

УДК 007:304:070

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.4\(44\).9](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.4(44).9)

**Г. М. Волинець**

кандидат філологічних наук, доцент  
доцент кафедри журналістики  
e-mail: [volynec@ukr.net](mailto:volynec@ukr.net), ORCID: 0000-0003-1266-0578  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
вул. Жуковського, 64, м. Запоріжжя, 69061, Україна

**С. Ю. Альбіновська**

e-mail: [svetlanayurevna98@gmail.com](mailto:svetlanayurevna98@gmail.com), ORCID: 0000-0002-0220-9647  
Національний університет «Запорізька політехніка»  
вул. Жуковського, 64, м. Запоріжжя, 69061, Україна

## СУСПІЛЬНІ НАРАТИВИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПОЛІТИЧНІЙ КАРИКАТУРІ

**Мета дослідження** – виявлення та характеристика суспільних наративів у сучасній українській політичній карикатурі (сайти «НВ» та «Тиждень.іа» за 2015–2020 рр.).

**Методологія дослідження.** У ході дослідження використано метод аналізу документальних джерел (сайти «НВ» та «Тиждень.іа» за 2015–2020 рр.), застосовано моніторинг, порівняльний метод.

**Результати.** Візуально-зображальний комплекс друкованих ЗМІ неодноразово був предметом наукових досліджень, однак карикатура як зображальний жанр сучасної журналістики, зокрема й особливості образотворення, міфологізації суспільної думки, механізми інкорпорації смислів – ще не мають глибокого ґрунтового осмислення. Розробка цих питань дозволить визначити основні наративи сучасної політичної карикатури, з'ясувати візуально-тематичні трансформації в карикатурах на політичну проблематику. Аналіз суспільно-політичних медіаресурсів «НВ» та «Тиждень.іа» дав змогу виявити такі закономірності: активне використання шаржів на відомих політиків, використання алюзії – запозичення й переосмислення образів-символів (біблійних, міфологічних, фольклорних, кінематографічних тощо). Сучасна візуалізація політичної сатири демонструє поєднання класичних художньо-образотворчих засобів із новітніми ідеями та підходами до реалізації змісту. Основним прийомом політичної сатири залишається використання шаржу – видозміненого портрету відомого політика. Карикатури застосовують такі художні засоби, як метафора, персоніфікація, стереотипізація, алюзія, гротеск тощо. Важливим смисловим елементом у карикатурі є символи та образи-символи, які допомагають лаконічно й зрозуміло подати окремі інформаційні блоки.

**Новизна.** У статті на матеріалі сайтів «НВ» і «Тиждень.іа» охарактеризовано суспільні наративи в сучасній українській політичній карикатурі. Здійснено аналіз і опис політичної карикатури, визначено особливості образотворення, їхні функції тощо.

**Практична значущість.** Результати дослідження можуть бути використані для подальших наукових пошуків щодо зображальних жанрів журналістики.

**Ключові слова:** візуально-зображальні жанри журналістики, візуальний контент, політична карикатура, малюнок (шарж, карикатура).

### I. Вступ

Серед соціальних процесів сучасного суспільства пріоритетними є комунікація та інформація як необхідні елементи життєдіяльності соціуму, взаємодії, у ході яких здійснюється передача інформації, думок, оцінок, цінностей. Сучасні засоби масової інформації використовують широкий арсенал засобів привабливості уваги реципієнта: традиційні лексичні та стилістичні комплекси в медіатекстах, а також ілюстративний (зображальний) матеріал. Завдяки розвитку технічних засобів розширились і можливості візуалізації, яка сьогодні стає важливим ефективним і самодостатнім засобом комунікації.

В еру трансформованого кліпового мислення візуалізація утворює базу сучасного інформаційного простору. Конвергентні процеси істотно вплинули на розвиток ЗМІ, зокрема посилили роль зображальних жанрів журналістики. А дієвість медіаінформації залежить від методів, прийомів та способів репрезентації візуального контенту. Сучасна журналістика широко використовує зображальний матеріал, який відіграє роль не лише естетичної прикраси й ілюстративного додатку до тексту, але й наділений самодостатніми функціями: інформує, навчає, виховує тощо.

Карикатура була предметом наукових досліджень ще за радянських часів (Ю. Сорокін, Л. Головіна). У період становлення незалежності України занепала й сатирична (спеціалізована) преса, і власне вивчення карикатури. На початку XXI ст. наукові пошуки активізувались, стали досліджувати різні аспекти функціонування карикатури: з погляду мистецтвознавства (В. Нестеренко), як історичний артефакт (Т. Бережна), у межах журналістикознавства (О. Айнутдінов, Б. Черняков).

Для визначення головних смислів сучасної політичної карикатури проведено аналіз зображень на сайтах – «НВ» та «Тиждень.ua» (за 2015–2020 рр.).

Методологічну та теоретичну основу цієї статті становлять праці вчених, які досліджують природу комічного в літературних та журналістських жанрах: Ю. Борева, Н. Зикун, О. Калити, А. Капелюшного, О. Кузнецової, О. Почапської та ін. Жанр карикатури розглядали такі науковці, як О. Айнутдінов, О. Артемова, М. Бірюков, К. Ковінько, О. Костерева, О. Кохан, А. Кротков, О. Маєвський, Х. Мамдух, О. Михайлюта, В. Нестеренко, М. Савчук, Б. Черняков, В. Шевченко та ін.

Українські журналістикознавці (Ю. Шаповал, Б. Черняков, В. Шевченко) зробили вагомий внесок у розбудову понять «зображальна журналістика», «зображальна публіцистика», «зображальний / візуальний контент». Феномен карикатури вивчали А. Айнутдінов, Х. Мамдух, Н. Зикун та ін. Функціонал карикатури крізь призму філософських, лінгвістичних та культурологічних категорій розкрили зарубіжні науковці (Дж. Браун, Е. Смадж, В. Хофман та ін.) й українські вчені (Ж. Мальцева, О. Почапська). Досліджуючи природу карикатури, науковці визначають, що її основою є поняття «сатири» й «гумору», а також категорія «сміху» з її суспільно детермінованою наративністю, стереотипізацією, культурним кодуванням та архетипами.

Попри значну увагу науковців до візуального контенту, є низка нез'ясованих питань, зокрема наявні лакуни у висвітленні системи візуально-зображальних жанрів та особливостей використання кожного з них у різних ЗМІ, що й зумовлює актуальність подібних досліджень.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – виявлення та характеристика суспільних наративів у сучасній українській політичній карикатурі (сайти «НВ» та «Тиждень.ua» за 2015–2020 рр.). У ході дослідження використано метод аналізу документальних джерел (сайти «НВ» та «Тиждень.ua» за 2015–2020 рр.), застосовано моніторинг, порівняльний метод.

## III. Результати

Візуальна журналістика – це методика «комбінування слів і зображень», яка дозволяє донести до споживача ЗМІ інформацію в повному обсязі; вона створена для використання кодів і символів, відомих читачам, незалежно від контексту. На шляху до успіху зображальної журналістики основну роль відіграла візуалізація інформації. Візуалізація – це унаочнення, ресурс для спостереження, для інформування реципієнта. Сучасна візуалізація реалізується за допомогою новітніх технологій і гаджетів – від смартфонів до фотоапаратів і комп'ютерів.

Одним з основних елементів візуальної журналістики є зображення. Графічні застосунки та спеціалізоване програмне забезпечення для редагування й верстки дозволяють створювати високоякісні ілюстрації (і малюнки, і фотозображення, і різноманітні жанри інфографіки), працювати з векторною й растровою графікою. Одним із найважливіших візуальних репрезентантів сатирично-гумористичного дискурсу є карикатура. Карикатура (від італ. *caricatura*, від *caricare* – навантажувати, перебільшувати) – жанр сатири, зображення, яке навмисно підкреслює й комічно перебільшує негативні особливості з метою їх осміяння й викриття. Карикатура, на думку дослідників, це «відтворення картин дійсності в перебільшеному або применшеному вигляді з метою їх висміювання», «зображуваний об'єкт свідомо подається в спотвореному, смішному ракурсі» [15].

Зокрема, Н. Зикун визначає карикатуру «як складний культурний феномен, природа якого визначається цілим комплексом особливостей. У друкованих ЗМІ карикатура розглядається як оперативна публіцистика; «коментування невідкладних справ»; єдність публіцистичності, художності і сміху» [6, с. 304].

Карикатура поєднує два типи засобів створення комічного: вербально-текстові та візуально-графічні. Суттєвою компонентою карикатури є текст: назва, підпис (у формі монологу або діалогу персонажів), репліки персонажів, розміщені на малюнку, надписи (у тому випадку, якщо портретна схожість персонажів неочевидна або зовсім відсутня), коментар до малюнка самого художника. Карикатура розглядається як синтез зображення й тексту. Як правило, карикатуру супроводжує текст викривального змісту.

На думку карикатуристів-практиків, карикатура – це «специфічна комбінація загальновідомих символів», таких, як: езопівські (тварини як символи людських характерів), міфологічні (символи із легенд і міфів Давньої Греції та Риму), середньовічні (смерть, король, блазень, лицар, кат), піктографічні тощо [12, с. 5].

За словами науковців, існує три варіанти взаємодії тексту й ілюстрації: 1) для розуміння карикатури не потрібен детальний текст, який розкриває її смисл, оскільки думка (емоція, відношення) виражені переважно графічно (за допомогою шаржу, перебільшеного відображення дійсності, метафори, поєднання реального й фантастичного, зіставлення непоєднуваного, парадокса-

льного тощо); 2) для сприйняття карикатури однаково важливі обидві частини – і вербальна, і візуальна; 3) основне смислове навантаження лягає на текст [5].

Сьогодні карикатуру розглядають у двох напрямках: як креолізований текст та як специфічний візуальний блок. Як зазначає Є. Артемова, креолізований текст «концептуально відрізняється від ілюстрації, яка додається до буквеного тексту, оскільки ілюстрація може існувати в різних варіантах, часто створюється пізніше за буквений текст (тобто зазвичай існує часовий розрив) і, нарешті, автор ілюстрації не обов'язково є автором буквеного тексту». Креолізованим, за словами дослідниці, «може вважатися лише той текст, частини якого (вербальна й невербальна) створюються одночасно, як правило, одним автором, інакше порушується цілісність тексту. Важливою характеристикою креолізованого тексту також є неможливість мати варіанти своєї невербальної частини» [2, с. 14].

Окремим візуально-графічним жанром, який часто використовують карикатуристи, є шарж. Шарж – від французького слова «тягар», «гумористичне зображення (зазвичай портрет), в якому з дотриманням схожості карикатурно змінені й підкреслені характерні риси людини» [3, с. 156]. У словниках поняття «шарж» тлумачать як «карикатурне відтворення дійсності зі свідомим спотворенням, перебільшенням окремих, найбільш важливих її рис» [15, с. 92].

Основними типологічними рисами шаржу, на думку Н. Зикун, є такі, як: змалювання внутрішньої «природи» зображуваної відомої особи; недотримання пропорцій; акцент не на сюжеті, а на емоційній складовій образу; конкретизація / персоналізація зображення (впізнавана персона); на відміну від карикатури – збільшення важливості візуального, ніж вербального (хоча поряд із шаржем часто розміщують епіграми і словесні пародії). Специфікою карикатури є її мобільність і оперативність у відображенні важливих актуальних подій [6].

У переосмисленні реального факту жанрова системність більш різноманітна: це підтверджує й жанр карикатури. Загалом, карикатура як зображальний жанр пройшла тривалий шлях – від гротескних, комічних зображень єгипетських фараонів і грецьких богів до середньовічних ескізів гріхопадіння; від сатиричних малюнків (які виготовляли відомі художники) до мальованих пародій середини XIX ст. Сучасної звичної форми карикатура набуває із середини XIX ст. Розвиток української карикатури вивчали Є. Демченко, Н. Зикун, В. Нестеренко, М. Савчук та ін. Новітня карикатура поєднує надбання попередніх періодів із сміливими мистецькими та філософсько-ідейними експериментами.

В умовах постійної візуалізації інформації в друкованих ЗМІ роль ілюстративних елементів постійно зростає. До типологічних особливостей карикатури належать її специфічний інструментарій образотворення, виразально-зображальні можливості, її публіцистичний функціонал. За проблемно-тематичним наповненням карикатури поділяють на соціально-побутову, філософську, політичну, економічну тощо. Це дозволяє карикатурі бути різноформатною і, залежно від виду та внутрішньотипологічного жанрового типу, виконувати низку функцій.

Карикатура завжди була одним із методів боротьби з владою в тоталітарному суспільстві, а категорія сміху й об'єкти сатири є одним із маркерів визначення свободи слова. Як зазначає О. Гресько, «система засобів масової інформації як невід'ємна частина суспільства розвивається в межах трансформації суспільного устрою, але водночас, в силу виняткового значення ЗМІ в інформаційному обміні, істотно впливає на характер та інтенсивність цього процесу. Формально-правовий вигляд системи мас-медіа та загальні принципи функціонування значною мірою залежать від шляхів перетворення устрою та правового порядку, а також від суспільно політичної ситуації, яка існує в державі» [4]. Відомо, що ЗМК віддзеркалюють, насамперед, особливості соціально-політичної ситуації, що склалася в суспільстві, і задовольняють інформаційні, комунікаційні та інші потреби медіааудиторії [11].

Дослідники зазначають, що «існують сталі схеми роботи з карикатурою загалом і з політичною карикатурою зокрема: ідентифікація зображених на малюнку осіб; встановлення часу, місця та подій, яким вона присвячена; з'ясування ставлення автора до зображуваних подій; визначення політичної позиції та переконань автора; символіка та графічні метафори у малюнку; визначення ступеня об'єктивності художника у відображенні подій з кореляцією на наші сучасні знання про них; визначення основного месиджу карикатури» [14]. Крім того, на думку Н. Зикун, видання відображають епоху в яскравих поняттях, в образах, які запам'ятовуються. У цій роботі ми спираємось на визначення поняття «наратив», яке, зокрема, глибоко осмислили українські вчені – Н. Зикун, А. Бессараб, Л. Пономаренко [7]. Науковці, провівши контент-аналіз українських газетних видань, виявили низку наратологічних номінацій; окреслена ними теоретична база та проаналізований репрезентативний практичний матеріал допоміг нам визначити окремі наративи в українській карикатурі.

Політична карикатура може бути засобом ідеологічної боротьби. Інкорпорує конкретний образ (людини, країни, організації, явища тощо) у суспільну свідомість, медіа (а точніше – власники або провладні структури, політичні партії) визначають порядок денний, формують відповідні стереотипи, суспільні наративи. Потужним засобом залишається візуалізація пропаганди – плакати, листівки, а також і карикатура.

Як зазначає Л. Темченко [16], сучасна політична карикатура демонструє подвійні стандарти щодо розуміння свободи слова й доволі часто перетинає критичну межу, порушуючи етичні та

моральні норми, провокуючи міжнародні конфлікти (на етнічному, расовому, культурному та релігійному ґрунті). Карикатуристи бачать мету, намагаються якомога точніше розкрити гостроту проблеми, вразити «супротивника», викрити суспільно-політичні вади – і, втрачаючи контроль, руйнують баланс.

Основна функція політичної карикатури – інформаційно-викривальна – виявляється в умовах демократії, де діє потужна опозиція. Карикатура не лише висміює, критикує, але й резонує, привертає увагу до гострих нагальних проблем. Попри те, що є загальні принципи створення політичної карикатури, все ж специфіка жанру визначається національними культурними традиціями. Політична карикатура дозволяє зняти суспільну напругу: адже відомо, що перетворення серйозного на смішне зменшує гостроту проблеми. І таким чином карикатура стає колосальним маніпулятивним засобом: сатиричні малюнки можуть впливати на формування суспільної думки, на зміну настроїв громади, на зміщення акцентів і на розбудову стереотипів. Креолізований текст додає експресії, а використання шаржових технологій (для презентації діяльності конкретних політичних діячів) дозволяє відтворити максимально деталізовані та зрозумілі картини політичного життя.

Політична карикатура покликана оперативно реагувати на актуальні важливі події; вона є ретранслятором детального повідомлення про порядок денний (як світовий, так і внутрішній). Сучасна поліграфія надає необмежені можливості для створення ефектних і яскравих малюнків, особливо важливим для таких форматів є короткій влучний креолізований текст (та його шрифтове візуальне оформлення). Сміслові навантаження візуальної сатири передається за допомогою умілого конструювання образу: від ідеї до практичної графічної реалізації. Карикатура не лише є виразником індивідуального стилю видання, але й ретранслятором сучасних архетипів, наративів. Карикатура є засобом впливу на формування суспільної свідомості, є засобом ідеологічної та політичної боротьби тощо. Усе це, як стверджує А. Айнудінов, дає підставу говорити про важливі специфічні функції, які виконують і журналісти, і художники-карикатуристи. Саме тому карикатура є частиною журналістики [1].

Найбільш різноманітно політична карикатура представлена на сторінках суспільно-політичних видань. На сьогодні в Україні уже сформувалась базова мережа найпопулярніших загальнонаціональних видань суспільно-політичного типу різних форматів – і газет, і журналів., Якщо стежити за рейтингами, то журнали «Кореспондент», «Український тиждень», «Фокус», «НВ» впевнено посідають перші місця за такими параметрами, як популярність, актуальність тем та гострота аналітики. Тож для аналізу візуального контенту було обрано сайти «НВ» та «Тиждень.ua». У зв'язку з тим, що на сьогодні інтернет є «багатомірним простором» (за словами А. Бессараб та Я. Зоськи), який сприяє й інформаційному гіперспоживанню [8], то ми обрали не друковані журнали, а інтернет-версії відомих часописів.

Основними темами політичної карикатури є персони політиків, реформи, корупції, хабарництва, кумівства, питання війни і миру тощо. Суспільно-політичні часописи «Тиждень» та «НВ» репрезентують якісну політичну карикатуру: обидва мають у штаті художників. На сайтах оприлюднюють не весь візуальний контент: більше фото, інфографіки та малюнків міститься саме в друкованих тижневиках. Журнал «Український тиждень» розміщує карикатури в різних рубриках, наприклад: «Культура», «Суспільство», «Історія» тощо. Натомість часопис «НВ» має окрему рубрику «Сатира», де розміщують анекдоти, смішні ситуації, які трапились із відомими політичними персонами світу та України. Тут публікуються також і карикатури, переважно в поєднанні із шаржовими образами та з лаконічним текстом-підписом.

Часопис «НВ» найчастіше друкує політичну карикатуру (у кожному номері), але також трапляються соціальна («Громадська кампанія на захист жінок від сексуального насильства і домагань, що почалася в США, шириться усім світом» 2018 № 2; «Після зими багато доріг в Україні опинилися в жалюгідному стані. Якісний капремонт займе не менше трьох років» 2018 № 14), спортивна («На олімпіаді в Пхенчхані на момент здачі номера в друк українська збірна не завойовувала жодної медалі» 2018 № 6) та економічна візуалізована сатира.

На сайтах «НВ» та «Тиждень.ua» оприлюднено невелику кількість політичних карикатур: електронні версії демонструють набагато менше ілюстрацій, ніж друковані журнали (лише по одному зображенню до кожного текстового матеріалу). За проблемно-тематичним спрямуванням карикатури охоплюють питання внутрішньої і зовнішньої політики України. Візуалізована сатира розміщена в різних рубриках видання «Тиждень.ua» і часто навіть на обкладинці. Карикатури «Тиждень.ua» відображають не лише проблемні аспекти зовнішньої та внутрішньої політики, але й транслюють глибші зв'язки, торкаючись соціальної проблематики. Натомість у «НВ» є окрема рубрика «Сатира», де й розміщено всі розважальні жанри (анекдоти, карикатури).

Суспільно-політичні видання «Тиждень.ua» та «НВ» репрезентують карикатури із широким спектром відображення політичної проблематики. Візуалізована сатира спрямована на критику таких питань, як: кризові ситуації зовнішньої та внутрішньої політики України; кумівство, корупція та зв'язки влади з олігархами; хабарництво та нечесне збагачення політиків; популізм і зрадливність політиків; відсутність політичної волі й рішучості; криза судової та законодавчої гілок влади тощо. У карикатурах засуджуються неправомірні дії зарубіжних політиків; військові конфлікти; втручання в інформаційний простір тощо. «НВ» активно використовує в карикатурі шаржі на ві-

домих політиків; «Тиждень.ua» віддає перевагу метафорам, узагальнено-типізованим образам, образам-символам.

Образотворення в карикатурі є важливим художньо-композиційним засобом. Вдала алегорія, метафора або образ-символ можуть розтлумачити проблему, допомагають читачам зрозуміти «порядок денний». Дуже часто в карикатурах зображують реальних політичних діячів. Загалом, за словами дослідників, людину можна висміяти по-різному: або акцентувати тільки на негативних рисах, або тактовно присоромити [9].

Як зазначає Н. Зикун, «специфіка зображальної публіцистики полягає не тільки у наборі зображальних тропів і візуально-вербальних фігур, а й у передачі простору в композиції графічної частини ізопублікації; різних формах реалізації часових характеристик зображення» [6, с. 237].

Гіперболізація й загострення рис об'єкта сатиричного відображення використовують при змалюванні відомих політичних діячів. Подібні шаржовані портрети є ключовими образами політичної карикатури.

Найчастіше політична карикатура використовує мальовані шаржі: сатира «на обличчя» (Тиждень № 3, 2015; № 16–17, 2015 – карикатура-шарж на Путіна; Тиждень № 6, 2015 – сатиричне зображення П. Порошенка, А. Яценюка та В. Гонтаревої; Тиждень № 18, 2015 – Маргрете Вестгер; Тиждень № 21, 2015 – Ангела Меркель тощо) та друга група сатиричних візуалізацій – узагальнення, збірний образ, сатира на суспільне зло (такі карикатури виконані не лише на політичні теми, а й на проблеми освіти, науки, економіки тощо). Надзвичайно популярним є також використання в карикатурі класичних образів, наприклад: образ ведмедя – Росія (Тиждень № 12, 2015; Тиждень № 19, 2020), образ дракона – Китай (Тиждень № 19, 2015), образ панди – Китай (Тиждень № 20, 2020), образ орла – США тощо.

Ще одним з яскравих засобів образотворення є метафора та персоніфікація, зокрема анімілізація: абстрактні поняття, ознаки представлені у вигляді тварин. Наприклад, обурення поведінкою державних діячів, які обговорювали жінку-колегу, трансформувалось у промовистий образ свиней – «Красива у нас Зіна, тюнінгована!.. баба – да!» (НВ № 25 2020). Образ козлів – як уособлення нерозумних радників президента: «У вас немає шансів! Немає рейтингу! – Казліна ти дурна!» (НВ № 21, 2020). Образ кліщів використано для змалювання політиків як паразитів (Тиждень № 21 2020).

Зрідка в карикатурах трансформують вербальну метафору у візуальну, наприклад: змалювання бійки депутатів, від якої пір'я летить (НВ, № 37 від 08.10.2020); відображення неякісної роботи правоохоронних органів, поспіх і недбалість у формуванні «справи» – у піктограмах «швейна машина» + «котушка з білими нитками» (Тиждень № 51 2019) тощо.

Оригінальним прийомом у створенні візуальної сатири є використання стереотипізації, наприклад: формула «політики не працюють, байдикують» втілена в ряді образів відомих персон, які на своєму робочому місці поводяться як на відпочинку; для цього змальовуються і відповідні атрибути – алкогольні коктейлів у вишуканих склянках (НВ № 35 2020), валіза для подорожі та маска для занурення (НВ № 29 2020) тощо.

Часто політична карикатура, маркована суспільними нарративами визначення ворога, або дихотомії «свій» – «чужий» використовує базові стереотипні образи (кат, вбивця, маніяк тощо). Архетип ворога, за словами дослідників, має багато облич: чужака, агресора, іновірця, варвара, загарбника, злочинця, насильника [10]. Цей підхід діє, коли йдеться про збірний образ ворога, перед яким згуртовується суспільство в умовах небезпеки. Сучасна українська політична карикатура зображує ворога як нікчому, застосовуючи також образи старої німецької людини (зображення Путіна як миршавого, низькорослого діда – «НВ» № 32, 2020).

Символ – це певний знак, який має уніфікований смисл для всієї спільноти; це спільне для всіх значення формується у процесі навчання, спілкування людей і є результатом умовної згоди на уніфіковане його використання у процесі комунікації. Цей знак покликаний замінити інше поняття, явище, предмет тощо; однак основне його завдання – унаочнити щось абстрактне, «комплекс уявлень, що стосується релігії, політики, науки тощо (наприклад, християнський хрест, прапори і герби, докторська шапочка)» [18].

Карикатури обох видань містять велику кількість різних символів. Це дозволяє деталізувати подану інформацію, допомагає в лаконічній формі передати читачам точні відомості. Наприклад, не обов'язково на малюнку прописувати назву держави, достатньо розмістити прапор (НВ № 32, 2020), або поєднання символіки: синій фон і жовті зірки по колу – ЄС (НВ № 37, 2020; НВ № 35, 2020) тощо. Це стосується й позначення інших локацій, наприклад, карикатура про кандидатів у мери Києва містить зображення відомих столичних пам'яток – Володимира Великого та Монумента Незалежності та (НВ № 27, 2020). США асоціюються з образом Статуї Свободи (Тиждень № 44, 2020). Будівля мавзолею і Кремля – як маркери Росії (Тиждень, 30.12.2019). Вдалим образом тоталітаризму залишається символіка Радянського Союзу – серп і молот, чорна зірка (НВ № 25, 2020; НВ № 23, 2020), авторитаризм – закарбовується у скіпетрі та короні (НВ № 32, 2020; НВ № 30, 2020), а тиранія – в нагайці та зброї (НВ № 31, 2020).

Абстраговані символи, наприклад: невідворотна катастрофа – образ «літака, що падає і падає» (НВ № 38, 2020); смерть – «скелет у плащі з капюшоном» (Тиждень № 22, 2020); загроза – «піратський прапор» (Тиждень № 28, 2020); любов і взаємопорозуміння – «серце» (НВ № 26,

2020), «серце, пробите стрілою» (НВ № 38, 2020); багатство – «повні кишені грошей, які, не поміщаються, випадають» (НВ № 23, 2020) або «валіза з грошима» (НВ № 20, 2020); символ убогості – «капелью для збирання грошей» (Тиждень 15.08.2019) неточності статистики від політиків – «гра в рулетку» (НВ № 27, 2020); імпичмент – «стоп-кран» (Тиждень № 40, 2019); символ влади – «булава» (Тиждень 18.09.2019; Тиждень 03.10.2020; Тиждень 05.08.2020; Тиждень 30.09.2020; НВ № 29, 2020) тощо. Символ святості – «німб»: карикатура про Ю. Тимошенко, яка в ефірі політичного ток-шоу сказала про переоцінку своїх дій і перепросила у своїх опонентів за чвари й протистояння (НВ № 36, 2020). Символ війни і численних смертей – втілено в зображенні цілої гори з людських черепів (Тиждень № 28, 2020). Придушення свободи волевиявлення змальовано в антитезі двох образів «чобіт, який топче молодий паросток» (Тиждень № 38, 2020). Символ руйнації, розпаду певних угруповань часто подають у вигляді корабля, що тоне; члени цих груп, як правило, відтворені в образах пацюків, що першими тікають від проблем, а не згуртовуються для подолання кризи (Тиждень № 30, 2020).

Змалювання в карикатурі крові, пацюків, кліщів дозволяє задіяти в адресата емоційну сферу, спровокувати в реципієнтів почуття огиди: цей прийом допомагає ілюстратору передати своє (або редакційне) ставлення до певної ситуації або особи; впливає на формування аксіологічних орієнтирів громадян. Подібні образи-символи викликають емоційний сплеск у читачів, і тим самим привертають увагу до глобальних проблем, акцентують на важливих подіях / явищах, допомагають виокремити головне в сучасному інформаційному шумі, стимулюють до роздумів, до аналізу. Карикатура може виконувати мотиваційну функцію: спонукати до певних дій.

Політична карикатура використовує такий художній засіб, як алюзія. Це натяк, непряме посилення на відомі образи (або запозичення та обігрування їх). Найчастіше використовують образи з Біблії, міфології, з усної народної творчості (казки, легенди), з художньої літератури, з історії, із сучасного фольклору (анекдоти, байки, гуморески, меми тощо) та кінематографії, мультиплікації тощо. Наприклад, алегорія відображена в таких архетипах, як:

- образ Мюнхгаузена – дивака, який діє під впливом мрій та емоцій – зображений Д. Разумков, спікер парламенту (Тиждень, 24.10.2019);
- образ Буратіно використано в контексті передвиборчих популістських обіцянок, у які вірять обивателі (Тиждень, 09.11.2020);
- образ супермена «Така опозиція нам потрібна» (Тиждень, 05.09.2019);
- образ сліпої Феміди – як уособлення судової гілки влади (Тиждень, 12.09.2019);
- образ Вія (демонічна міфологічна істота) – як символ загрози й біди, змальовано Російську Федерацію (Тиждень, 30.12.2019).

#### IV. Висновки

Карикатура є одним із дієвих жанрів журналістики. Науковці виокремлюють такі функції карикатури в пресі: інформаційну, комунікативну, рекреативну (психологічної розрядки), функцію привернення уваги (як засіб атракції), евристичну, пізнавальну, естетичну, виховну, репродукційну (трансляція нових смислів), функцію «культурної пам'яті», іміджетворчу, пропагандистську, маніпулятивну, функцію соціологізації тощо. Незважаючи на непросту історію, сьогодні вона широко доступна аудиторії й використовується різними газетами та журналами, інтернет-ЗМІ. Карикатура допомагає розкрити окремі ситуації в іронічній формі, по-іншому подати не стимулюючу до сміху новину та показати за всіма художніми перебільшеннями справжню сутність описаної проблеми або людини. Завдяки тому, що карикатура висміює негативні риси та явища, вона може формувати в читача позитивні етичні почуття.

Цей жанр поєднує художнє і публіцистичне начала: як публіцистичне – спирається на факти, як художнє – відтворення картини світу засобами художньо-образного конструювання, художньої виразності. Залежно від того, який прийом комічного використовується (гумор, іронія, сатира чи сарказм), картина дійсності змальовується м'якше чи жорсткіше. Для створення карикатури використовують такі образно-художні засоби, як метафора, метонімія, гротеск, абсурд, контрастність, оксюморон (зокрема, внутрішнє протиставлення), пародія, символ, алегорія, алюзія, гіперболізація (перебільшення), метаморфоза, мініатюризація (применшення), стереотипізація, узагальнення та індивідуалізація (підміна загального висновку приватним, унікальним), шаржування, персоніфікація (додавання впізнаваної особи) тощо. У ХХ ст. карикатура розширила арсенал художньо-образних засобів, використовуючи каламбури, діалогізм, експресивність, інтригу, сюрреалістичні елементи (зокрема, абсурдна гра) і водночас зберігаючи тягіння до простоти й виразності.

Політична карикатура активно залучає інший графічний жанр – шарж. В основі шаржу лежить поняття пародії: гіперболізація окремих частин тіла, загострене акцентування на особливостях фігури, абсурдне викривлення характерних рис людини, підкреслено спотворений портрет тощо.

Політична карикатура є джерелом особливої інформації: вона крізь «збільшуваче, дещо викривлене скло» відображає відносини між політиками, політичними партіями, різними гілками влади, розкриває проблематику міждержавної політичної комунікації. Особливо актуальності набуває вона сьогодні – у час інформаційної війни. Втім, у руках авторитарної влади карикатура стає небезпечним інструментом сугестивних технологій: як засіб ідеологічного впливу та пропаганди.

Специфікою сучасної політичної української карикатури є розширення проблемно-тематичного спектру: ідейне наповнення виходить із вузьких рамок «лише політика» й додає важливі соціальні наративи, зокрема побутові – політична криза зображується крізь призму економічної проблематики, медицини, освіти тощо.

Політична карикатура є соціально детермінованою, оскільки, крім іншого, виконує функцію формування суспільної свідомості, політичної обізнаності читачів. Водночас карикатура є потужним інструментом маніпуляції та пропаганди: діючи на полі психоемоційних впливів, вона буває ефективнішою, ніж текст. Цей зображальний жанр може не лише підсилити продуманий імідж політика, а й «зняти маску» з політика, відкриваючи його реальну сутність. Політична карикатура не для всіх: її зможе прочитати лише людина, яка має базові знання про топ-політиків, про останні суспільно-політичні події, обізнана у сфері світового та внутрішнього політичного порядку денного. Карикатура змушує читачів задуматись, проаналізувати зміст, розкрити ідейний задум художника.

Карикатури на сайтах «Тиждень.ua» та «НВ» репрезентують гротескну виразність та високу майстерність художників. Карикатуристи використовують абстраговані образи-символи (відомі, розтиражовані), зокрема: смерть – «скелет у плащі з капюшоном»; піратський прапор; серце, пронизане стрілою; німб/роги; гра в рулетку тощо. Візуалізована сучасна українська сатира презентує найрізноманітніші метафоричні та алегоричні образи: анімалістичні (свині, кози), флористичні (соняхи, будяки), предметні (швейна машинка та білі нитки) тощо. Сюжет політичної карикатури спирається на образи-алюзії з Біблії, міфології, з усної народної творчості (казки, легенди), з художньої літератури, з історії, із сучасного фольклору (анекдоти, байки, гуморески, меми тощо) та кінематографії, мультиплікації, наприклад: образи Мюнхгаузена, Буратіно, Супермена, Феміди, Вія та ін.

Таким чином, сучасна політична карикатура допомагає розкрити суть проблеми або особи, зняти «маски», викрити підступність політичних маневрів; впливає на формування аксіологічних орієнтирів громадян. Втім, подібні маніпулятивні прийоми баланують на тонкій грані: з одного боку, вони можуть бути спрямовані на те, щоб дати поштовх для роздумів; з іншого – можливість нав'ювання, переконання та утвердження єдино правильної точки зору. Небезпека полягає в тому, що карикатура може конструювати новий політичний міф; може стати механізмом насадження ідеології, рупором пропаганди та дезінформації.

#### Список використаної літератури

1. Айнутдинов А. Типология и функции карикатуры в прессе. URL: <http://www.cartoonblues.com/fogum/viewtopic.php?p=61734> (дата обращения: 11.08.2020).
2. Артемова Е. Карикатура как жанр политического дискурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Волгоград. гос. пед. ун-т. Волгоград, 2002. 240 с.
3. Бойко Ю., Бойко Т. Термінологічно-понятійний словник з культурології та художньої культури. Вінниця : ПП ВЄДА, 2012. 164 с.
4. Гресько О. Міжнародна журналістика в контексті глобальних суспільних трансформацій : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.01.08. Київ, 2004. 12 с.
5. Зикун Н. Карикатура в українському сатиричному виданні початку ХХ ст. як різновид «креолізованого тексту». *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2013. Вип. 34. С. 102–106.
6. Зикун Н. Сатирична публіцистика Наддніпрянщини в інформаційному просторі України: становлення, розвиток, жанрово-тематичні форми : дис. ... д-ра наук із соц. ком. : 27.00.04 / Науково-дослідний інститут пресознавства Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. Львів, 2016. 482 с.
7. Зикун Н., Бессараб А., Пономаренко Л. Наратив як контентна основа міжнародних стратегічних комунікацій. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2020. № 1. С. 4–11.
8. Зоська Я. В., Бессараб А. О. Споживчі інтенції українців щодо контенту й послуг Інтернету. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики* : зб. наук. пр. Запоріжжя : КПУ, 2018. Вип. 80. С. 61–71.
9. Коскін В. Асоціація карикатуристів. «Карикатура має не ображати, а лікувати» – Володимир Солонько. *Портал Українця*. URL: <http://artvertep.com/print?cont=6230> (дата обращения: 11.08.2020).
10. Костерева О. А. Образ врага в отечественной политической культуре периода Холодной войны. Опыт анализа визуального источника. *Пси-фактор*. URL: <http://psyfactor.org/lib/propaganda17.htm> (дата обращения: 19.08.2020).
11. Кузнецова Т. Аксіологія соціальних комунікацій : навч. посіб. Суми : Вид-во Сумського держ. ун-ту, 2012. 300 с.
12. Москин Д. Краткая энциклопедия карикатуры (из истории юмора и сатиры в графике). Петрозаводск : Петропресс, 2000. 208 с.
13. НВ («Новое время») : офіційний сайт. URL: <https://nv.ua/ukr> (дата обращения: 11.08.2020).
14. Питльована Л. Антибританська політична карикатура у Німеччині як засіб пропаганди у період Першої світової війни. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Держава та армія*. 2014. № 784. С. 76–84.

15. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / уклад.: Ю. Бідзіля. Ужгород : Закарпаття, 2007. 220 с.
16. Темченко Л. Змістовні та формотворчі особливості європейської політичної карикатури. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. Вип. 17. С. 123–128.
17. Тиждень.ua («Український тиждень»): офіційний сайт. URL: <https://tyzhden.ua/> (дата обращения: 02.08.2020).
18. Юрій М. Соціологія культури. Київ : Кондор, 2006. 302 с.

#### References

1. Ajnutdinov, A. Tipologija i funkcii karikatury v presse. Retrieved from <http://www.cartoonblues.com/forum/viewtopic.php?p=61734> [in Russian].
2. Artemova, E. (2002). *Karikatura kak zhanr politicheskogo diskursa* [Caricature as a genre of political discourse]. (Candidate's thesis). Volgograd State Pedagogical University. Volgograd [in Russian].
3. Boiko, Yu., & Boiko, T. (2012). Terminolohichno-poniatiniy slovnyk z kulturolohii ta khudozhnoi kultu-ry [Terminological and conceptual dictionary of culturology and art culture]. Vinnytsia: PP VleDA [in Ukrainian].
4. Hresko, O. (2014). *Mizhnarodna zhurnalistyka v konteksti hlobalnykh suspilnykh transformatsii* [International journalism in the context of global social transformations]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv [in Ukrainian].
5. Zykun, N. (2013). Karykatura v ukrainskomu satyrychnomu vydanni pochatku XX st. yak riznovyd «kreolizovanoho tekstu» [Caricature in the Ukrainian satirical publications of the early 20th century as a kind of «creolized text»]. *Naukovi pratsi Kamianets-Podil'skoho natsionalnoho universytetu imeni Ivana Ohienka. Filolohichni nauky*, 34, 102–106 [in Ukrainian].
6. Zykun, N. (2016). *Satyrychna publitsystyka Naddnyprianshchyny v informatsiinomu prostori Ukrainy: stanovlennia, rozvytok, zhanrovo-tematychni formy* [Satirical publicism of the Dnipro region in the information space of Ukraine: formation, development, genre-thematic forms]. (Doctor's thesis). Naukovo-doslidnyi instytut presoznavstva Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka. Lviv [in Ukrainian].
7. Zykun, N., Bessarab, A., & Ponomarenko, L. (2020). Narrative as a content basis of international strategic communications [Narrative as a content basis of international strategic communications]. *Derzhava ta rehiony: Socialjni komunikacii*, 1, 4–11 [in Ukrainian].
8. Zoska, Ya. V., & Bessarab, A. O. (2018). Spozhyvchi intentsii ukrainsiv shchodo kontentu y posluh Internetu [Consumer intentions of Ukrainians regarding Internet content and services]. *Sotsialni tekhnolohii: aktualni problemy teorii ta praktyky*, 80, 61–71 [in Ukrainian].
9. Koskin, V. Asotsiatsiia karykaturystiv. «Karykatura maie ne obrazhaty, a likuvaty» – Volodymyr Solonko [Association of cartoonists. «Caricature should not offend, but treat» – Volodymyr Solonko]. *Portal Ukraintsia*. Retrieved from <http://artvertep.com/print?cont=6230> [in Ukrainian].
10. Kostereva, O. A. (2012). Obraz vraga v otechestvennoj politicheskoi kul'ture perioda Holodnoï vojny. Opyt analiza vizual'nogo istochnika [The image of the enemy in the domestic political culture of the Cold War period. Experience of visual source analysis]. *Psi-faktor*. Retrieved from <http://psyfactor.org/lib/propaganda17.htm> [in Russian].
11. Kuznietsova, T. (2012). Aksiolohiia sotsialnykh komunikatsii: navch. posib. [Axiology of social communications]. Sumy: vyd-vo Sum'skoho der-zhavnoho universytetu [in Ukrainian].
12. Moskin, D. A. (2000). Short encyclopedia of cartoons (from the history of humor and satire in graphics) [Kratkaja jenciklopedija karikatury (iz istorii jumora i satiry v grafike)]. Petrozavodsk: Petropress [in Russian].
13. NV («Novoe vremya») [Official site NV]. Retrieved from <https://nv.ua/ukr> [in Russian].
14. Pytlova, L. (2014). Antybrytanska politychna karykatura u Nimechchyni yak zasib propahandy u period. Pershoi svitovoi viiny [Anti-British political caricature in Germany as a means of propaganda during the First World War]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika». Derzhava ta armii*, 784, 76–84 [in Ukrainian].
15. Bidzilia, Yu. (Ed.) (2007). Slovnyk zhurnalista: terminy, mas-media, postati [Journalist's dictionary: terms, mass media, figures]. Uzhhorod: Zakarpattia [in Ukrainian].
16. Temchenko, L. (2017). Zmistovni ta formotvorchi osoblyvosti yevropeiskoi politychnoi karykatury [Substantive and formative features of European political caricature]. *Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 17, 123–128 [in Ukrainian].
17. Tyzhden.ua («Ukrainskyi tyzhden»). [Official site «Ukrainian week»]. Retrieved from: <https://tyzhden.ua/> [in Ukrainian].
18. Iurii, M. (2006). Sotsiolohiia kultury [Sociology of culture]. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.10.2020.

Received 03.10.2020.



**Volynets G., Albinovska S. Social Narratives in Modern Ukrainian Political Caricature**

*The purpose of the study is to identify and characterize social narratives in modern Ukrainian political cartoons («NV» and «Tyzhden.ua» web sites) for 2015–2020).*

**Research methodology.** *In the course of the research the following methods were used: method of monitoring and analysis of documentary sources («NV» and «Tyzhden.ua» web sites in 2015–2020); descriptive method, structural-typological one in the study of genre-typological features of caricature; method of generalization to determine the patterns of modern political caricature development; elements of the classification method to characterize the image creation in a satirical drawing.*

**Results.** *The visual and pictorial complex of print media has repeatedly been the subject of scientific research, but caricature as a pictorial genre of modern journalism, including features of image creation, mythologizing of public opinion, mechanisms of meanings incorporation – they do not yet have a deep thorough comprehension. The development of these issues will allow determining the main narratives of modern political caricature, to clarify the visual and thematic transformations in caricatures on political topics. Analyzing the socio-political «NV» and «Tyzhden.ua» media resources, we found the following patterns: the active use of grotesque cartoons of famous politicians, the use of allusions – borrowing and rethinking of images-symbols (Biblical, mythological, folklore, cinema ones, etc.). Modern visualization of political satire demonstrates the combination of classical artistic and visual means with the latest ideas and approaches to the content implementation. The main method of political satire is still the use of grotesque cartoon – a modified portrait of a famous politician. Caricatures use such artistic means as metaphor, personification, stereotyping, allusion, grotesque, etc. Important semantic elements in the cartoon are the symbols and images-symbols, which help to present the stand-alone information blocks concisely and clearly.*

**Novelty.** *The article on the «NV» and «Tyzhden.ua» web-sites material characterizes social narratives in modern Ukrainian political caricature. The analysis and description of political caricature is carried out, features of image creation, their functions, etc. are defined.*

**Practical significance.** *The results of the study can be used for further research on pictorial genres of journalism.*

**Key words:** *visual and pictorial genres of journalism, visual content, political caricature, drawing (grotesque cartoon, caricature).*

**Волынец Г. Н., Альбиновская С. Ю. Социальные нарративы в современной украинской политической карикатуре**

*Цель исследования – выявление и характеристика общественных нарративов в современной украинской политической карикатуре (сайты «НВ» и «Тиждень.юа» за 2015–2020 гг.).*

**Методология исследования.** *В процессе исследования использовался метод анализа документальных источников (сайты «НВ» и «Тиждень.юа» за 2015–2020 гг.), задействованы мониторинг и сравнительный метод.*

**Результаты.** *Визуально-изобразительный комплекс печатных СМИ был предметом научных исследований, однако карикатура как визуальный жанр современной журналистики, в частности и особенности создания образа, мифологизация общественного сознания, механизмы инкорпорации смыслов, еще не нашли глубокого осмысления. Разработка этих вопросов позволит определить основные нарративы современной политической карикатуры, обозначить визуально-тематические трансформации в указанных карикатурах. После проведения исследования на основе социально-политических медиаресурсов «НВ» и «Тиждень.юа» выявлены такие закономерности: активное использование шаржей на известных политиках, использование аллюзии – заимствование и переосмысление образов-символов (библейских, мифологических, фольклорных, кинематографических и др.). Современная визуализация сатиры демонстрирует сочетание классических художественно-изобразительных средств с новыми идеями и подходами к реализации смысла. Основным приёмом политической сатиры остается использование шаржа – видоизменённого портрета известного политика. Карикатуры используют такие художественные приёмы, как метафора, персонификация, стереотипизация, аллюзия, гротеск и подобное. Важными смысловыми элементами карикатуры являются символ и образ-символ, которые помогают лаконично и доступно презентовать отдельные информационные блоки.*

**Новизна.** *В статье на материале сайтов «НВ» и «Тиждень.юа» рассматриваются социальные нарративы в современной украинской политической карикатуре. Проведён анализ и представлено описание политической карикатуры, определены особенности создания образов, функции политической карикатуры и т. д.*

**Практическая значимость.** *Результаты исследования могут быть использованы во время дальнейшего изучения изобразительных жанров журналистики.*

**Ключевые слова:** *визуально-изобразительные жанры журналистики, визуальный контент, политическая карикатура, рисунки (шарж, карикатура).*