і специфікою сатиричного образу, що полягає у свідомому «спотворенні» (за рахунок перебільшення, гіперболізації, гротеску, літоти) з метою демонстрації прихованого комічного аспекту й непривабливості предмета зображення. Таку однолінійність, виділення, підкреслювання цієї однолінійності вчені називають загостренням сатиричного образу, вказуючи також на його яскраво публіцистичний характер [25, с. 88].

Поетика сатиричних жанрів визначається насамперед публіцистичністю – прямим вираженням думки автором [31, с. 104]; орієнтованістю на документальність, пафосом і тенденційністю оповіді, використанням домислу, але не вимислу.

У сатиричних жанрах відсутня багатошаровість сенсу, характерна для художніх і художньо-публіцистичних творів. У створенні сатиричного тексту важливу роль відіграє ефект комічного парадоксу [34, с. 164] й ефект афоризму.

Р. Еліот визначає сатиру як, художню форму, в основному літературну та драматичну, в якій загальнолюдські або окремі вади, примхи, зловживання або недоліки використовують задля осуду у вигляді насмішки, глузування, бурлеску, іронії, пародії, карикатури, або інших методів, іноді з наміром надихнути до певних соціальних реформ [61].

О. Редкозубова, спираючись на поняття сатири як виду комічного, визначає не лише естетичний аспект сатири, а й соціальний, головним завданням якого є критика, викриття, осміяння будь-яких соціальних, суспільно-політичних та побутових явищ [42].

Н. Худаведрова вважає, що головне у сатирі – комедійна критика, що підводить до заперечення явища через протиставлення його ідеалу [52].

О.Харченко вивчає сатиру американських письменників та журналістів як явище інтернаціональне, що обертається, загострює та влучає в найактуальнішу проблематику сучасного життя. Це може стосуватися політики, бізнесу, шоу бізнесу, спорту тощо [51].

Гумористичні тексти відрізняються від сатиричних тим, що поєднують насмішку і співчуття, містять комічне трактування подій або вчинків особи, які вважаються смішними для автора.

Гумор і сатира відрізняються первинним джерелом, зокрема для гумору – переваги та слабкості особистості, для сатири – вади та недоліки. Сатира відверто висміює суб’єкт, а гумор – приховано акцентує увагу на нетиповому.

О. Приходько вважає, що сатирично-саркастичному тексти місять, як правило, висміювання окремого персонажу, зазвичай відомого, або персонажів медіатексту, але це не просте висміювання у вигляді жартівливого перевертання загальноприйнятих норм. Невід’ємною складовою є оціночний елемент. При цьому оцінка завжди є негативною і супроводжується викриттям певних суспільних, політичних, особистих вад, тобто оцінка надається лише в негативному ключі. Автор висловлює свою оцінку як на основі власних почуттів, так і з урахуванням соціальних стереотипів. Тож, оцінка є наслідком функціонально-комунікативного напрямку дискурсу [41, с. 109],

Сатирично-гумористичні тексти зображують соціальні явища, події, новини з певними оціночними судженнями та переконаннями для реципієнтів, переконуючи в безперечній позиції автора. Ці твори містять засоби привернення уваги, адже від їх досконалості та переконливості буде залежати загальна концепція розуміння жанру або субжанру.

Сатира та гумор можуть вживатися невід’ємно один від одного в одному тексті, бо сатира розглядається як критика усього суспільства, а гумор – критикує окрему особистість. Тому ці засоби взаємопов’язані та найяскравіше прослідковуються в політичних блогах.

Аналізуючи це явище, сучасна американська дослідниця А. Дей підкреслила пряму взаємозалежність між розвитком сучасних технологій та поширенням сатири, що виникає на політичному підґрунті, насамперед, за допомогою медіа- та телекомунікацій [20, c. 24].

Образ автора в сатиричній публіцистиці репрезентується через такі художні прийоми й засоби, як риторичні запитання; запитання і відповіді (фігура відречення); авторські коментарі й ремарки (найчастіше подаються у дужках); використання розмовної мови і пауз, що зближують автора з читачем, викликаючи його довіру [49, с. 176].

Д. Нільсон розглядає сатиру як засіб взаємодії з суспільством в цілому, а саме зі світом політики [67, с. 46]. П. Сімпсон описує сатиру як засіб висміювання культурних цінностей, установ, поглядів і переконань в цілому у суспільстві. Він уважає сатиру жанром літератури, метою якого є не тільки вказати на соціальні вади, але щоб було зрозуміло, що ці вади є неприпустимими у суспільстві [70, с. 112].

Дослідник Д. Тест також підкреслює висміювання соціальної поведінки шляхом сатири не лише в літературних творах, але й в медіапросторі [71, с. 9]. На відміну від гумору, сатира «характеризується відкрито ворожим ставленням до об’єкту розваги, має соціально знищуючий характер, але при цьому зберігається гумористична атмосфера. Глибинними інтенціями виступають сміх та агресія. Комунікативна мета – жорстке висміювання об’єкту розваги із застосуванням найбільш ефективних засобів комічного впливу. Часто гумористичний дискурс представлений гострим та дотепним глузуванням над об’єктом сміху» [50, с. 235]. Такої ж інтерпретації сатири дотримується й Д. Кемпел, котрий підкреслює присутність певної людини, щоб образити та висміяти її [66, с. 7]. Адресованість сатири до певної особи або осіб також розглядає С. Петерс [69, с. 2].

Науковиця В. Самохіна в дисертаційному дослідженні зазначає, що «сатира і гумор є різновидами комічного, особливу роль в яких відіграє ефект несподіваності, раптовості» [43, с. 58].

Погоджуємось з Я. Ковалевською, яка тлумачить сатиру як вид комічного, об’єктом якого є соціальні вади, що мають широку суспільну значущість, порушення норм моралі, а під гумором розуміє вид комічного, об’єктом якого є людина та якості, що їй притаманні: жадність, заздрість, жадоба, лінощі тощо [32, с.131-132].

В сатирично-гумористичних текстах важливу роль в репрезентації суб’єктів або подій також відіграють художні тропи – порівняння, гіпербола, метафора тощо. Вони дозволяють емоційно забарвити твір, відтворюють гостру критику, влучніше викривають певні вади, типову людську поведінки та характерні риси, що спостерігаються автором у певних людей або публічних осіб.

Існує три форми сміху, які визначаються соціальними функціями комічного: гумористична, сатирична і іронічна. Соціальна функція сміху і сатири в спрямованості на комічне зображення об’єкта. У цьому відмінність сатири від гумору і іронії.

Серед трьох засобів комічного сатира відрізняється своєю активністю, вольовою спрямованістю і цілеспрямованістю. Гумор завжди містить заперечення. Як ми бачимо, іронія і гумор можуть перейти в жанр сатири, і всі три категорії сміху нерозривно пов'язані між собою. І іноді навіть неможливо відрізнити сатиру від гумору або іронії.

Предметом сатиричних жанрів стають соціальні, політичні, морально-етичні явища і процеси, які вимагають викриття, осміяння й осуду, викорінення.

Загальними властивостями сатиричних публіцистичних жанрів також є оперативність, фактологічна основа, яка може бути перевірена; співіснування образних і логічних структур. жанри.

Виділення сатиричних, або сміхових, жанрів в окрему групу визначається формою художнього відображення дійсності (авторським поведінкою й авторськими інтенціями, рівнем осмислення матеріалу), яка залежить від принципів сатиричної типізації та специфіки сатиричного образу, що полягає у свідомому «перекручуванні» предмета зображення з метою демонстрації його комічності й непривабливості; своєрідним предметом відображення (негативними фактами дійсності, комічна природа і абсурдність яких очевидна для сатирика); особливою поетикою наративу, яка відрізняється від художньо-публіцистичних жанрів, орієнтованістю на документальність, пафосом і тенденційністю оповіді, можливістю, навіть обов’язковістю домислу тощо.

У складі сатиричних жанрів за формою вираження доцільно розмежовувати дві підгрупи: текстових і зображальних сатиричних жанрів.

Текстові в свою чергу можуть бути інформаційними (сатирична замітка, сатиричний репортаж, сатиричне інтерв’ю), аналітичними (сатиричні статті, листи, кореспонденції, коментарі) та художньо-публіцистичними (фейлетон, памфлет).

Основу зображальних сатиричних жанрів становить карикатура, також сюди слід віднести шарж, сатиричну фотографію, фотоколаж, який пройшов еволюцію від техніки до самостійної жанрової форми.

Однак і ця класифікація не є вичерпною, оскільки в майбутньому необхідне більш чітке визначення в її структурі місця й особливостей так званих «малих форм» сатиричних жанрів, до аналізу яких на різних етапах розвитку журналістики зверталися вчені, проте досі їхній статус однозначно не виписаний, та комплексний аналіз підгрупи зображальних сатиричних жанрів, що характеризуються особливою публіцистичністю [25, с. 89].

Сучасні журналісти вдаються до засобів комічного як одного з найефективніших способів донесення інформації до аудиторії, як інструменту привертання уваги, як емоційного посилу, що мимоволі впливає на суспільну свідомість, навіть як засобу зведення рахунків [45, с. 54].

Отже, сатиричні та гумористичні тексти дуже ефективні для сприймання, це обумовлено насамперед тим, що завдяки ним створюється образ або явище, які походять з певної епохи, відображають інтереси відповідних соціальних груп або суспільства в цілому.

**РОЗДІЛ 2**

**БЛОГОСФЕРА ЯК ОБ’ЄКТ**

**САТИРИЧНО-ГУМОРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

**2.1 Виявлення персоналій популярних блогерів українського сегменту інтернету**

Для отримання даних про популярних блогерів та тематику було обрано метод інтернет-опитування. Він базувався на зборі первинної інформації та передбачав одержання результатів, які будуть об’єктивними та задокуметовані для нашого дослідження. Також цей метод був використаний як один із результативних в онлайн-форматі. Опитування ґрунтувалося на висловленнях окремих осіб і дозволило отримати 3 різновиди інформації.

За характером взаємозв’язку журналіста та респондента це було заочне опитування. За ступенем охоплення сукупності – суцільне, оскільки було без визначення генеральної сукупності. За ступенем формалізації стандартизоване, тому що проводилось по заздалегідь підготовленому плану:

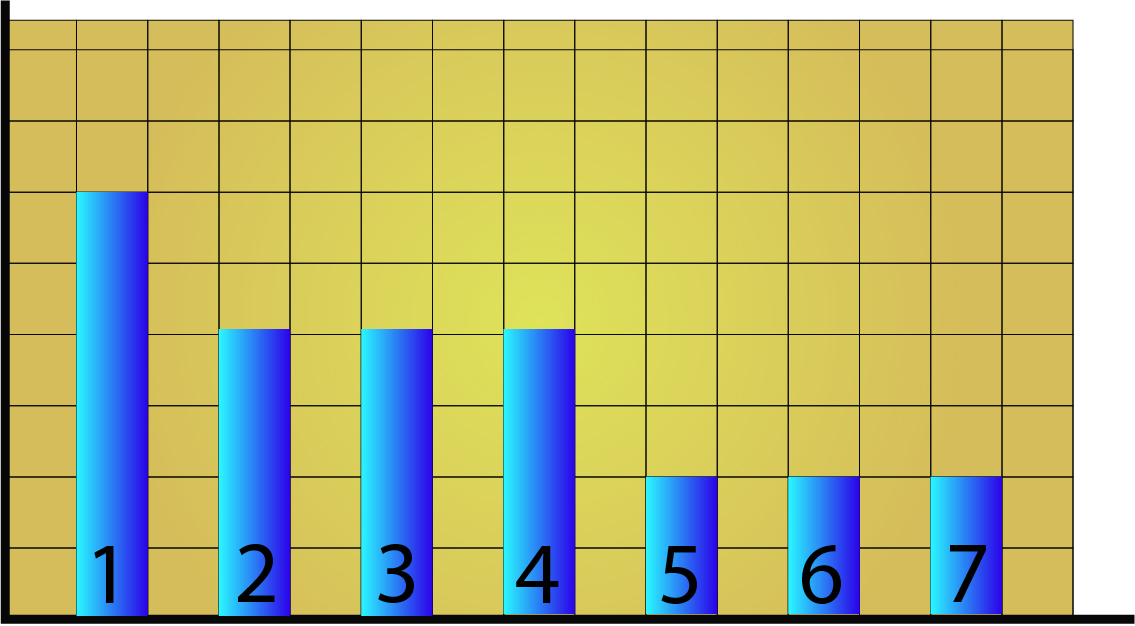
1. Визначити популярність блогів за кількістю переглядів (найбільшу та найменшу кількість);
2. Визначити найпопулярніші теми для блогу.

За частотою проведення – це одноразове опитування і багаторазові.

Серед специфічних видів опитування використано метод анкетування.

Загальна вибірка склала 41 особа. Середній вік від 25 до 35 років. Під час опитування відповіді приймалися у довільній формі. Тобто деякі розписували власні думки, інші ні.

Респондентам запропоновано було проголосувати за певного блогера. В перелік були включені: Птушкін, Телебачення Торонто, Сергій Притула, Geak Journal, Портніков, Валерій Ананьєв, Роман Скрипін, Іван Семесюк. Опитування про українських блогерів показало наступні результати: перші місця посіли автори відомих каналів, які рекламуються. Один респондент міг вказувати одного блогера чи декількох. В перелік попали українські автори, які не проживають в Україні.



*Рис.1 - Кількість переглядів у відсотках*

Перші місця посіли:

Птушкін 20%

Телебачення Торонто 15%

Сергій Притула 15%

Geak Journal 15%

Портніков 10%

Валерій Ананьєв 10%

Роман Скрипін 10%

Іван Семесюк 10%

Блогери, які набрали невеликий відсоток переглядів серед опитуваних:

Бампер

Клятий раціоналіст

Іван Лучков

Кеддр

Анна Єфремова

Кіпіані

Щур

Бірюкова

Олесь Барліг

Брати Капранові

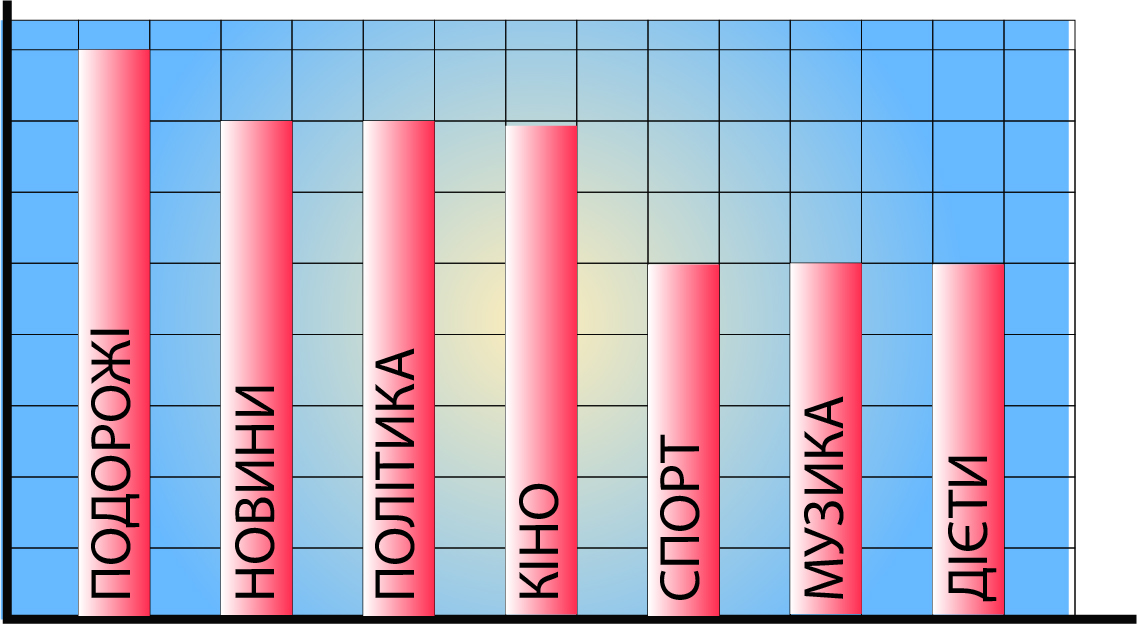
Юрій Бутусов

Прасол



*Рис. 2 - Блогери, які набрали невеликий відсоток переглядів*

Перше місце посів автор Птушкін. Це тревел блогер, тому аудиторія обширна. Кількість підписників на Ютуб сягає 4,5 млн і це рекорд серед авторів з переліку.

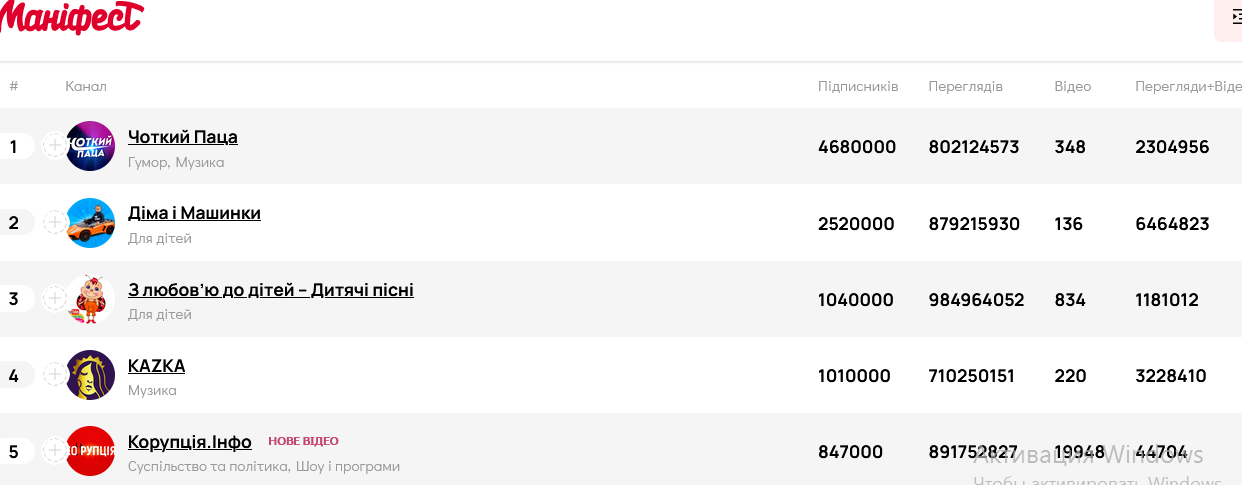


*Рис 3 – Цікаві теми для блогінгу*

За статистикою важливо відмітити, що напрямки для блогінгу є різноманітними. Дехто жартує на тему подорожей, інші про новини. Також у рейтинг попала політика, кіно і спорт. Перспективними та мало дослідженими жартами є жарти про музику та дієти.

Як бачимо, в результатах опитування представлено блогерів, які працюють у площині сатири та гумору.

За рейтингом сайту «Маніфест» на 18.11.2021 найрейтинговішим є гумористичний блог «Чоткий паца» у якого 4 млн. 680 тис підписників, 348 відео та високі рейтинги в переглядах.



*Рис. 2.1. Рейтинг блогів на каналі Youtube*

Проаналізувавши рейтинги сайту «Маніфест», серед 100 поданих каналів на «YouTube», бачимо, що 12% текстів з вираженим сатирично-гумористичним змістом. У порівнянні: музичний блок – 21%, освіта та наука 9%, суспільно-політичний – 12%, для дітей – 9%, кулінарія – 3%. Поодинокі приклади – риболовля, автомобілі, навіть подорожі, канали оглядів продукції (Allo), корпоративні канали (МОН) тощо (Рис.2.1.). Тобто блогерські сатирично-гумористичні канали користуються популярністю серед споживачів інформації відеохостингу «YouTube». Більше того інші тематичні групи задля популярності, крім сенсаційності, скандальності, апеляції до базових потреб людини, як прийом привернення уваги можуть використовувати гумор та сатиру.

**2.2 Сатирично-гумористичні блоги у відеохостингу «YouTube»**

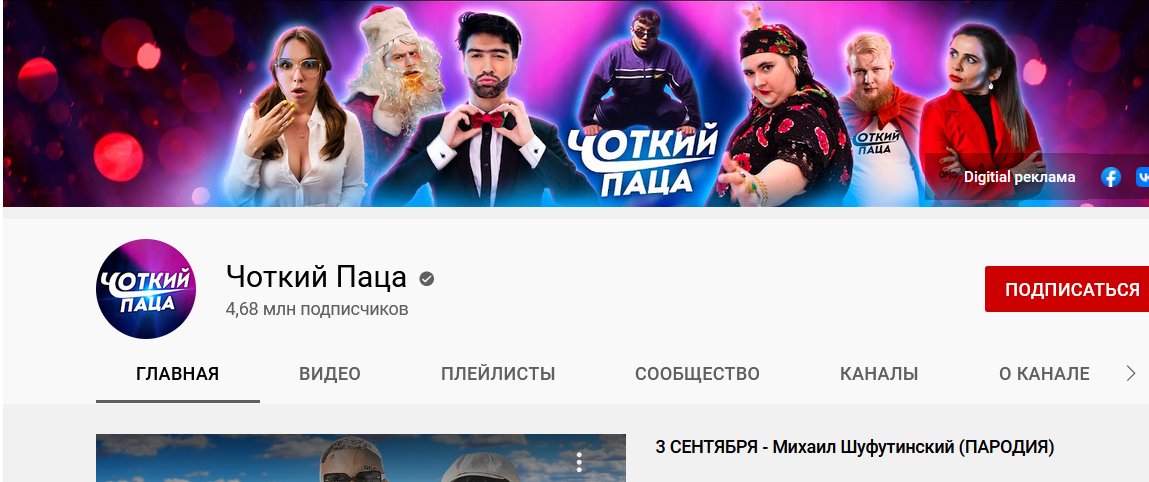
На каналі Youtube блоги представляють одноосібні або колективні твори, які спираються на ресурси Web 2.0, ніж на класичну організацію інформаційного простору. Автори найчастіше використовують різні джерела інформації, надаючи перевагу очевидцям подій. За даними аналізу американської, російської та арабської блогосфери, YouTube є найчастіше цитованим сайтом для блогерів [33, с. 41].

Сатирично-гумористичні тексти представлені авторами з різних країн, українські блогери працюють в різних напрямках, проте найрейтинговішими є гумор, дитяча тематика та музика. Один автор представляє певну тему, комбінуючи власні відео в різних жанрах. Також є блогери, що представляють ролики з різних тем: політичні, подорожні та новинні.

Сатирично-гумористичний блог «Чоткий паца» був створений 31 жовтня 2004 року та є найбільшим україномовним каналом, який робить життя веселішим. Блогери знімають пародії на кліпи, скетчі на тему, які існують типи людей у різних життєвих ситуаціях, розповідають «чоткі новини», а також ведуть «Чотке шоу», в якому запрошують у гості публічних і непублічних осіб. І якщо перші випуски «Чоткого шоу» блогери знімали в декораціях а-ля Late Night Show, то останні інтерв’ю з гостями записували в антуражі «совкова общага».

Рубрика «Пародії на кліпи» містить 45 пародій тривалістю 4-5 хвлин на різні теми, проблеми та певних відомих осіб. Блогери добирають гумористичні заголовки до роликів «Хлопчик на дев’ятці», «Ти гориш як вогонь», «Ягода малинка», «Знову я напиваюсь», «Плачу на техно» та ін.

4 пародії розташовані в рубриці «Ашот і пацан» з заголовками «Гучи пародія», «Panda E», «Face» та пародія на пісню Михайла Шуфутинського 3 вересня. Також на каналі блогери розташували 15 випусків гумористичного шоу «Чотке шоу». Жартівливе реаліті-шоу знімали в імітованій кімнаті гуртожитку та запрошували різних публічних осіб. Так в гостях побували Серега, Кошовий, Оля Полякова, Дзидзьо та інші.



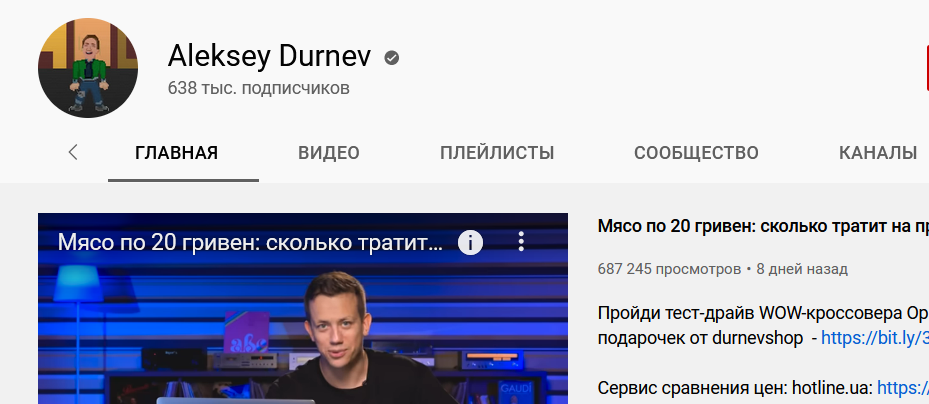
*Рис. 2.2. Гумористичний блог «Чоткий паца»*

Завдяки таким гумористичним текстам блогери знайомляться з публічними особами, створюють рейтинги переглядів та залучають підписників до зворотного зв’язку. Для цього блогу характерна комбінація гумористичних прийомів, наприклад гіперболи та саркастичних виразів. Блогери іноді зловживають жаргонізмами мовою арго. Також гумористичності додає емоційно-експресивна лексика: тицяєте, шуруйте, претесь, гепнувся, бахнув тощо. Стиль та образ блогерів-акторів підібраний у відповідному стилі. Це яскраві кольорові футболки, широкі шорти або штани, некласичне взуття.

Функцію самопрезентації виконують сатирично-гумористичні тексти в блозі Льоши Дурнєва. Популярності в українському медіапросторі він набув саме завдяки телепроєкту «Дурнєв+1», де він разом з Дашою Ші ставив неочікувані гумористичні запитання до перехожих. 12 жовтня 2017 року створив канал з Дмитром Шибаєвим для гумористичної творчості. На сьогодні канал має 638 тисяч підписників, загальна кількість переглядів одного ролику сягає мільйона.

Блогер створює відео для своїх проєктів «Дурнєв дивиться сторіс», «Дурнєв шукає парня», «Їжа Дурнєва», «Карантин Дурнєва», «Дурнєв псує все», «Тік Ток хвилинка».

Канал цього автора є невичерпним джерелом розваги та сміху. Одразу гумористична реакція реципієнтів відбувається на сміх Олексія та поведінку. Автор презентує розвинені комунікативні навички та міміку.



*Рис. 2.3. Блог Олексія Дурнєва*

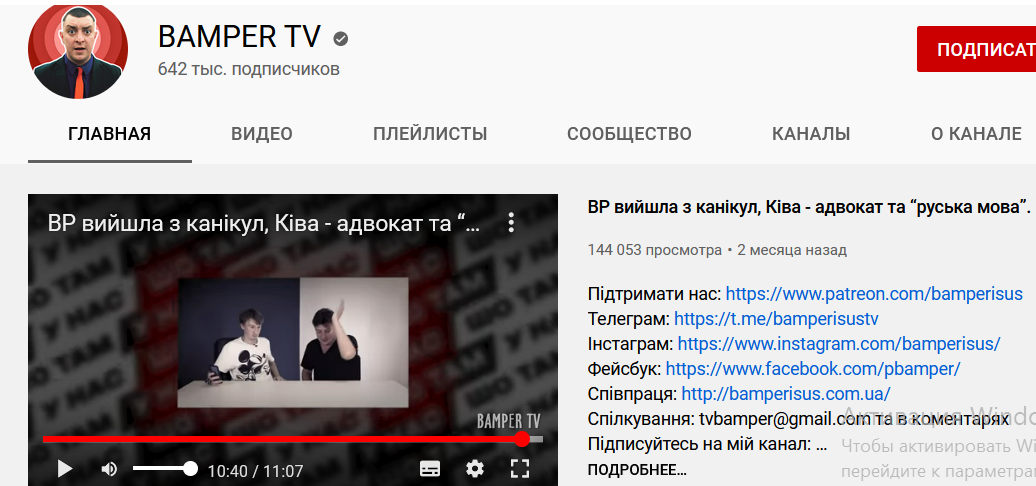
Жанр сатиричного коментаря прослідковується в рубриці «Дурнєв дивиться сторіс». Сатиричні тексти з’являються як реакція після перегляду інстаграм-сторіс інших блогерів і селебріті. Їх блогер коментує в нестандартній формі. Серед героїв були: Анатолій Анатоліч, Леся Нікітюк, Макс Барских, Лола Тейлор, Микола Тищенко.

Цей різновид тексту містить аналіз сторіс в усій полемічній гостроті, блогер проголошує гумористичні репліки, які висміюють певні події в житті публічних осіб. Реалізуючи цю мету, автор звертається насамперед до методів художнього осмислення дійсності. Найчастіше для легкої насмішки блогер використовує іронію та гіперболізацію. Сатиричні коментарі Дурнєва з’являються після подій публічних осіб. Зокрема, такі тексти: «Тищенко знову за своє», «Сльози Полякової», «Біснуваті тіктокери розвалили квартиру», «Юля Верба влаштувала скандал», «Паша Технік у рехабі», «Хто бив Вікторію Боню?». Льоша Дурнєв, публікуючи такі матеріали про безглузді та неочікувані дії політиків, зірок та публічних осіб викликає зацікавлення в аудиторії. Кількість переглядів сягає близько 200 тисяч щотижня.

Блогер сатиричні коментарі будує з окремих висловлювань депутатів Верховної Ради України, найчастіше використовує фрази Миколи Тищенка. Автор дотепно, іронічно обігрує висловлені слова, абсурдності наслідків, які з них випливають. Зокрема, фразу про ковбасу, яка може коштувати 20 грн. Так, коментар Дурнєва, побудований на сатиричній оцінці поведінки цього депутата, яке можна пояснити, на думку коментатора, хіба що наявністю у гарного гумору депутата.

Коментар «Потасовка в Верховной Раде» містить іронію, легку насмішку над поведінкою депутатів, побудований з окремих фрагментів, які можуть бути окремими мінітекстами. Годинне відео вдало переплітається з іншими гумористичними фрагментами.

Сатирично-гумористичний блог «для тих, хто шукає щось рідненьке», під назвою «BAMPER TV», має майже 642 тисячі підписників, зареєстрований 5 березня 2016 року. Блогер Олексій Супрун, псевдонім Петро Бампер, разом з Сергієм Сусельдорфом, псевдонім Сус, розповідають гумористичні історії та анекдоти, зачитують гумористичні репліки публічних осіб або глузують з подій.



*Рис. 2.4. Блог BAMPER TV*

Блог не містить рубрикації, проте оновлюваність його відбувається кожні 3-4 дні. Провідним гаслом в кожному випуску є «Шо там у нас», яке блогери використовують як перебивку. До кожного випуску добирають гумористичну назву. Наприклад, «Разговори ні о чьом», «Шо жрать, якщо жрать нічого», «Жить тупо», «Гра в кальмара», «День богохульства».

Блогери розповідаючи анекдоти в ефірі презентують українську картину світу та колорит українських гумористичних фраз. Автори синтезують фольклорні константи з сучасними подіями. Зокрема, використовують фразеологізми та ненормативну лексику.

Анекдоти блогерів охоплюють політичні, економічні та суспільні теми. Наприклад, анекдоти про відставку Разумкова, офшори та нову українську школу. Розмовний стиль оповіді простежується завдяки лексичному наповненню, що підтверджується також жестами та мімікою авторів. Тематична та стилістична своєрідність відеоблогу сприяє цілісності сюжетів в сприйманні реципієнтів.

Найчастіше політичні теми анекдоту в цьому блозі набувають специфічного стилістичного та композиційного виразу, яке викликає комунікативну активність реципієнтів та є провідною причиною для прояву сміху.

Жанрова форма відеоанекдоту цих блогерів презентує поєднання предметної ситуації та низку ігрових комунікативних засобів. Зокрема, тема гумористичної ситуації задає інформативність, а інтерактивні засоби – експресивність. Підставою для створення анекдоту є комічна ситуація навколо публічної особи, події, яка також з’явилася з медійному просторі. Це дозволяє закріпити комічність ситуації для підписників.

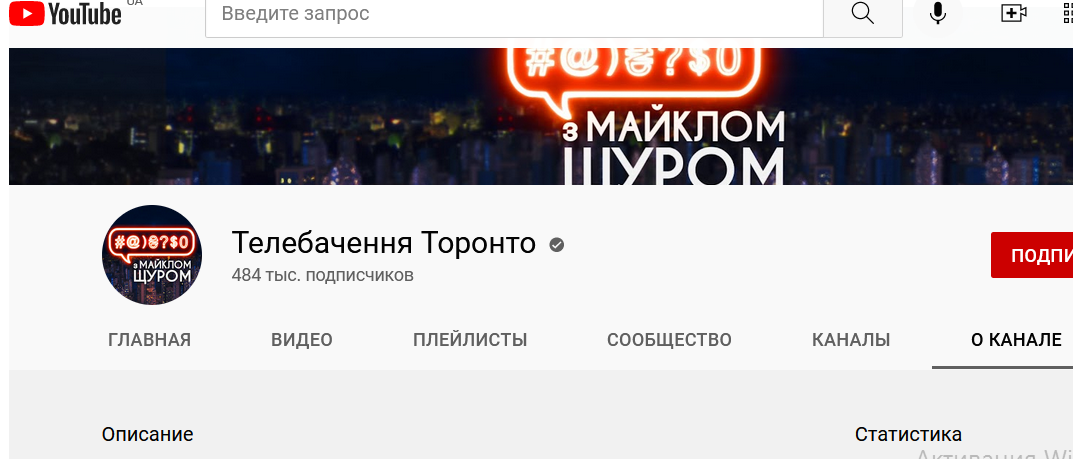
Анекдоти на BAMPER TV блогери створюють з метою відволікти реципієнтів від буденних проблем. При цьому автори постійно наголошують: «Шо там» або «З цієї теми є гумористична історія». Також використовують іронічні фрази для переосмислення вічних цінностей: «Жить тупо», «Привітні поїзда» або «Прєлєсті укразілзниці». Гумористична форма таких історій дозволяє зменшити відстань від учасниками комунікації та критично відображує актуальні проблеми суспільства. І анекдоти презентують український лінгвістичний колорит: «картошка неперебрана», «ящик пандори», «йолки-палки», «пристьобуваться ремнями», «прелєсть» тощо.

Вважаємо, що цей гумористичний жанр презентує майстерність жартувати, авторську оцінку ситуацій, подій або осіб. Завдяки відео формату анекдоти здатні трансформувати вербальну особливість жартів, а також прослідковувати реакцію глядачів.

Отже, жанр анекдоту є провідним в блозі BAMPER TV, який містить гумористичні та вербальні константи. Блогери досягають комунікативної мети – розсмішити реципієнтів та презентувати власних стиль оповіді сатирично-гумористичних текстів в інформаційному просторі. Бампер та Сус використовують різні прийоми: нагадування, цитування, аналогії.

Сатиричний блог «Телебачення Торонто» з відомим ведучим Майклом Щуром має 484 тисячі підписників, заснований 3 жовтня 2012 року. Автор розповідає іронічні історії, тижневі події в Україні та світі.

В блозі простежується постійне оновлення рубрик «[#@)₴?$0 з Майклом Щуром», «Толік і Саша](https://www.youtube.com/playlist?list=PLOWNkHTFkkpOvpZXWBVYEEYii8nT8eJc6) з Сашею і Толіком», «Вибір редакції», «Топ випусків шоу», «Ще з Максом Щербиною». Рубрика «Як починався Майкл Щур» на сьогодні не оновлюється, проте кількість переглядів зростає.



*Рис. 2.5. Блог Майкла Щура*

Вважаємо, що Майкл Щур презентує глядачам жанр фейлетону, оскільки синтезує типові риси, поведінку та вчинки публічних осіб, політиків та ін. Серед них: Володимир Зеленський, Володимир Остапчук, Марія Примаченко, Оксана Марченко, Медведчук та ін.

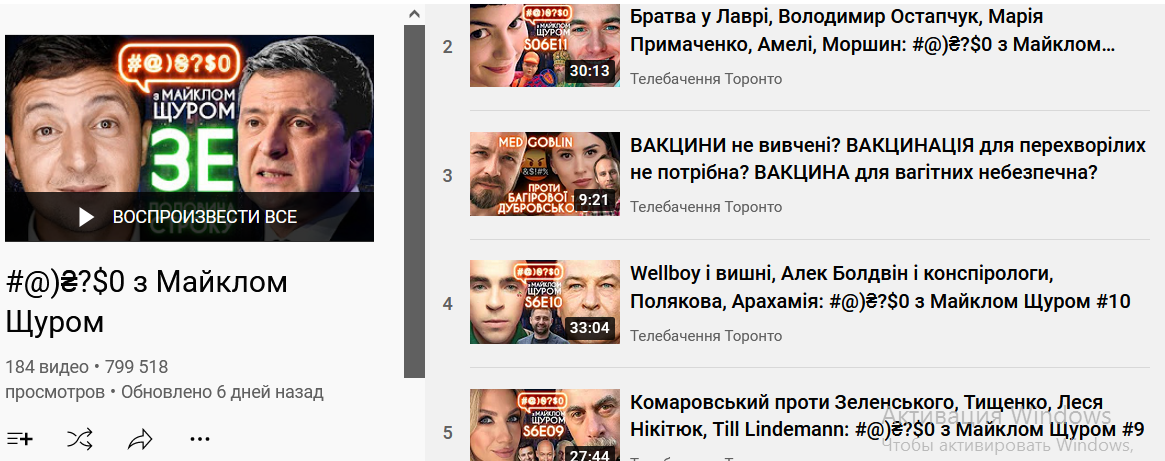
Блогер поєднує документальні дані про особу і художньо їх презентує в студії. Простежується його акторська майстерність, адже він є харизматичним та емоційним.

Майкл Щур використовує елементи гіперболізації, акцентуючи на гротескності негативних рис, дій та вчинків суб’єктів гумору. В структурі фейлетону прослідковується монтажність елементів. Наприклад, фото, відео, скріни з персональних сторінок та авторське коментування них. Такі образотворчі експерименти є вдалими, привертають увагу та викликають гумористичну реакцію в аудиторії. Також помітними є ракурси зйомки, які презентуються на екрані, вони виконують роль зіставлення реальних та художніх елементів, тому для Майкла Щура характерний асоціативний монтаж фейлетону.

В текстовій частині фейлетонів блогера сарказм та гротеск, які поєднуються з образотворчим рядом. За допомогою них автор змінює тональність оповіді від інформаційної до гостро емоційної. Наприклад, характеризуючи зміни в політиці В. Зеленського, блогер констатує факти з його посадового життя, чим створює образну характеристику героя фейлетону, а також подає власні гумористичні коментарі. Такі текстуальні засоби є авторським відображенням дійсності.

Фейлетони Майкла Щура побудовані на перевірених фактах, адресовані конкретній аудиторії та зображують в гумористичних ситуаціях політиків або публічних осіб.

Блог Майкла Щура на YouTube надає можливість ознайомлюватись з сатирично-гумористичними текстами різних жанрів та тем. В інформаційному просторі такі блоги посідають перші позиції в рейтингу. Гумористичні відео набирають мільйонні перегляди за місяць, а в першу добу понад 100 тисяч, що свідчить про залученість аудиторії в цю тему.



*Рис. 2.6. Приклади гумористичних заголовків в блозі Майкла Щура*

Фейлетони, пародії, сатиричні коментарі майстерно структуровані та змонтовані, ключові є перші 10-20 секунд привернення уваги, а також кульмінаційні моменти для продовження перегляду. Значну роль у виборі відео відіграє заголовок.

Гумористична назва тексту привертає увагу реципієнтів завдяки чому й збільшується популярність та рейтинг блогера. Заголовок складається з ключових назв, які розкриваються у відео: «Зеленський: спецвипуск. Вся правда про президента», «Братва у лаврі, Володимир Остапчук», «Вакцинація», «Полякова», «Арахамия».

В заголовках міститься 20-30 символів, хештеги та інші знаки, що дозволяє простежувати інтерактивність сатирично-гумористичних текстів. Блогер додає відео кожні 2-3 дні, закликає ставити вподобайки, дизлайки, активно коментувати та ділитися найцікавішими фейлетонами з іншими користувачами в мережах. Все це дозволяє просувати гумористичні теми в інформаційному просторі, популяризувати постать Майкла Щура і виводить відео в рейтинги. Найновіші відео блогер розташовує в двох рубриках «#@)₴?$0 з Майклом Щуром» та «Толік і Саша з Сашею і Толіком», а найактуальніше закріплює в топ.

Гумористичні матеріали можуть бути предметом співпраці з іншими авторами. Майкл Щур співпрацює з іншими відеоблогерами такої ж тематики. Так, на каналі «Телебачення Торонто» блогер запрошував інших youtube-блогерів у свою рубрику «#@)₴?$0 з Майклом Щуром» («Ґрати, песик, дужка, гривня, знак питання, долар, нуль»). Гостями бути: Євген Клопотенко, Михайло Грабар, Станіслав Горун, Дмитро Поворознюк, Валерій Ананьєв та багато інших. Гумористи визначають переможців розіграшу після певних дій реципієнтів, серед них: вподобайка, коментар або підписка на канал. Також під топовими відео блогери розшифровують текст та рекламують магазини, товари, послуги, свій канал та ін. Наприклад, під останнім відео «Зеленський спецвипуск: Вся правда про президента та усі факапи за 2,5 роки» розташована інформація «Задонатити ваше улюблене Телебачення [https://patreon.com/torontotv](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqbHZhTUxMQnIwVnJLS05HSHp4dTZjZHNmUHB3Z3xBQ3Jtc0ttSklhcnJQWWFyekRvLXdtTXl5R1NiYi1yNzdDZHhsMU1nU1Y0SE85M0RGazFpNGJkZkQwckR3b3BpWDBjLU9JWXkyWEI3aC1BdFdadWZNck1HVWg3dUdqYXJsWndJbTJvVUdzZExXY1FRVWo5SlpNYw&q=https%3A%2F%2Fpatreon.com%2Ftorontotv), мерч телебачення Торонто (тепер там є нові худі та шопери): [https://duckside.me/collaboration/tor...](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqbmo1eHVrdkNEUjVMUkdLc0VqS2lhdHlzZlBHZ3xBQ3Jtc0tsMUgyazhIQlVCR0NPQ2hWQVhmQWZkWnpCQVRIN1haeE42SmFhT2Zhd2FPbzdZM3I4eEZJQXF2M19hS2FrRkdoZndKWnZsVGEwM3ZucHVhU0RaQzN6TE40cnpfLWNEUVA1MjBhaVBLOGY1dS1WUzduVQ&q=https%3A%2F%2Fduckside.me%2Fcollaboration%2Ftoronto-tv%2F), Знижки на ROZETKA – весь листопад. А за цим посиланням буде підготовка й сама Чорна п'ятниця зі знижками до -60% на все з 22 до 28 листопада: [http://s.rozetka.ua/DY6HoZo](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqbjhENVlkLTZCVmZFZVJDQVJXT3dQaDN0aFA4Z3xBQ3Jtc0trRUVKUUFzTFdoQm9ZN1ZPUi1TQkxtSTV2OGU1WTZNTG5MdmZXNll3bXlzdWpBZ2lsZkF1SmRCeUE3ZVA5TGVILTVlR0pkc29DQUxLRGtPcG1Od3pXcmdXZFBnaXBFWHJ1X0dtT2l4cWNNbHJ3X0FMcw&q=http%3A%2F%2Fs.rozetka.ua%2FDY6HoZo), Шкарпетки з нашими мемами: [https://dodosocks.com/shop/toronto\_tv](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqa2NXNTcwRlZhMk1WYWxWOEg1SG9sUVpxYjdJQXxBQ3Jtc0tud0RacGlLb0NfNzA2bW54M051cU5xd3kyOTA5Q3Jtc0RHdzI4R00wd0lWT1NiRTEwbV9jOEtWcXd1Vi1zZm9SUU8tZmQ3UXpIUXNHMGpPaVhIUWdrZVY3YmEyYU9tVDNDWUMyZ3dQZTZEbzQxR0E2bw&q=https%3A%2F%2Fdodosocks.com%2Fshop%2Ftoronto_tv), співпраця з телебаченням торонто Наша менеджерка з інтеграцій: M.radynska@gmail.com, телеграм @radynska, інстаграм, [https://www.instagram.com/toronto\_tv](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqazJVN3BhOVd6d2hmRXpjWnlOSGZQOE1KNjVWd3xBQ3Jtc0tsckRwbktDU1dIcnRqVmh1R3ZGeWk5WXVBX2FmakQtZFljd2tBeXFSbUJLS05rSjY0T0pZMnRNenlMRWotaG1WTTdzZjZMWGNjNUhZRFlBZ1lRVm1RdEN2NF80Y05IVzFHS3VEN1R1eUhOR1B4c1RGdw&q=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Ftoronto_tv), телеграм [https://t.me/torontotv](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqa0RKek5zcXl0aktYbHBBbFUwU19lSnp2ZVRjUXxBQ3Jtc0tsME9lelp0WjZibndzZVJ4d1hibGNMUWJBMUZHcUtHSGdIN0JCbXdqLVI5T0lQQ25fUTY2alpHQUl6Z0kwSFpyNmNqQzRvcG1oei1QV2ZrZktsbEw3QmViN0swSm8tcUZoOXppZmxIT3lTcTlZQ19aMA&q=https%3A%2F%2Ft.me%2Ftorontotv) ФБ [https://www.facebook.com/TVToronto/](https://www.youtube.com/redirect?event=video_description&redir_token=QUFFLUhqbGpEdVBGbWZHaEhqckRhVnJ6MVdvQTlBTVlZZ3xBQ3Jtc0trQUdWR3czbDR2X3EzVmZiMFVsU1E3Qk0zQ3dtQldNSGhKX0l6b1FZYmtnSTVvOGx3UFJwa1g5NDFsaEJmbmVkejJKV29aMHhNOVdyS0dUeVJuMWtTZU1TUmMxMHd4Z0kzU3hMRU1jME1vdDZMSFdVQQ&q=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2FTVToronto%2F) Підписуйтесь на наш канал [https://www.youtube.com/channel/UCF\_Z...](https://www.youtube.com/channel/UCF_ZiWz2Vcq1o5u5i1TT3Kw) [#Телебачення\_Торонто](https://www.youtube.com/hashtag/%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B1%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%BE) [#життя](https://www.youtube.com/hashtag/%D0%B6%D0%B8%D1%82%D1%82%D1%8F)» [блог щура]. Отже, сатирично-гумористичні тексти можуть бути предметом фінансової винагороди та давати можливості прибутку для блогерів.

Створюючи гумористичні плейлисти, блогер намагається їх оптимізувати до пошуку та активізувати увагу нових реципієнтів. Отже, Майкл Щур використовує багато способів залучення аудиторії, використовує всі можливі засоби привернення уваги та просування гумористичних відео.

**2.3 Сатирично-гумористичні тексти в блогах газети «День»**

Блогери всеукраїнської газети «День» розширюють межі сатирично-гумористичних текстів завдяки поєднанню публіцистичної та художньої форми оповіді. Більшість авторів використовують найрізноманітніші форми ділового та художнього мовлення.

Автори проявляють сатиричний контекст у заголовках, який привертає увагу читачів. Переважно це жанри сатиричного послання, звернення або памфлету.

Потужний сатиричний контекст прослідковується блогера газети «День» Дмитра Десятирика, який кожні 2-3 дні публікує сатирично-гумористичні тексти різної тематики. Автор презентує контрастні елементи в структурі сатиричних жанрів, наприклад, вступ з памфлету, а завершення роману. Такий же творчий експеримент простежується при виборі предмету обговорення. Зокрема, анекдот присвячений бабусі, а памфлет – засобам масової інформації. Контрастність заголовків теж є специфічною авторською манерою зображення дійсності. Наприклад, «Дурний анекдот», «Чого ж ви чекали?» – сатиричні заголовки, [Фестивальні гіти, прем’єри українських фільмів, бунтарське кін](https://day.kyiv.ua/uk/article/kultura/festyvalni-gity-premyery-ukrayinskyh-filmiv-buntarske-kino)о», «Пам'ять та ім’я» – інформаційні.

Жанрова своєрідність текстів блогера полягає в наявності власне сатиричних жанрів (сатирична замітка, сатиричний коментар та памфлет) та сатиричні жанри трансформовані з художньої літератури (анекдот та сатирична історія), які презентують інформацію для різної аудиторії.

У його інформаційному дискурсі 3.11.2021 з’явився матеріал «Дурний анекдот», який містить їдку сатиру на попередню форму правління. Особливості цього матеріалу прослідковуються в специфічній особливості висміювання певних вчинків тодішньої влади. Одразу прослідковується сатирична манера в художньому відображенні дійсності. Наприклад: «Одну сільську старушенцію в суді називали весь час «конный милиционер». Потім знайшлася добра людина і пояснила, що прокурор мав на увазі “контрреволюционер”. Тобто старушенція – контрреволюціонер. Нащо така потрібна? Один любитель супу ніс у кишені рецепт супу. Його (любителя) заарештували за те, що рецепт був написаний польською мовою. Вирішили, що він не любитель, а шпигун, і розстріляли» [8].

В структурі сатиричного анекдоту блогер характеризує суспільний лад крізь призму 9 субєктів, що свідчить про специфічну поетику наративу. Також автор використовує емоційно-забарвлену лексику «старушенція», «сміхота» тощо. Вважаємо, що цей текст відповідає жанру анекдот, оскільки будується на конкретних історіях, а через їх абсурдність та парадоксальність тяжіє до сатири.

У матеріалі Дмитра Десятирика «Фальшивка» від 11.08.2021. відображується українська дійсність з особливим політичним підтекстом в завершенні. Автор типізує атмосферу на Трухановому острові з станом суспільства. Специфіка цього сатиричного коментаря, полягає у свідомому глузуванні з подій на острові: «Уява скоренько домальовує решту: мамбо, румба, ча-ча-ча, ром і сигари, блискучі костюми й короткі спідниці, ерос і тропіки, стиль і вогонь, одне слово, чистий острів свободи на темному захаращеному Трухановому.

Дівчата були. Багато. І танці теж. Масово. Один раз навіть щось латиноамериканське прозвучало в якості акомпанементу: «Ламбада». Угу, вона сама. Репертуар пістрявів такими само бородатими гітами, не обійшлося без Spice Girls, Скутера, що кричить «Fire!!!», Тома Джонса, який безумовно Sex Bomb, якісь просто ревучі дев’яності.

Але то все дрібниці. Тому що враження від Скутера і Джонса цілковито перекривала «Крошка моя, я по тебе скучаю». І «Нас не догонят». Й інше подібне Меладзе» [8]. Завдяки гротеску блогер демонструє комічність ситуації й непривабливість об’єкта відображення. Гіперболізує сатиричну ситуацію проведена автором паралель із історичними подіями в Україні: «Так і бачу в цю конкретну мить чергового премудрого піскаря, який втовкмачує мені, що ніякої політики тут нема, суто комерція. Ага, і відсутність україномовної версії сайту – це теж чисто комерція. Добре, назвемо інакше. Класичне розписне пострадянське жлобство. Яке в Києві, і не тільки в Києві, жило і живе досі, хоч сто разів на Майдан вийди. Живе й голосує за “какуюразницу”. Успішно голосує. З відповідними наслідками. Жодної політики. Ані найменшої» [8]. Така багатолінійність підкреслення ситуації загострює сатиричне відображення та презентує публіцистичний характер оповіді. Вважаємо, що цей структурний компонент походить від фейлетону, якому в тексті блогера є сатиричне загострення, перебільшення та применшення зображуваних подій на Трухановому острові. Спостерігаємо в матеріалі жаргонну лексику: «гість іде косяками», «скоренько», «пістрявів такими само бородатими гітами», «якісь просто ревучі дев’яності», «горлати з бухим хором “Крошку мою”», «Живе й голосує за “какуюразницу”».

Критичне ставлення до дійсності прослідковується в матеріалі «Намагаюся спати без слів» від 30.07.2021. Блогер висловлює негативне ставлення до вуличних художників Києва: «Переповнені дрібними деталями й кольорами напівабстрактні візерунки, схожі на схеми якихось невідомих територій чи механізмів. Емоційні андроїди. Очі й губи Мони Лізи посеред рожевої панельної стіни. Людські силуети в повний зріст, інколи лякаюче подібні – наче приклеєна до стіни тінь» [8].

Сатиричні наміри автора наявні в образному відображенні дійсності, зокрема з безволосим профілем голови, круглими очима, довжелезним носом, без роту, людського зросту.

Блогер осміює псевдохудожників, які розписують стіни по всій Оболоні, наносять надписи про «Джо». Цим сатиричним матеріалом автор висміює поведінку, повністю заперечує подібну творчість. Саме завдяки таким прийомам текст тяжіє до памфлету. Дмитро Десятирик інформує реципієнтів про мурали, графіті, малюнки на київській набережній, а також вдається до суб’єктивної оцінки спостереження. Вважаємо, що цей матеріал виконує емотивну функцію, адже спонукає до оцінки навколишньої дійсності, розкриття образу автора розписів.

Політична тематика в сатиричних текстах прослідковується в блозі Андрія Плахоніна. В них автор відіграє відмінну від інших тем роль, оскільки відтворює синтез думок з адресатом. Його позиції щодо політичного ладу, осіб та законодавства цілком збігаються з оцінками читача. Для цього застосовує вербальні засоби в текстах.

У сатиричному матеріалі «Дикий запад» Андрій Плахонін від 23.09.2021. висловлює загальну позицію: «Ну нарешті. Хоч щось із того, що нам два роки обіцяли «слуги», здійснилося» [7]. Предметом зображення стали політичні процеси в суспільстві, які автор розкриває в сатиричній манері. В вступній частині матеріалу засуджуються негативні вчинки політиків, комічне підґрунтя яких є очевидними для сатирика.

В основній частині блогер нанизує абсурдні ситуації та пояснює розмаїття причин через які вони відбулися. Лаконічні сатиричні прийоми: протухлий сюжет, це не мали начудили, записане спросоння відеозвернення, убезпечив крісло, яке захиталося під ним, поливає Древо влади своєю кров’ю, третьосортні вестерни.

Такі лаконічні характеристики політичної влади презентують легке висміювання та сатиричне ставлення блогера до цих вчинків. Негативна оцінка, яка здійснена автором, вибудована послідовно через предмети сатири. Зокрема, описані політичні ситуації, які потребують викриття й усунення. Автор їх подає як ті, що склалися ненавмисно та дозволяє реципієнтам самостійно визначити їх абсурдність чи реальність. Цей прийом прослідковується в таких фразах: «Систему, на якій вони сидять самі (а разом з ними і ми з вами) і яку, в разі її падіння, вони ні на йоту не уявляють, чим і ким замінити. Немає значення, хто стоїть за цим замахом, хоча не можна не визнати: від нього виграв хто завгодно, крім тих, кого влада вже встигла в ньому звинуватити. Все одно інструмент проведеної ними політики, або навпаки, її наслідок, постріли в середу – це глибока тріщина в тримальних конструкціях держави, які ще зберігають стійкість, але напевно впадуть, дай цій команді ще кілька років» [7].

Завершується матеріал висновками викривального характеру, в яких теж прослідковується сатира: «Як виявилося, коли перед президентськими виборами вони проводили паралель між Зеленським і Рейганом, ішлося не про його двократне президентство – вони третьосортні вестерни з ним у головній ролі мали на увазі» [7]. Автор змальовує абсурдні ситуації, що виникають через нерозв’язану вчасно політичну проблему та поведінку посадовців, які можуть мати негативні наслідки для суспільства. Зокрема, автор вказує, що глибока тріщина в тримальних конструкціях держави, які ще зберігають стійкість, але напевно впадуть, дай цій команді ще кілька років. Проаналізувавши структурні компоненти тексту, зрозумівши предмет оповіді, мету та функції, вважаємо, що він належить до жанру памфлету.

У сатиричних текстах Андрія Плахоніна особливого значення набуває система художніх засобів, які здатні викликати емоційну реакцію в реципієнта, скоригувати його сприймання та сформувати певну оцінку зображуваної дійсності.

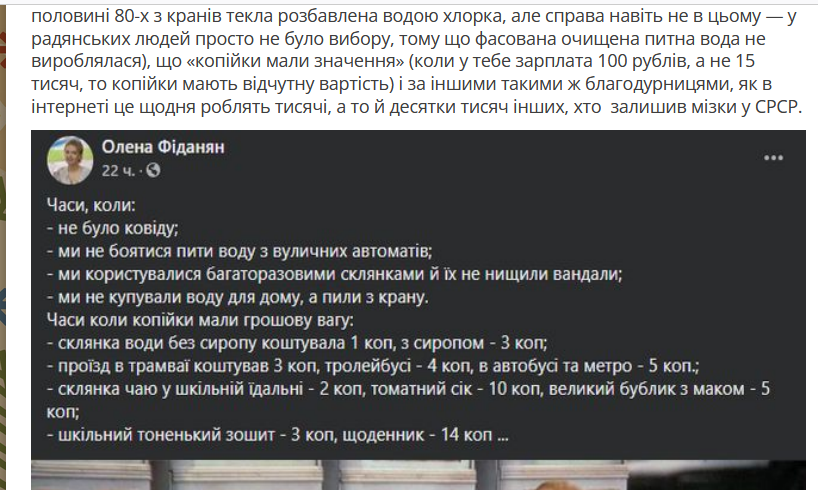
Серед провідних поетичних засобів виокремлюються епітети: відтермінований, підготовлений, суцільні розмови, багатозначні жести, дуже дивний, невдалий замах тощо. Також блогер прямо відображує власну думку, використовує документальні дані: замах на помічника Зеленського, 16 червня цього року виповнилося чверть століття від вибуху кортежу прем’єра Лазаренка, палаючий в 1933 Рейхстаг. Також використовує домисел, а не вимисел: «саме так проект «Фронтир Західного світу» за два роки перетворився на «Дикий Захід». Як виявилося, коли перед президентськими виборами вони проводили паралель між Зеленським і Рейганом, ішлося не про його двократне президентство – вони третьосортні вестерни з ним у головній ролі мали на увазі» [7]. Цей прийом є обов’язковим у сатиричних жанрах і відрізняє його від нарису та фейлетону, які не можуть функціонувати без вимислу.

В цьому матеріалі немає багатошаровості змісту, оскільки герої змальовані в реальній політичній ситуації, лише внутрішня змістова парадоксальність наближає текст до сатиричного. Блогер застосовує ефект афоризму, зокрема, такі: слуги, ціна змін у державі, ціна реформ, розхитують систему.

Образ голови Департаменту освіти та науки Київської міської адміністрації Олени Фіданян презентований у сатиричному матеріалі «Дірка від бублика, або Закон збереження дурниці» від 16.09.2021. Він репрезентується через низку художніх прийомів і засобів на фактологічній основі. Зокрема, автор наводить низку подій, які він прочитав з мас-медіа, що у Саудівській Аравії жінкам дозволили водити автомобіль, а в Туркменії, навпаки, запровадили поки ще неофіційну заборону, президент Росії Володимир Путін повернувся до свого бункера на карантин та матеріал Олени Фіданян.

У структурі матеріалу використано багато авторських сатиричних ремарок: «не відому середньої руки чиновницю у брежнєвському СРСР», «предмет мрій всіх «совків», «Олена Фіданян за освітою вчитель молодших класів, тому, напевно, їй важко даються математичні обчислення», «благодурниці», «тітка Клава-прибиральниця», «вражає повна нездатність цілого глави Департаменту столичної мерії думати про її безпосереднього відомого кожному любителю боксу у світі шефа». Використання такого прийому дозволяє спростити, а водночас закріпити певну характеристику директорки департаменту.

Зазначимо, серед загальних властивостей цього памфлету необхідно назвати фактологічну основу, яка ілюструється автором тексту в структурі матеріалу (Рис. 2.2.1).



*Рис. 2.2.1. Фактологічна основа памфлету*

Завдяки такому прийому реципієнтові нетреба піддавати перевірці оціночні судження автора, це сприяє повній взаємодії автор-читач.

Впливовість цього матеріалу закріплюється сатиричним завершенням: «Ну і ще, найсмішніше. Свій пост Олена Фіданян проілюструвала фотографією радянського школяра, що п’є зі склянки лимонад на тлі чотирьох неабияк заяложених післявоєнного зразка автоматів. Закону збереження дурощів. І все ж попрошу Олену Фіданян на майбутнє більше не ставити подібних наукових експериментів на собі» [7].

Ілюстрованість як формальна ознака, в цьому памфлеті реалізує правила наближення інтересів, характеризує його як матеріал сатирично-публіцистичної групи. Специфіка зображення сатиричного образу, полягає у свідомому глузуванні з предмета відображення, щоб продемонструвати його абсурдність та комічність, неприйнятність для сучасності.

Негативні факти політичної влади відображені в матеріалі «Нічого особистого, або український Пігмаліон» від 19. 08. 2021 Андрія Плахоніна. Блогер на початку матеріалу відображує комічну природу й абсурдність подій: «Ну, дякувати Богові, нам лише здалося. Усі ці радянські інсталяції на Інститутській – макети хрущовок і «брежнєвок» із Вовиного криворізького дитинства, автомати без газованої води, якими масовики-витівники з Банкової намагалися прикрити на час ювілейних урочистостей портрети загиблих тут героїв Небесної сотні, це не виклик, не демонстрація принципової позиції нинішньої влади щодо Революції гідності» [7]. Автор розпочинає матеріал сатиричною поетикою наративу, орієнтується на документальність. Також вживає емоційно-забарвлену лексику (хрущовки, брежневки, дякувати Богу) та ярлики (Вовине криворізьке дитинство, масовики-витівники з Банкової). Матеріал виник через зовнішні чинники розвитку політики та зміни поведінки політиків.

Прийоми сатири спостерігаємо й в основній структурі матеріалу, зокрема це сатиричні авторські ремарки, які автор подає в дужках: з волі випадку він зараз керує, за два роки пройшов великий шлях, (ніж проводити паради, краще роздати ці гроші військовикам), (суджу не тільки з озвучених планів, а й з техніки, яка в межах першої з трьох передбачених генеральних репетицій щойно понад дві години в повітрі і на землі гуркотіла повз мій будинок на Великій Васильківській), (в додатку до лондонських квіткарок, звісно, для милоти), (совкова «хода гідності»), (Сердючка верхи на вагоні метро біля святої Софії – це крутіше, ніж дрифт від Red Bull, що вас обурив), (ще одна ілюстрація, вони щодня дивляться і не бачать), (а ви думали, ювілей незалежності ?!). Особливість цих сатиричних прийомів полягає в органічній єдності з фактологічною основою матеріалу, завдяки чому відображуються політичні факти. Блогер називає конкретних політиків (Зеленський, Юлія Мендель, Порошенко, Єрмак, Подоляк), посилається на історичні події Революція Гідності, хода гідності на Хрещатику 24 серпня 2019, 30-річчя Незалежності України, що забезпечує глибоку оцінку явищ та документальність, які характерні для жанру памфлету.

Адрій Плахонін використовує низку зображально-виражальних засобів: сатиричні епітети (свіжоспечена мемуаристка, перетворення України на бананову державу, дуже великими грішми можна вивести хлопчика з провінційного підворіття в президенти, старий ідеаліст Бернард Шоу, кладовища української пострадянської попси з десантованими з повітря шароварами); метафори (вітер гуляє в голові у підлітків, розповзлася нашими містами раковими пухлинами безликих кварталів мурашників-багатоповерхівок та метастазами офісних центрів на місці пам’яток історії та архітектури); сатирична асоціативність (з низькопробними телешоу, що заповнили по самі вінця дозвілля десятків мільйонів українців, з обдуреними профанацією освіти мільйонами молодих українців, які вступають у доросле життя, з беззмінним «співаючим ректором» на чолі головної кузні кадрів культури та плагіатором на чолі міністерства освіти, все разом це естетика «Кварталу», яка відзначає свій тріумф).

Вважаємо, що фактична основа, авторський підтекст, сатиричне розкриття теми, насиченість художніми засобами, дають підстави для виокремлення цього матеріалу в жанр фейлетону. Окрім цього автор здійснює конкретні висновки: «Тріумф, який в самий день ювілею вони мають намір увічнити голосуванням за затвердження скандального, безграмотного, а тому такого, що цілком гармонує із сьогоднішнім станом справ у країні, проєкту великого герба. Нічого особистого, вони не зі зла. За таких такі й проголосували» [7].

В них автор зберігає фактологічну основу, документальність та проголошує авторське узагальнення в особливій саркастичній інтонації.

Особливого звучання набуває в цьому фейлетоні заголовок «Нічого особистого, або український Пігмаліон», який є змістовою частиною тексту. «Пігмаліон» – це п’єса, Бернарда Шоу про гострі соціальні проблеми, тому назва журналістського тексту цілком натякає на цілісність ідеї та є зрозумілою для реципієнтів. Незважаючи на те, що заголовок виконує інформативну функцію, містить елементи парадоксальності та курйозності.

Фейлетон Андрія Плахоніна присвячений суспільній проблемі – події на Банковій, презентує типізовану характеристику політикам та їх вчинкам, узагальнює значення Революції Гідності. Текст адресований конкретній аудиторії, зокрема остання фраза про це свідчить: «За таких такі й проголосували».

Сатиричний текст «Король помер, нехай живе король» від 15.07.2021 побудований на конкретних фактах, змальовує реальні образи та події.

Блогер відставку Авакова висуває на перший план та змальовує це в зневажливому тоні оповіді: «Гляди, як до Александрової слободи по Івана Грозного, що відрікся від престолу, і по Авакова до службового особняка на Вишгородській, який він займав, або на віллу Сан-Феліче-Чирчео, ще на колінах приповзуть» [7]. Автор порівнює цю подію з радянським фільмом «За сімейними обставинами». Це образи різних рівнів, проте в матеріалі вони спрямовані на сатиричну взаємодію. Ефективність поєднання сатиричного і несатиричного створює містке зображення політичної події.

Опис вчинків посадовця сповнений презирства та вказує на багатоплановість змісту: «Це ж скільки за минулі після Майдану роки на совісті Авакова і його «Народного фронту» загублених реформ! Починаючи з люстрації в очолюваному ним відомстві, де задовго до появи на Банковій Татарова відновилися більшість із тих, хто, здавалося, був звільнений із ганьбою і через дурість не втік за Януковичем до Москви. Скільки за ці роки було сфальсифікованих справ, скільки провалених через саботаж і / або некомпетентність розслідувань! Скільки нових Врадіївок!» [7].

Два стилістичні підходи оповіді: художня та публіцистична, сприяють точному викладу подій та емоційному забарвленню тексту. Взаємопроникнення таких ознак характерне для жанру памфлету після прочитання якого закріпляться такі ярлики: бюрократичний монстр, пташенята гнізда, вигодоотримувач.

Попри художню складову тексту блогер подає ґрунтовний аналіз негативних подій, які сталися під час керівництва Арсена Авакова. Також здійснює ретроспекцію й оцінку відображуваної події. Зазначаючи, що прочитавши новину про чергову, цього разу, здається, справжню відставку Авакова, він почувався чи то донькою Польських Лідою, чи то чи її зятем Ігорем [7].

Публіцистичність та зв'язок з художніми фактами є винятковою рисою цього матеріалу. Гостра сатира прослідковується в останньому абзаці, зокрема в такій фразі: «Що зараз-то, Арсене Борисовичу? Де зі своєю відставкою ви були раніше, коли не пізно було відіграти назад, коли ще не наламали стільки дров!» [7].

В останньому абзаці прочитується засудження вчинків посадовця: «Бюрократичний монстр, що розрісся за 7 років, —  причому розрісся не тільки в переносному, а й у прямому сенсі, почавши захоплювати будівлі прилеглого інституту Богомольця... Бюрократичний монстр МВС розрісся і набув за 7 років такої інерційної маси, що став на 100% стійким до будь-яких, навіть найрадикальніших спроб реформ» [7].

Отже, до константних ознак цього памфлету належать фактологічність (відставка Арсена Авакова) та вільна композиція, до домінантних ознак – документальність подій, а також оповідь-монолог з власним ставленням до дій політика.

Гостра сатира простежується з матеріалі «Король як і раніше голий» від 11.02.2021, який побудований на документальній фактичній основі, збагачений авторськими підтекстами: «Максимум кілька десятків членів, сім з половиною сотень передплатників сторінки на Фейсбук (з яких, як у таких випадках водиться, більша частина боти) – погодьтеся, для організації з претензією на національний масштаб смішна цифра». Автор обирає звичайну форму побудови матеріалу, але сатиричне загострення теми прослідковується в кожному абзаці. Сатиричний колорит наявний і у висновках, зокрема автор зазначає, що ще не винайшли такого «рецепту Коника-Горбоконика», щоб Зеленський у котел пірнув і став компетентним. Король залишається і залишиться голим як мінімум доти, доки на Банковій сидітимуть все ті ж кравці [7]. Блогер зберігає документальність упродовж усього викладу думок, в кожному абзаці подає узагальнення та авторські коментарі. Особлива іронічна інтонація наявна в описах дій депутатів ОПЗЖ, Іллі Ківи, Олександра Турчинова та Володимира Зеленського. Автор піддає критиці їх вчинки, ставлення до народу та політики. Автор заглиблюється в причини таких вчинків. Обсяг матеріалу 60 рядків в яких спостерігаються різні художні засоби: авторські фразеологізми (смикати кремлівського кота за хвіст, злі язики, рецепту Коника-Горбоконика, щоб Зеленський у котел пірнув і став компетентним); метафори (недбало зліпленої копії «Доктора Зла», міцно підсів у той час на «Країну»); ярлики (хулігани-націоналісти шиють, нападники були якогось мутного походження, карликові «громадські» організації, що годуються при Медведчукові, політичний лузер Володимир Зеленський); риторичні запитання (То що змінилося, він і правда став патріотом? Чи праві ті, кому в разючих змінах останніх днів вбачається доброчинна роль нової адміністрації у Вашингтоні?).

Вважаємо, що це дотепно написаний памфлет з авторськими фразеологізмами та художніми засобами, адресований політикам та їх прихильникам. В матеріалі на перший план висувається сатиричне осмислення політичних фактів для цього автор обирає зневажливий, знущальний тон оповіді. Текст насичений характеристиками дій політиків, система сатиричних образів формує загальне уявлення про політичну систему в Україні.

Блогер ефективно поєднує сатиричну й несатиричну манеру оповіді у цьому памфлеті, що сприяє створенню містких, різких, з певним презирством портретів політичних діячів, їх вчинків та наслідків для суспільства.

Автор памфлету синтезує різні стилістичні прийоми: точне викладення подій, достовірні факти та емоційне забарвлення. Зокрема, блогер Андрій Плахонін розповідає про те, що в січні-лютому вже цього року «Патріоти (ОП)ЗЖ» («патріоти» у їхньому випадку дійсно доречно писати в лапках) засвітилися у масовці серед інших проросійських організаторів акцій протесту проти «тарифного геноциду» [7]. Тобто автор сатирично відображує контекст цієї події та емоційно викриває недолугість ситуації. Великого значення набувають аналітичні міркування та історичні факти, оскільки це сприяє ефективному переконанню реципієнтів у логічності оцінок.

Політичні образи у цьому творі кваліфікується як образ-теза та обґрунтовується завдяки публіцистичних прийомів. Автори приділяє увагу й психологічним характеристикам політиків. Наприклад: з Вадимом Тітушком, що став уже «загальною назвою» тренувалося більше; Володимир Зеленський приміряє на себе нову, незвичну для легковажного коміка роль; заява нинішнього керівника штабу «Європейської Солідарності» Олександра Турчинова; став рукопотискним для багатьох своїх учорашніх насмішників і навіть відкритих ворогів [7].

Хоч автор і аналізує поточну політичну ситуацію, однак подає хронологічні події з метою відображення гостроти проблеми. Особиста репрезентована панорама дійсності дозволяє встановити взаємовигідні зв’язки двох ворогуючих партій та їх діяльності.

Андрій Плахонін описує політичні події за допомогою символічних образів й порівнянь. Сатиричні вислови спрямовані проти системи самодержав’я і її апологетів. Виражальні засоби цього сатиричного жанру є надзвичайно потужними, прослідковуються в модифікованих варіантах або як самостійний засіб вираження емоцій.

В матеріалі «Від великого до смішного» від 26.11.2020 Андрія Плахоніна події розгортаються навколо заяви Головного управління розвідки Міністерства оборони України. Єдиним сатиричним показником, що цікавить автора був факт, що Російська Федерація «останнім часом активізувала заходи щодо дискредитації вищого державного й військового керівництва України», який викликав регіт в соціальних мережах. Блогер постійно апелює до спогадів, чим закликає реципієнтів до діалогу. Зокрема, згадує про те, що з російських екранів що не день розповідали про алкоголізм Порошенка, а на ток-шоу в Останкіно сперечалися до хрипоти, чи вбив Порошенко брата, свого шкільного вчителя фізкультури, а може їх обох [7].

У фейлетоні блогер використовує сатиричні прийоми: гротеску («змагатися з акулами піару», «вуса Пєскова виправляють ляпи за президентом»); ярлики («невіглас-Президент»), іронії («Коментарі українських блогерів, які першими оговталися від сміху», «намолену за півтора року після отриманої у спадок від попередників повної скарбниці небувалу ще дірку в бюджеті «ефективними системними реформами»», «українській розвідці виставляти себе на сміх»).

Ці ознаки вказують на жанр фейлетону, але манера оповіді та спосіб відображення дійсності тяжіють до памфлету. Композиційна особливість базового жанру фейлетону легко ідентифікується завдяки сатирично-комічному ефекту. Автор на початку матеріалу здійснює акцент на цільову настанову й використовує особливі зображально-виражальні засоби, що створює особливий підтекст.

Вважаємо, що композиція цього матеріалу однорідна за структурно-змістовими ознаками. Лаконічний текст містить констатацію фактів, огляд коментарів українських блогерів, цитату з інтерв’ю «Yle» посла Фінляндії в Україні Пяйві Лайне, суб’єктивні висловлювання автора, незважаючи на іронічний тон та висновок: «Хоч би якими були уявлені кимось одномоментні політичні дивіденди, не гоже очолюваній справжнім бойовим офіцером, на відміну від інших силових відомств, українській розвідці виставляти себе на сміх. – Поки політики ніяк не зрозуміють різницю між сценою і кабінетом Президента, хтось же має Батьківщину захищати». Сатиричний висновок-репліка тяжіє до узагальнення й афористичності, з експресивністю і сконденсованістю змісту.

Блогер спрямовує свій текст на висміювання політичної влади та реакції реципієнтів, намагається дати відповідь на резонансні вчинки: «І все ж хто-хто, а розвідка має бути об’єктивною. – Це не російські ЗМІ, а українські «правоохоронці» при доброзичливому нейтралітеті Банкової напередодні сьомої річниці організували й провели кампанію з дискредитації Революції гідності, а разом з нею й самих себе. Це не російські пропагандисти повністю провалили (я б навіть сказав проігнорували) підготовку до другої хвилі пандемії» [7].

Автор стисло, лаконічно і влучно характеризує усі наслідки безвідповідальності дій нинішньої влади. Окремі риси та вчинки осіб автор осміює з перебільшенням, в іронічному тоні, подаються в гіпертрофованому вигляді. Такі ознаки створюють сатиричний ефект і дають підстави стверджувати про жанр фейлетону.

Схожу сатиричну манеру оповіді спостерігаємо в матеріалі «Фокін шитий» від 01.10.2020 Андрія Плахоніна. Автор супроводжує суб’єктивну оцінку фактами, які поєднуються з гумористичними підтекстами. Блогер пояснює факти через порівняння: «…вже даруйте за відвертість, інфантильного і недалекого Сергія Сивохо було хоч би те, що він президентський товариш за «Кварталом» (це як для більшовика разом із Леніним у Шушенському на засланні побувати)» [7].

У структурі матеріалу можна виокремити дві різні за значенням і стилістикою частини: перша – презентація різних фактів, друга – критично- сатиричне його коментування автором. Текст починається з висновків «Усе-таки правильно зробили, що відразу після інавгурації Зеленського Адміністрацію Президента перейменували в Офіс» [7].

Серед специфічних ознак цього матеріалу можна виокремити використання фразеологізмів: Єрмак висік сам себе, Єрмаком мости до відступу були спалені, до перших зірниць відректися від свого колишнього прем’єра, не втримавши язика за зубами, жорсткість тролінга видає руку Богдана, протік по всіх швах, і загрожує піти на дно. Також автор використовує прийом первинного згадування факту: «Передавати їх не голові Верховної Ради, як того вимагає Конституція зараз, а не зганьбленому жодними скандалами фахівцеві, голові Офісу Президента (прямо не сказано, але розписано так, що зрозуміло: Єрмаку)» [7].

Серед традиційних прийомів спостерігаємо дотримання чіткої фабули, виклад достовірних фактів, багатоаспектність змісту.

Блогер тримає комунікаційний процес з реципієнтами, створює діалогічний характер оповіді, зокрема в останніх реченнях тексту: «Чи є у нас підстави довіряти Єрмаку і Кравчуку? У мене жодних. А значить, ще обов’язково будуть нові скандали в ТКГ, і без Фокіна не менш гучні, ніж з Фокіним» [7].

Автор викладає думки в діалогічній формі, використовує значну кількість поетичних засобів, які необхідні для якісного комунікативного процесу. Блогер змальовує реальні факти в гротескній манері. Образна структура набудована за принципом контрастної концептуальності. Зокрема, перед читачем постають образи Вітольда Фокіна, Єрмака, Сергія Сивохо та Леоніда Кравчука. Їх вчинки описані з сатиричної позиції автора, із засудженням вчинків та наслідків. Основною метою автора є показ їх некомпетентності: «інфантильного і недалекого Сергія Сивохо було хоч би те, що він президентський товариш за «Кварталом» (це як для більшовика разом із Леніним у Шушенському на засланні побувати)»; «Спершу Кравчуком, що встиг ще до перших зірниць відректися від свого колишнього прем’єра»; «Єрмак пише пости ще радикальніші на адресу Росії, ніж Порошенко, ну а Кравчук…» [7].

Образні вислови є лаконічними, лаконічними, розкривають типовість дій чиновників, однак мають масштабні наслідки.

Текст написаний у публіцистичному стилі, з використанням образних засобів (серед яких переважають метафори), фразеологічні звороти та риторичні запитання. Багатьом із них характерна особлива авторська ритміка, наприклад: «даруйте за відвертість»; «онучкою-тусовщицею Машею перетворила його на комічну фігуру»; «прямо не сказано, але розписано так, що зрозуміло: Єрмаку»; «найбільш прикро, все це, незважаючи на очевидну користь»; «незважаючи на всю жорсткість прощальних формулювань» [7]. Вони свідчать про сатиричну майстерність зображення політичної ситуації та створюють загальний характер оповіді.

Сатирична манера характерна й для заголовку «Фокін шитий», що привертає увагу та передбачає певне обґрунтування в матеріалі. Прочитавши текст, стає зрозуміло, що це авторське оформлення ситуації.

Отже, автор в матеріалі презентує органічне поєднання фактологічної та сатиричної манери, вдається до документально-публіцистичної аргументації у процесі викриття політичних перепитій. Ці особливості дають підстави виокремити цей матеріал в жанр фейлетону.

Сатиричний нарис «Університети та політика: Начерк до спогаду» спостерігаємо в блозі Андрія Плахоніна від 24.09.2020 р. Автор дотепно обіграє критичну ситуацію: «Увесь тиждень, поки обговорювали передвиборні посиденьки «Слуг народу» в Університеті Шевченка, так і сяк мусолили знехтувані ними за активної співучасті ректора автономію університету, безпосередню заборону міністерства щодо політичної агітації та політичних заходів у стінах навчальних закладів, нарешті Закон» [7].

Основою для створення тексту стали спогади та факти про події в Україні за часів президентства Леоніда Кравчука. В структурі матеріалу автор в хронологічній послідовності викладає ситуації в вищій освіті з 1994 року і до сьогоднішнього дня. Блогер розкриває суть конфліктних ситуацій за допомогою сатиричних прийомів, завдяки яким вдається розкрити недосконалість політичної системи. Наприклад, фраза про те, що перший президент Леонід Макарович Кравчук наважився на дострокові вибори, мудро вирішивши не чекати, доки виборці перетворяться на мільярдерів.

Діяльність чиновників автор відображує також крізь призму сатиричного світобачення. Наприклад, вживає сатиричні метафори (перефарбувався в українські націоналісти, Леонід Макарович у країні паперових літачків і паперових корабликів, щодо «плюшок» найжирніший університетський шматок протест усіх барв веселки?); епітети (кабінетний працівник і тим більше генерал ідеологічного фронту, «бумагомарательских» відділах ЦК КПУ); просторіччя (отримуючи в кращому разі нульовий вихлоп); фразеологізми (вчорашній червоний директор, який умів, якщо треба, засукати рукави). За допомогою цих засобів автор презентує діяльність політиків, їх ставлення до суспільства, освіченість, чим створює модель української дійсності.

Для цього сатиричного тексту характерні авторські дописи, в яких автор критикує того чи іншого політика або чиновника, що ставить під сумнів досконалість політичної системи як такої.

Це досягається також завдяки специфіці жанру, який автор визначає як начерк до спогаду. Він належить до адресної публіцистики, яка ґрунтується на документальних фактах, містить реальні прізвища осіб, місце їх діяльності й перебування, близького оточення.

Блогер професійно опрацьовує та викладає факти пов’язані з означеною на початку матеріалу проблеми: «я прокручував у пам’яті свої університети. Вірніше, як за моєї пам’яті перший урок на тему «Університет і політика» колишньому ректорові Вікторові Скопенку виклав тоді ще початківець, а тепер експрезидент України Леонід Кучма. Лишень через роботу декілька днів було ніколи оформити спогади в мемуар» [7].

Однією з актуальних тем для сатиричних текстів в блогах є передвиборчі процеси і дії політиків у період загостреної ситуації.

Така ситуація змальована в матеріалі «До нас їде президент» від 10.09.2020. Гумористичний початок набуває значної емоційної сили: «Уже не один тиждень не на перекладних, а птахом-трійкою мчить країною гоголівський персонаж – чи Хлестаков, чи Чичиков – не зрозумієш» [7]. Іронічне порівняння Зеленського з Ревізором викликає легку насмішку в реципієнтів.

Центральним образом в матеріалі є майбутній президент. За допомогою метафор та епітетів створюється портретний нарис, зокрема таких: «зловживанні жанром перерізування стрічок», «Володимир Зеленський, що не соромився в перші тижні після інавгурації роздягтися до плавок, поповнішав і відверто втомився»; «Чим біс не жартує із усім своїм жирком, мішками під очима й антирейтингом», «усучити виборцеві» [7].

Критика дій політичного лідера є м’якою, сатирично-гумористичного спрямування, без натяку на гостре висміювання). Такий текст покликаний спонукати до певних настроїв суспільства.

Блогер насичує емоційними виразами матеріал, завдяки різностильовим мовним засобам досягається експресивність публіцистичного тексту. Значний гумористичний вплив мають внутрішньомовні засоби увиразнення. Автор моделює конкретну модель поведінки Зеленського, порівнюючи її з гоголівськими персонажами. Конкретні події, завдяки художній манері оповіді, піддаються художній деформації, порушуються звичні форми реалії, факти подаються в несподіваному комічному ракурсі.

Переважно, така специфіка зумовлює функціонування відповідних художніх засобів: гіперболи (переважно «скупкою» душ виборців); порівняння (він, як Ревізор, «їздить із робочими візитами в регіони «скільки його вистачить») та метафор (Ні, поки що він ще не забронзовів. Швидше, став сам собі восковою статуєю).

Отже, гумористичний портретний нарис містить низку художніх прийомів, помітно зображує перебільшення дій чиновника, слугує інформаційним обміном між думками автора та емоціями реципієнтів.

Отже, матеріал характеризується вибірковістю в суб’єктах зображення, гумористичним домислом, презентацією реальних фактів і їх сатиричною художньою основою. Прочитавши текст, складається загальна суб’єктивна оцінка дійсності, позитивної репрезентації образу-героя,

Для сатиричних жанрів блогосфери газети «День» характерні художньо-документальний стиль; сатиричне викриття, раціональність висновків, прояви публіцистичності, необмеженість у використанні художньо-виражальних засобів, насиченість образами-символами. Зазвичай сатиричні елементи найчастіше спостерігаються в памфлетах, які відображають політичні події, сприяє кращому сприйняттю історичних явищ.

**ВИСНОВКИ**

В теоретичному розділі проаналізовані наукові розвідки про систему сатиричних жанрів, які складають окрему групу в блогосфері. Зважаючи на специфіку художніх засобів та оповіді, сатирично-гумористичні тексти можна віднести до сатирично-публіцистичних.

До складу сатиричних жанрів відповідно до форми вираження необхідно відносити дві підгрупи: текстові сатиричні жанри і зображальні сатиричні жанри. До останніх можуть бути віднесені: карикатура, шарж, сатирична фотографія, фотоколаж, який пройшов еволюцію від мистецької техніки до самостійної жанрової форми.

Сатирично-гумористичні тексти належать до української сатиричної журналістики, які формують та впливають аудиторію завдяки візуальним та словесним засобам. Активно цей різновид може розвиватися в інтернет-просторі, окремим напрямком також в блогах. Перевагами таких матеріалів є поєднання художньої та документальної форми відображення дійсності.

Наукові розвідки подають еволюцію сатиричних жанрів, систему засобів, визначають їх загальну універсальність, історичність, дифузію з іншими жанрами.

Підходи до жанрового поділу сатиричних жанрів враховують можливості їх перетину з іншими науками: літературою, зображального мистецтва тощо. У журналістиці жанрова приналежність тексту залежить від функціональних і змістових характеристик, специфіки образно-виражальної системи. Система сатирично-гумористичних текстів в журналістиці включає вербальні і невербальні засоби, що тяжіють до публіцистики.

Для текстів сатиричної журналістики характерна низка ознак, яка засвідчує їхній гібридний характер, оскільки поєднують різні підходи до презентації фактів, подій та осіб, зокрема наукові, літературні, публіцистичні й мистецькі елементи.

Відмінність сатиричних зображальних жанрів в публіцистиці від мистецьких полягає в тому, що вони мають поєднання вербальних і невербальних елементів.

Проаналізувавши низку наукових публікацій щодо класифікації сатиричних жанрів, приходимо до висновку, що їх необхідно віднести до окремої групи, а не до художньо-публіцистичної. Це пов’язано з їх складаною системою художніх засобів та авторської манери оповіді. Також в їх структурі наявні такі жанроутворювальні чинники: форма художнього відображення дійсності, своєрідність предмета відображення, особлива поетика наративу.

Систематизовано дослідження про еволюцію сатири від переважання віршованих форм до прозових текстів, яка забезпечує конкретність оповіді, зображальну панорамність, зміну характеру публіцистичності.

Найпоширенішими сатирично-гумористичними жанрами є фейлетон, памфлет та сатирична замітка. Вони посприяли поширенню й інших сатиричних жанрів, зокрема несатиричних.

Сатирично-гумористичні матеріали виконують інформаційну функцію, яка передбачає точне та художнє відображення подій, явищ чи осіб. Обов’язковою умовою є презентація фактичної основи, однак із елементами шаржу, спотворення, викривлення.

Функціонуючи в інформаційному просторі вони виконують комунікативну роль, яка спрямована на виведення діалогу з читачем з відповідної теми, загострення його уваги, визначення теми як пріоритетної.

Завдяки сатиричним та гумористичним засобам тексти виконують функцію психологічної розрядки, яка дозволяє зняти певні негативні емоції, навіть якщо демонструється негатив. В цьому випадку можемо спостерігати наявність певних комунікативних законів, які сформулювали сучасні дослідники, зокрема: закон вербального пригнічення емоції – обговорення проблеми для зменшення її глобальності. Якщо автори презентують зображальні матеріали, то реципієнт може відчувати також і візуальне пригнічення.

Естетична функція, характерна для зображальних текстів, хоча може простежуватися й у інших матеріалах, якщо автор детально описує портрет або явище за допомогою символів, асоціацій, епітетів та метафор.

Гносеологічна, або пізнавальна функція реалізується завдяки глибокого аналізу описуваних явищ, позицій, які відкриваються реципієнтові в іншому ракурсі, з певними ярликами, поглибленими оцінками, асоціативними рядами, раніше для читача не відомими. Ця функція тісно переплітається із евристичною, яка реалізується у серійності матеріалів в блогах, зокрема присвячені одній тематиці, проблематиці, особам тощо.

Очевидною є виховна функція, виконувана памфлетами та фейлетонами, які носять повчальний зміст й висновки. Освітня функція сатирично-гумористичних текстів полягає в тому, що вони, крім зображення конкретних персон, змушують реципієнтів замислюватись над дійсністю, проводити аналіз, встановлювати причинно-наслідкові зв’язки, дають можливість здійснювати суб’єктивні оцінки й висновки.

В магістерській роботі проаналізовано еволюцію блогерства, яка розпочалася з 90-х роках минулого століття. Розквіт блогосфери припадає на 2000-ні роки, з появою та розбудовою перших соціальних мереж: «Twitter», «Tumbl», «Instagram», а також з потужним каналом «Youtube». Призначення їх від початку і до сьогодення є незмінним. В першу чергу для обміну інформацією та думками, самопрезентації особистих поглядів автора, згуртовування, навчальної можливості, просування власних ідей та жанрів. Сучасні блоги класифікуються відповідно до формату розміщеного контенту: текст, фото чи відео, музика чи підкаст.

На сьогодні авторами блогів є не лише професійні журналісти, але й особи з інших сфер. Найголовнішою умовою становлення є вміння організувати контент та нові погляди. Серед блогерів кількість жінок і чоловіків у світі є практично однаковою.

Проаналізовані сатирично-гумористичні тексти в блогах «Чоткого паци», «Альоши Дурнєва», «BAMPER TV», Майкла Щура «Телебачення Торонто» на відеохостингу «YouTube» та Дмитра Десятирика та Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День».

Своєрідністю їх матеріалів є вільна форма викладу думок, відсутність традиційних стандартів і чітких правил організації та створення контенту блогу, внутрішньої структури текстів.

Автори створюють сатирично-гумористичний контент приблизно кожні 3-5 днів, як у відео форматі, так і в текстовій репрезентації. Найбільшу популярність серед реципієнтів відеоблогів привертають: художні та візуальні засоби, інтригуючий заголовок до відео, лексика блогерів, їх міміка та жести. В блогах газети «День» перевага надається також заголовкам та художнім засобам. В блогах на каналі YouTube та газети «День» найчастіше фігурують сатирично-гумористичні тексти про політиків, їх абсурдним вчинкам та законам, публічним особам.

Конкурентна спроможність блогів на сатиричну тематику полягає не лише в привабливому контенті, але й залученні аудиторії до діалогу. Тому автори постійно ставлять риторичні запитання, закликають до активності та коментуванні.

Для популяризації блогу та сатиричних матеріалів в інтернет-просторі необхідно постійно дбати про їх просування. Блогери під матеріалами на каналі «YouTube» використовують платні форми, зокрема під текстами розташовують посилання на магазини або інші сайти. Безкоштовний спосіб популяризації блога використовується завдяки залученню реципієнтів до активності, регулярного оновлення контенту, використання геолокації та хештегів. Не менш важливим є зворотна реакція аудиторії, тобто вподобання, коментарі, «швидкі реакції» тощо.

Такий спосіб комунікацій дозволяє блогерам відслідковувати реакції реципієнтів, вивчати найбільш цікаві теми та отримувати високі рейтинги матеріалів та блогу в цілому.

Блоги, які містять сатиричні матеріали, мають позитивні наслідки для суспільства. Оскільки завдяки ним формується художнє світосприйняття, розширюється культура мови та уявлення. Реципієнти дізнаються нову інформацію про політиків та посадовців.

Попри позитивні аспекти необхідно наголосити на негативних наслідках після ознайомлення з сатирично-гумористичними текстами. Зокрема, це формування упередженого ставлення до зображуваного, жаргонізми та лайлива лексика, суб’єктивна оцінка дійсності. Тому блогерство цього спрямування має бути відповідальним та професіональним. Реципієнти мають критично оцінювати діяльність блогера та подану ним інформацію.

Сатирично-гумористична сфера діяльності – це творча індустрія, тому вона має менше піддаватися комерціалізації та однобічності. В ній має бути самоідентифікація блогера, його індивідуальній стиль, різноплановість зображуваного та творчий підхід при розкритті теми.

До найважливіших особливостей сатири та гумору необхідно віднести авторську репрезентацію дійсності, крізь яку обов'язково можливо прослідкувати портрет явища, трансформований за допомогою художніх та публіцистичних образів.

Сатирично-гумористичні тексти мають ознаки художності та публіцистики. Вони виражаються в жанровій та мовленнєвій специфіці, їх призначенні. Популярним жанром в блогосфері є сатиричний коментар.

Сатирично-гумористичні тексти необхідно характеризувати за такими ознаками: структурно-композиційні особливості, образна своєрідність, відповідність до певної групи творів.

До сатиричної групи віднесемо: фейлетон, сатиричну замітку, сатиричну замальовку, сатиричний огляд, сатиричний коментар, до гумористичної менші за обсягом: анекдоти, жарти, гумористичні фрази, репліки тощо

Отже, розглянувши сатирично-гумористичні тексти як важливу складову української блогосфери, вважаємо, що вони періодично урізноманітнюють інформаційний простір, набувають оригінальних ідейно-художніх принципів, особливого пафосу та виразної соціальної природи.

Сатира в журналістиці постійно еволюціонує, набуває індивідуальних ознак впливу на реципієнтів, позбавляється ознак типізації та узагальнення. Завдяки їй автори презентують реальних осіб, суспільне життя, інтерпретують факти й формують нове суспільне мислення.

Багатогранність сатиричних прийомів ускладнює процес визначення жанрів матеріалу, їх аналізу відповідно до наукових суджень. Тому, вважаємо, необхідно звертати увагу на презентацію фактичного матеріалу та реальних осіб в структурі сатиричного або гумористичного тексту.

В межах медійного контенту виокремлювати твори, які належать до сатиричної публіцистики та характеризуються виразною суспільною спрямованістю, мають функціональні, змістові, жанрово-формальні критерії.

За ідейним спрямуванням передбачають критично-комічне представлення, викривають суспільні суперечності та адресуються масовій аудиторії для формування суспільної думки.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Бардашевич Я. А. Особливості жанру інтернет-блогу. URL: http://uu.edu.ua/upload/Osvita/Navch\_metod\_d\_t//Osobennosti\_zhanra\_Internet\_bloga.pdf

2. Бибик С. Стильова розмовна норма та розмовна лексика. *Культура слова.* 2011. № 74. С. 59–65.

3. Білорицька А. Є. Характеристики контенту блогу як репрезентації капіталів суб’єктів у блогосфері ( на основі проведеного контент-аналізу). *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки.* № 15. 2010. С. 108–113.

4. Блог «Чоткий паца» URL: https://www.youtube.com/c/%D0%A7%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D0%9F%D0%B0%D1%86%D0%B0%D0%A2%D0%92/featured

5. Блог BAMPER TV. URL: https://www.youtube.com/c/BAMPERTV/featured

6. Блог Альоши Дурнєва. URL : https://www.youtube.com/c/AlekseyDurnev

7. Блог Андрія Плахоніна у всеукраїнській газеті «День». URL: https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/dykyy-zapad

8. Блог Дмитра Десятирика у всеукраїнській газеті «День» URL: https://day.kyiv.ua/uk/blog/kultura/durnyy-anekdot

9. Блог Майкла Щура «Телебачення Торонто». URL: https://www.youtube.com/channel/UCF\_ZiWz2Vcq1o5u5i1TT3Kw

10. Блог. Вікіпедія. URL: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3

11. Бойко А. С. Українська сатирична журналістика (на прикладі авторських програм Майкла Щура). URL : https://bdpu.org.ua/media-image-of-the-world

12. Бойко Н. І. Українська експресивна лексика: семантичний, лексикографічний і функціональний аспекти. Ніжин : ТОВ Видавництво «Аспект-Поліграф», 2005. 552 с.

13. Бычков В. В. Трагическое. Комическое. Ирония. Эстетика. Москва : Гардарики, 2004. С. 237. URL: www.lib.aldebaran.ru/author/bychkov\_viktor\_yestetika\_20.html.

14. Волохонский В. Психологистические механизмы и основания для классификации блогов. *Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet*. 2007 : URL: http://volokhonsky.ru/internet/volokhonsky.pd Ml

15. Ворошилов В. Журналистика. Базовый курс : учебник. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова, 2004. 704 с.

16. Гетманський К. Блогінг у контексті відродження особистої журналістики. URL : http://elib.bsu.by/handle/123456789/101843

17. Глосарій понять і термінів: постфольклор, інтернет-комунікація. Укладач Ж. З. Денисюк Київ : НАКККіМ, 2018. 28 с.

18. Горошко Е. И., Землякова Е. А. Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации».* Т.1 24(63). №1. Ч. 1. 2011. С. 225–237.

19. Громадська журналістика та відповідальні соціальні медіа: посібник для активістів НГО, суспільних журналістів / [М. Орлов, В. Торбіч, О. Поліщук, А. Сільченко, А. Ушинська], Рівне : Овід, 2012. 68 с.

20. Дейк, ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.

21. Жигаліна О. О. Блог як гіпержанр інтернеткомунікації. *Психолінгвістика.* 2009. Вип. 4. С. 210–216.

22. Закон «Про інформацію». URL: http://zakon5.rada.gov.ua/ laws/show/2657-12.

23. Захаров А. В. Значение анекдота в повседневной жизни. URL: http://sociologist.nm.ru/articles/ zaharow\_17.htm.

24. Зернецька Л. Глобальна політична блоґосфера – нова арена політичної комунікації*. Політичний менеджмент*. 2009. № 2 (35). С. 13–26.

25. Зикун Н. І. Жанрова репрезентація сатиричної публіцистики: уточнення наукових підходів. *Наукові записки Інституту журналістики.* Т. 61. 2015. Листопад-грудень. С. 84–91.

26. Івашенюк Д. М. До питання про мовні засоби сміхотворення в текстах українських анекдотів*. Лінгвістичні дослідження.* 2017. Вип. 45. С. 123–127. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu\_lingv\_2017\_45\_20.

27. Іллюк Н. Блогосфера як прояв «Громадянської» («Громадської», «Народної») журналістики*. Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации».* Т. 25 (64), № 4, Ч. 1 С. 223–229.

28. Капелюшний А. О. Виникнення і розвиток української радянської сатиричної публіцистики (1917 – 1941). Київ : УМДК, 1990. 103 с.

29. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.

30. Кафлевська С. Г., Мандро А. І. Блогерство як один з найсучасніших видів Інтернет-маркетингу. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор».* 2 (45). С. 140–144.

31. Кімакович І. І. Традиційний анекдот у контексті сміхових явищ української культури : дис. … канд. філол. наук : 10.01.07 ; НАН України, Ін-т мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. Київ, 1996. 248 с.

32. Ковалевська Я. Л. Медіапростір сатирико-саркастичного дискурсу (на прикладі американських онлайн видань). *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Іноземна філологія. 2016*. Вип. 84. С. 130–136

33. Коломієць А. Р. Вплив блогів на сучасне суспільство. URL: https://bdpu.org.ua/media-image-of-the-world

34. Кузнецова О. Д. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі. Львів : Вид. центр ун-ту імені Івана Франка, 2003. 250 с.

35. Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром’як, Ю. І. Ковалів та ін. Київ : Академія, 1997. 752 с.

36. Макаренко Ю. В. Інтернет-щоденник як новий вербальний канал спілкування URL: http://naub.oa.edu.ua/2012/ internet-schodennyk-yak-novyj-verbalnyj-kanal-spilkuvannya/

37. Мальцева Л. Українська блогосфера : функціонально-стильова характеристика. *Вісник Львівського ун-ту. Сер. філологічна.* 2011. Вип. 52. С. 278–289.

38. Матковська О. Перспективи лінгвістичних досліджень блогів. *Національний університет «Львівська політехніка».* 2015. 22–24 квітня. С. 128–131.

39. Михайлова О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки*. Вип. 4–5 (72–73). С. 130–142.

40. Новикова В. Ю. Сатиричні жанри на сучасному німецькому телебаченні на прикладі німецької програми «DIEANSTALT». *Бізнес. Суспільство. Влада.* 2015. № 23. С. 67–72.

41. Приходько А. І. Когнітивно-дискурсивний потенціал оцінки та способи її вираження у сучасній англійській мові : дис. …доктора філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя : Запоріжжя. держ. ун-т, 2004. 399 с.

42. Редкозубова О.С. Структура смеховой культуры. Аналитика культурологии. URL: http:// https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-smehovoy-kultury

43. Самохіна В.О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії і США. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. 360 с.

44. Стовбур Л.М. Розмовна лексика в українськомовних блогах. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки.* №1. 2014. С. 281-285.

45. Тепляшина А. Н. Аспекты комического в прессе постсоветской России. *Вестник Южно-Уральского государственного университета.* Серия : Социально-гуманитарные науки. 2006. Вып. 8 (63). С. 49–54.

46. Тертычный А. Жанры периодической печати : учеб. пособ. Москва : аспект пресс, 2000. 235 с.

47. Труб В. М. Явище «суржику» як форма просторіччя в ситуації двомовності. *Мовознавство.* 2000. № 1. С. 46–59.

48. Філатова О. Блоги та ЗМІ, громадянська та традиційна журналістика: співвідношення понять. URL : https://cyberleninka.ru/article/v/blogi-i-smi-grazhdanskaya- i-traditsionnaya-zhurnalistika-sootnoshenie-ponyatiy

49. Філіпенко Є. С. Жанрово-комунікативні особливості фейлетонів у газеті «Червоний степ» (1924–1925). *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 54. С. 173–178.

50. Харченко О. В. Постмодерністський сатиричний дискурс. URL : stattionline.org.ua›…31…postmodernistskij…diskurs.

51. Харченко О.В. Американський дискурс комічного ХХ й ХХІ сторіч (на матеріалі комедійних фільмів, художніх та публіцистичних творів) : монографія. Київ ТОВ Видавництво «Сталь», 2010. 356 с.

52. Худаведрова Н.П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли URL : publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2012-2/6- khudavedrova.pdf

53. Цвик В. Телевизионная журналистика : история, теория, практика : учеб. пособ. Москва : Аспект пресс, 2004. 382 с.

54. Чекмишев О. Основи якісного блогерства. Київ : Асоціація «Спільний простір», 2014. 48 с.

55. Чемеркін С.Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньо-структурні процеси. Київ : ППВФ, 2009. 240 с.

56. Шебеліст С. Особливості розвитку сучасної української есеїстики в системі журналістських жанрів : автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунік. 27.00.04. Київ, 2010. 18 с.

57. Шевченко Л. С. Українська блогосфера як дзеркало соціокультурних процесів. Результати дослідження користувачів «Живого Журналу». *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна.* № 4. 2010. С. 37–52

58. Ярмиш Ю. Ф. Жанри сатиричної публіцистики : навч. посіб. для студ. ін-ту журналістики. Київ : Видавництво Інституту журналістики, 2003. 156 с.

59. Beatty’s Bulworth. http://www. academia.edu/4382862/American\_critic\_Satire\_and\_cgi/viewcontent.cgi?article=3508&context=etd com/EBchecked/topic/524958/satire cyberleninka.ru/article/n/struktura-smehovoy-kultury

60. Day A. Satire and Dissent: Interventions in Contemporary Political Debate. Indianapolis. Indiana : Indiana University Press, 2011. 240 p.

61. Campbell J. D. Investigating the Necessary Components of a Sarcastic Context (Spine title: InvestigatingComponents of Sarcastic Context). Thesis format : Monograph. URL: http://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent. cgi?article=1545&context=etd

62. Elliott R.C. The nature of satire. Encyclopædia Britannica. URL : http://www.britannica. gbs\_toc\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false

63. Herring S. C. Bridging the gap: A genre analysis of weblogs *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences.* 2004. P. 1–11.

64. Hewitt H. Blog Understanding the information reformation that's changing your world. Edinburgh: Thomas Nelson Publishers, 2006. 260 p.

65. Horton J. PR and blogging – How to Think about It, available at: URL: www.online- pr.com/PRandBloggingarticle.pdf

66. Karpf D. Blogosphere research: a mixed-methods approach to rapidly changing systems. *IEEE Intelligent System*. № 24 (5). 67–70 pp.

67. Nilsson J. American Critic: Satire and Political Discourse inWarren. URL: https://rauli.cbs.dk/index.php/assc/article/view/4577

68. Nowson S. The language of weblogs: A study of genre and individual differences PhD Thesis: Unpublished manuscript Edinburgh, 2006. URL: http://www.nowson.com/papers/NowsonThesis06.pdf

69. Peters S. A. The Relevance of Sarcasm In Resolving Ambiguous References In Spoken Discourse URL: <http://scholarcommons.sc.edu/political_discourse_in_Warren_Beattys_Bulworth>

70. Simpson P. On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2003. 242 р.

71. Test G. A. Satire: Spirit and Art. Tampa: U of South Florida UP, 1991 300 р.

**SUMMARY**

Sarapiy M. M. «Satirical and humorous texts of the Ukrainian blogosphere» Zaporozhye, 2021. 79 р.

Authors of satirical and humorous blogosphere should create unique content and visual support for effective perception of materials, use specific artistic and speech constructions that will form public opinion about a public figure, phenomenon or event. Accordingly, there is a need for the synthesis of theoretical knowledge about the means of satire and humor in journalistic materials, their functioning in the Ukrainian blogosphere, analysis of the content and thematic specifics of satirical and humorous texts. There is also a need to study the structural-compositional, lexical and visual presentation of materials in blogs, all-Ukrainian publications and video hosting.

The aim of the study is to trace the specifics of the structure, content and genre originality of Ukrainian blogs, to define the concept of satire and humor in the modern communication space, analysis of satirical and humorous texts in the Ukrainian blogosphere.

The scientific novelty of the work is that:

for the first time:

- characterization of satirical blogs in the Ukrainian information space;

- conducted a content analysis and conducted a survey on satirical and humorous texts in the blogs of video hosting «YouTube» and the all-Ukrainian newspaper «Day»;

expanded: knowledge of the Ukrainian blogosphere;

specified: the basic concepts of satire and humor in Ukrainian journalism.

Keywords: **BLOGOSPHERE, BLOGGER, SATRICAL HUMORISTIC TEXT, PAMFLET, FAYLETON, SATRICAL NOTE, INTERNET VIDANNYA, FOOT MASSIVE INFORMATION, SATIR JOURNALISM.**

**Декларація**

**академічної доброчесності**

**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Сарапій Мар’яна Миколаївна, студентка 2 курсу магістратури, форми навчання заочної, факультету журналістики, спеціальність медіакомунікації, адреса електронної пошти mar2704@ukr.net, - підтверджую, що написана мною дипломна робота на тему «Вітчизняні медіа як засіб поширення національних стереотипів» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

* заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
* згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 02.12.2021

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Сарапій М.М.(студент)

Дата\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Підпис\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Тяпкіна Н.І.(науковий керівник)