
ПРИКЛАДНІ СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

УДК 070:004.738.5]:821.161.2.091:7.049.2

DOI: 10.32840/cru2219-8741/2021.4(48).9

Н. І. Тяпкіна

кандидат філологічних наук, доцент
доцент кафедри видавничої справи та редагування
e-mail: nataliatiapkina@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3251-0921
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

М. М. Сарапій

e-mail: mar2704@ukr.net, ORCID: 0000-0002-5567-0920
Запорізький національний університет
вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна, 69002

САТИРИЧНО-ГУМОРИСТИЧНІ ТЕКСТИ УКРАЇНСЬКОЇ БЛОГОСФЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДТВОРЕННЯ ДІЙНОСТІ

Мета дослідження – характеристика сатирично-гумористичних текстів української блогосфери як інструменту відтворення дійсності та вияву громадянської журналістики.

Методологія дослідження. Для дослідження блогосфери використано методи аналізу й синтезу, систематизації даних та їх інтерпретації. Зроблено огляд літератури про творення сатирично-гумористичного ефекту в блогосфері, розглянуто наукові публікації про блоги, їх місце в публічному інформаційному просторі як інструменту відтворення дійсності. Для аналізу було залучено контент, що функціонує на відеохостингу YouTube, зокрема канали, що презентують сатирично-гумористичні тексти вітчизняного сегмента аналізованої платформи. Для виявлення популярних блогів проведено інтернет-опитування. Інтерпретаційний метод дав змогу продемонструвати залежність сатирично-гумористичних текстів суспільної тематики від актуальної політичної ситуації в країні та суб'єктивної оцінки автором відтворених подій.

Результати. На основі аналізу наукової літератури виділено характеристики блогу як образу реальності та інструменту відтворення дійсності. Окреслено популярні сатирично-гумористичні блоги, схарактеризовано й обґрунтовано їх функції та способи творення комічного ефекту. Блогосфера в системі масмедіа є потужною ланкою забезпечення комунікації та засобом донесення інформації. Через широке залучення реципієнтів формує стереотипи, настанови, упередження в суспільстві, а також зменшує чи збільшує соціальну напругу. Сатиричні й гумористичні тексти є важливим каналом передачі інформації від автора до аудиторії та одночасно засобом комунікації між самими реципієнтами. Блогери здатні залучати аудиторію до комунікації, а також здійснювати інформаційний, емоційний вплив за допомогою текстів. У зв'язку із цим необхідно розуміти виняткову важливість блогосфери для споживачів контенту, зокрема сатирично-гумористичного. У дослідженні визначено домінантні функції популярних сатирично-гумористичних блогів Олексія Дурнєва, BAMPER TV, Майкла Щура (Телебачення Торонто) на відеохостингу YouTube. Окреслено фактуальний складник аналізованих текстів.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані в процесі вивчення курсів спеціальності «Журналістика» з питань студіювання прикладних соціально-комунікаційних технологій; формування компетентностей, пов'язаних із творенням ефективних текстів у соціальних медіа, а також медіапрактиками для розуміння інструментів відтворення реальності в сучасному інформаційному просторі.

Ключові слова: блог, блогосфера, сатирично-гумористичний текст, дійсність, громадянська журналістика.

I. Вступ

Згідно із 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» [5]. Українська законодавча база дозволяє здійснювати інформаційну діяльність кожному громадянину, використовуючи легальні методи збору, опрацювання та презентації інформації. Це право має можливість широкої реалізації за допомогою соціальних медіа та ресурсів сучасних інформаційних технологій, у тому числі блогерства та блогу як результату блогерської діяльності. Блог забезпечує активним громадянам висловлення власної позиції, транслявання переконань, ідеалів, цінностей без редакційних фільтрів. У зв'язку із цим у середовищі комунікативістів виникло два поняття – «civiljournalism» і «citizenjournalism», які українською перекладаються «громадська журналістика», «громадянська журналістика», «народна журналістика» [8, с. 225]. Переваги блогерства в контролі за владою та швидких реакціях (миттєвому інформуванні), на відміну від традиційних медіа, безсумнівні. Незаангажованість, відсутність редакторської політики та вільний виклад думок характеризують блогосферу як незалежний інформаційний простір і як природний інструмент відтворення дійсності. Блог, на відміну від принципів дії традиційних медіа (телебачення, газет, радіо), робить ставку не на факт, а на персональну думку про нього [16]. «Персональна» думка про факт, інтерпретація чи оцінка факту засвідчують фактуальний каркас блогерського тексту.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є характеристика сатирично-гумористичних текстів української блогосфери як інструменту відтворення дійсності та вияву громадянської журналістики.

Основою методів дослідження становлять аксіологічний та культурологічний підходи; використано такі загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, індукції, порівняння, систематизації та інтерпретації фактів. Інтерпретаційний метод продемонстрував залежність сатирично-гумористичних текстів від актуальної політичної ситуації в країні та суб'єктивної оцінки автором відтворюваних подій.

III. Результати

Природа та специфіка функціонування блогу та блогосфери окреслена в працях вітчизняних дослідників А. Білоричко, Л. Городенко, А. Досенко, О. Матковської та ін. [1; 3; 4; 11]. Публікації, що характеризують блогосферу, наголошують на її демократизмі, колоритному суб'єктивізмі, багатовекторному тематичному спрямуванні, що впливає на стрімке збільшення популярності серед споживачів інформації. Останнє пов'язано із частою сенсаційним характером публікацій, актуальністю тем, новизною, оперативністю та відсутністю меж вияву творчого потенціалу при творенні контенту. До чинників збільшення популярності блогів належать також розважальність та активна реалізація комічного – від формату до фрагментарних вкраплень. Питання композиційних та змістовно-тематичних особливостей сатирично-гумористичних медіатекстів розглянуто достатньо повно (праці Н. Зикун, Я. Ковалевської, О. Кузнецової, В. Новикової та ін. [6; 9; 10; 13]), проте складність матеріалу, його гнучкість і динамічність залишають простір для подальших досліджень.

Проаналізувавши рейтинги сайту «Маніфест» (<https://manifest.in.ua/rt/>), 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, подорожі, канал оглядів продукції (інтернет-магазин «Апо»), корпоративні канали (наприклад, МОН) тощо. Як бачимо, блогерські сатирично-гумористичні канали користуються популярністю серед споживачів інформації відеохостингу YouTube. До рейтингу потрапили Чоткий Паца, Василь, Телебачення Торонто, Liolik Ua, Переозвучка UA, Kolegi Studio!, Хот Перевод, МЮСЛИ КЛИЧКА тощо. Інші тематичні групи для популярності, крім сенсаційності, скандальності, апеляції до базових потреб людини як метод привернення уваги також можуть використовувати гумор та сатиру.

Паралельно для отримання даних про популярних блогерів та актуальну тематику було обрано метод інтернет-опитування користувачів YouTube. Він базувався на зборі первинної інформації та передбачав одержання результатів, які будуть об'єктивними й задокументовані для нашого дослідження. Опитування ґрунтувалося на висловленнях окремих осіб і дало змогу отримати інформацію про популярні блоги та теми. 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 за заздалегідь підготовленим планом. За частотою проведення – одноразове опитування. Загальна вибірка – 41 особа, середній вік – від 25 до 35 років. Під час опитування відповіді приймали в довільній формі, а результати виявили популярних блогерів вітчизняного сегмента YouTube: Птушкін – 20%, Телебачення Торонто – 15%, Сергій Притула – 15%, Geek Journal – 15%, Віталій Портніков – 10%, Валерій Ананьєв – 10%, Роман Скрипін – 10%, Іван Семесюк – 10%. Опитувані також називали Бампера, Клятого раціоналіста, Вахтанга Кіпіані, Юрія Бутусова, братів Капранових та ін.

У першому та другому аналізі блогосфери згадуються різні сатирично-гумористичні блоги, що засвідчує складність опису та систематизації об'єкта дослідження. Виняток становить Телебачення Торонто. Спостереження дає фрагментарні результати, проте виявляє загальні тенденції реалізації явища – сатирично-гумористичні блоги посідають важливе місце у вітчизняній блогосфері (12% сайту «Маніфест» та 15% нашого опитування).

Прикладом сатирично-гумористичного блогу, який майстерно обіграє факти, є проєкт «для тих, хто шукає щось рідненьке», під назвою BAMPER TV. Має майже 642 тис. підписників, зареєстрований 5 березня 2016 р. Блогер Олексій Супрун, псевдонім Петро Бампер, разом з Сергієм Сусельдорфом, псевдонім Сус, розповідають гумористичні історії та анекдоти, зачитують гумористичні репліки публічних осіб, глузують із подій. Сатирично-гумористичні тексти зображують соціальні явища, події, новини з певними оцінками судженнями та переконаннями для реципієнтів у безперечній позиції автора. Ці твори містять засоби привернення уваги, адже від їх досконалості та переконливості буде залежати загальна концепція відвідуваності каналу.

Сайт «Маніфест» цей канал не вніс до свого рейтингу, що сигналізує про відносність оцінки популярності відеопроєктів. Блогери, розігруючи сценки в ефірі, презентують українську картину світу та колорит українських гумористичних фраз. Автори синтезують фольклорні константи із сучасними подіями. Зокрема, використовують фразеологізми та ненормативну лексику. Анекдоти блогерів охоплюють політичні, економічні та суспільні теми. Наприклад, сатирично-гумористичне осмислення відставки Разумкова, офшори та нову українську школу. Заголовки відео засвідчують використання фактів, що покладено в їх основу: «*ВР вийшла з канікул, Ківа – адвокат та “руська мова”*», «*Про підроблену ДІЮ, обшуки у Ківи та нову голову Слуг*», «*Про 42 млн грн на ремонт Верховної Ради та ще по мелочі*», «*Пандемія. Перший удар*», «*Онлайн навчання. Уроки для 2020 класу*» та інші. Кожен з випусків апелює до актуальної інформації, спонукає глядачів інакше осмислювати суспільно-політичні події, сприймати їх з гумором. Розмовний стиль оповіді простежується завдяки лексичному наповненню (часто використовується лайка), що підтверджується також жестами та мімікою авторів. Тематична та стилістична своєрідність відеоблогу сприяє цілісності сюжетів у сприйманні реципієнтів. Блогери презентують український лінгвістичний колорит: «картошка неперебрана», «ящик пандори», «йолки-палки», «пристібуватися ремнями», «прелесть» тощо.

За функціональним призначенням тексти BAMPER TV є розважальними з акцентуванням на актуальних проблемах сучасного українського суспільства з оригінальним авторським розкриттям проблеми. Блог BAMPER TV не інформує, а інтерпретує дійсність, пояснює явища та події. Канал не містить рубрикації, оновлюваність його відбувається кожні 3–4 дні. Провідним гаслом у кожному випуску є «*Що там у нас*», яке блогери використовують як перебивку. До кожного випуску добирають гумористичну назву. Наприклад, «*Разговори ні о чьом*», «*Що жрать, якщо жрать нічого*», «*Жить тупо*», «*Гра в кальмара*», «*День богохульства*».

Сатиричний блог Телебачення Торонто з відомим ведучим Майклом Щуром має 484 тис. підписників, заснований 3 жовтня 2012 р. Автор розповідає іронічні історії про тижневі події в Україні та світі. У блозі простежується постійне оновлення рубрик «*#@)€? \$0 з Майклом Щуром*», «*Толік і Саша з Сашею і Толіком*», «*Вибір редакції*», «*Топ випусків шоу*», «*Ще з Максом Щербиною*». Рубрика «*Як почунався Майкл Щур*» на сьогодні не оновлюється, проте кількість переглядів зростає.

Майкл Щур через сатиру та гумор презентує поведінку та вчинки публічних осіб, політиків та ін. Серед них: Володимир Зеленський, Петро Порошенко, Володимир Остапчук, Марія Примаченко, Оксана Марченко, Віктор Медведчук. Блогер поєднує документальні дані про особу й художньо їх презентує в студії. Простежується його та команди ведучих акторська майстерність, емоційність подання інформації. Майкл Щур використовує елементи гіперболізації, акцентуючи на гротескності негативних рис, дій та вчинків об'єктів гумору. У структурі медіатекстів прослідковується монтажність елементів. Наприклад, фото, відео, скрини 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. У відео 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 життя на посаді президента, чим створює образну характеристику головного персонажу, а також подає власні гумористичні коментарі. Такі текстуальні засоби є авторським відображенням дійсності.

Тексти Майкла Щура побудовані на перевірених фактах, адресовані конкретній аудиторії та зображують у сатирично-гумористичних ситуаціях політиків або публічних осіб. За функціональним спрямуванням вони є інформаційними та медіакритичними.

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

Фейлетони, пародії, сатиричні коментарі Телебачення Торонто майстерно структуровані та змотовані, ключові є перші 10–20 секунд привернення уваги.

Значну роль у відборі відео відіграє заголовок. Гумористична назва тексту привертає увагу реципієнтів, завдяки чому й збільшуються популярність та рейтинг каналу. Заголовок складається з ключових назв, які розкриваються у відео: «*Зеленський: спецвипуск. Вся правда про президента*», «*Братва у лаврі, Володимир Остапчук*», «*Вакцинація*», «*Полякова*», «*Арахамія*», «*Вагнергейт, Гаррі Поттер, Лукашенко проти ЄС, ТікТок-Стус, The Weeknd*», «*Квартал-95+Дизель-шоу, Зеленський і бутерброди з Єрмаком, Дім Гуччі*», «*Комаровський проти Зеленського, Тищенко, Леся Нікітюк, Till Lindemann*».

У заголовках 20–30 символів, хештеги та інші знаки, що дає змогу 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. Усе це сприяє просуванню каналу в інформаційному просторі, популяризує постать Майкла Щура і виводить відео у високі рейтингові позиції.

Гумористичні матеріали можуть бути предметом співпраці з іншими відеоблогерами, ученими й просто цікавими людьми. Майкл Щур співпрацює з авторами, що презентують якісний український контент: Євгеном Клопотенком, Дмитром Різниченком, Дмитром Поворознюком, Валерієм Ананьєвим, Дарією Озерною та ін. Створюючи гумористичні плейлисти, блогер намагається їх оптимізувати до пошуку та активізувати увагу нових реципієнтів. Майкл Щур використовує достатньо способів залучення аудиторії, зважає на всі можливі засоби привернення уваги та просування гумористичних відео.

Слушно зауважує П. Сімпсон, описуючи сатиру як засіб висміювання культурних цінностей, установок, поглядів і переконань у суспільстві, визначаючи сатиру жанром літератури, метою якого є не тільки вказати на соціальні вади, але й дати зрозуміти, що ці вади є неприпустимими в суспільстві [18, с. 112]. Канал Телебачення Торонто є популяризатором наукових думок, демократичних цінностей та здорового глузду в публічному інформаційному просторі, а контент, безсумнівно, є носієм позитивних змін в українському суспільстві.

Висміювання людей, явищ та подій притаманне й блогеру Олексію Дурневу. Популярності в українському медіапросторі він набув завдяки телепроєкту «Дурнів+1», де він разом з Дашою Ші ставив неочікувані гумористичні запитання до перехожих. 12 жовтня 2017 р. створив канал з Дмитром Шибяєвим для гумористичної творчості. На сьогодні канал має 638 тис. підписників, загальна кількість переглядів одного ролика сягає близько мільйона. Рубрики каналу: «*Дурнів дивиться сторіс*», «*Дурнів шукає хлопця*», «*Їжа Дурніва*», «*Карантин Дурніва*», «*Дурнів псує все*», «*Тік Ток хвилинка*». Автор презентує розвинені комунікативні навички та міміку, а також жорстке висміювання об'єкта із застосуванням найбільш ефективних засобів комічного впливу. Сатира Дурніва адресна та персоніфікована, часто з ефектами несподіваності та раптовості. Сатиричні тексти блогера є реакцією після перегляду інстаграм-сторіс інших блогерів і знаменитостей. Серед героїв були Анатолій Анатоліч, Леся Нікітюк, Макс Барських, Лола Тейлор, Микола Тищенко. Головна функція аналізованого блогу – розважальна.

Сатиричні коментарі Дурніва з'являються після вияву негідної поведінки публічних осіб: «*Тищенко знову за своє*», «*Сльози Полякової*», «*Біснுவаті тіктокери розвалили квартиру*», «*Юля Верба влаштувала скандал*», «*Паша Технік у рехабі*», «*Хто був Вікторію Боню?*». Олексій Дурнів, оприлюднюючи такі матеріали про безглузді та неочікувані дії політиків, зірок та публічних осіб, викликає зацікавлення в аудиторії. Кількість переглядів сягає близько 200 тис. щотижня.

Сатиричні коментарі блогер створює з окремих висловлювань депутатів Верховної Ради України, найчастіше використовує фрази Миколи Тищенка. Автор дотепно, іронічно обігрує слова та наслідки, наприклад, фразу М. Тищенка про ковбасу, яка може коштувати 20 грн. Коментар Дурніва побудований на сатиричній оцінці поведінки депутата, яку можна пояснити, на думку коментатора, хіба що гарним почуттям гумору.

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

Аналізуючи блоги, погодимося з дослідницею 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: жадібність, заздрість, жадоба, лінощі тощо [9, с. 131–132]. Проте творення комічного ефекту через апеляцію до високопосадовців можна віднести до сатири. Тексти про неосвіченість, байдужість, наприклад, депутата Верховної Ради, мера, міністра мають велику суспільну значущість, тому є за своєю природою сатиричними, на відміну від критики в комічній формі так званого «пересічного громадянина».

У блогерських сатирично-гумористичних текстах важливу роль у репрезентації суб'єктів або подій відіграють художні тропи: порівняння, гіпербола, метафора тощо. Вони дають змогу емоційно забар-

вити твір, відтворюють гостру критику, влучніше викривають певні вади, типову людську поведінку та характерні риси, що спостерігаються автором у певних людей або публічних осіб.

IV. Висновки

У складі сатирично-гумористичних блогів за функціональним призначенням доцільно виділяти такі види контенту: розважальний; інформаційний. Зауважимо, вони не протиставляються, а взаємодоповнюють один одного з домінуванням якогось із них. Навіть суто розважальний сатирично-гумористичний контент містить у своїй основі критику суспільства, викриття вад і висміювання недоліків. Поділ не є вичерпним і окреслює питання для майбутніх досліджень сатирично-гумористичних текстів блогосфери як інструменту відтворення дійсності.

Виділенню сатирично-гумористичних блогерських текстів YouTube в окрему групу сприяє не лише окреслення зазначеної категорії під назвою «гумор», а й форма відображення дійсності та авторська поведінка, що полягає у свідомому й помітному для реципієнта викривленні зображуваної дійсності з метою демонстрації комічного та непривабливого. Амплітуда викривлення дійсності широка – від мінімальної, наприклад, Телебачення Торонто, до максимальної, BAMPER TV, де фігурують абсолютно вигадані персонажі та події, але все одно залишається апеляція до реальної дійсності.

Список використаної літератури

1. Білоричка А. Є. Характеристики контенту блогу як репрезентації капіталів суб'єктів у блогосфері (на основі проведеного контент-аналізу). *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2010. № 15. С. 108–113.
2. Волохонский В. Психологические механизмы и основания для классификации блогов. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. 2007. URL: <http://volokhonsky.ru/internet/volokhonsky.pdf> MI (дата обращения: 03.10.2021).
3. Городенко Л. М. Концепція блогу як технології нових медіа. *Актуальні питання масової комунікації*. 2014. Вип. 15. С. 50–61.
4. Досенко А. К. Блогосфера як автокомунікативна технологія. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2014. Т. 57. С. 226–229.
5. Закон «Про інформацію». URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 03.10.2021).
6. Зикун Н. І. Жанрова репрезентація сатиричної публіцистики: уточнення наукових підходів. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Т. 61. С. 84–91.
7. 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/znrkhnpu_lingv_2017_45_20 (дата звернення: 03.10.2021).
8. Іллюк Н. Блогосфера як прояв «Громадянської» («Громадської», «Народної») журналістики. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации*. 2012. № 4. Т. 25 (64). Ч. 1. С. 223–229.
9. 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.
10. Кузнецова О. Д. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі. Львів: Вид. центр Ун-ту імені Івана Франка, 2003. 250 с.
11. Матковська О. Перспективи лінгвістичних досліджень блогів. *Людина. Комп'ютер. Комунікація*: зб. наук. пр. Львів: вид-во Львівської політехніки, 2015. С. 128–131.
12. Михайлова О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса*. 2014. Вип. 4–5. С. 130–141. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2014_4-5_11 (дата звернення: 03.10.2021).
13. Новикова В. Ю. Сатиричні жанри на сучасному німецькому телебаченні на прикладі німецької програми «DIEANSTALT». *Бізнес. Суспільство. Влада*. 2015. № 23. С. 67–72.
14. Шевченко Л. С. Українська блогосфера як дзеркало соціокультурних процесів. Результати дослідження користувачів «Живого Журналу». *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2010. № 4. С. 37–52.
15. Ярмиш Ю. Ф. Жанри сатиричної публіцистики: навч. посіб. для студ. ін-ту журналістики / редкол. В. В. Різун (голова), О. Д. Пономарів, М. М. Веркалець та. Київ: Вид-во Ін-ту журналістики, 2003. 156 с.
16. Hewitt H. (2006). *Blog Understanding the information reformation that's changing your world*. Edinburgh: Thomas Nelson Publishers, 260 p.
17. Horton J. PR and blogging – How to Think about It. Retrieved from <http://www.online-pr.com/PRandBlogginglearticle.pdf> (date of request: 12.10.2021).
18. Simpson P. *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor*. John Benjamins Publishing, 2003. 242 p.

References

1. Bilorytska, A. Ye. (2010). Kharakterystyky kontentu blohu yak reprezentatsii kapitaliv subiektiv u blohosferi (na osnovi provedenoho kontent-analizu) [Characteristics of blog content as a representation of the capital of entities in the blogosphere (based on content analysis)]. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky*, 15, 108–113 [in Ukrainian].
2. Volohonskij, V. (2007). Psihologisticheskie mehanizmy i osnovanija dlja klassifikacii blogov. Lichnost' i mezhlchnostnoe vzaimodejstvie v seti Internet [Psychological mechanisms and bases for blog classification. Personality and interpersonal interaction on the Internet]. Retrieved from <http://volokhonsky.ru/internet/volokhonsky.pd> MI [in Russian].
3. Horodenko, L. M. (2014). Kontsepsiia blohu yak tekhnologii novykh media [The concept of the blog as a technology of new media]. *Aktualni pytannia masovoi komunikatsii*, 15, 50–61 [in Ukrainian].
4. Dosenko, A. K. (2014). Blohosfera yak avtokomunikatyvna tekhnolohiia [The blogosphere as an autocommunication technology]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 57, 226–229 [in Ukrainian].
5. Law of Ukraine On Information. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> [in Ukrainian].
6. Zykun, N. I. (2015). Zhanrova reprezentatsiia satyrychnoi publitsystyky: utochnennia naukovykh pidkhodiv [Genre representation of satirical journalism: clarification of scientific approaches]. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*, 61, 84–91 [in Ukrainian].
7. Ivasheniuk, D. M. (2017). Do pytannia pro movni zasoby smikhotvorennia v tekstakh ukrainskykh anekdotiv [On the question of linguistic means of ridicule in the texts of Ukrainian anecdotes]. *Linhvistychni doslidzhennia*, 45, 123–127. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpkhnpu_lingv_2017_45_20 [in Ukrainian].
8. Illiuk, N. (2012). Blohosfera yak proiav «Hromadianskoi» («Hromadskoi», «Narodnoi») zhurnalistyky. *Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Serija: Filologija. Social'nye komunikacii*, 4, 25 (64), 1, 223–229 [in Ukrainian].
9. Kovalevska, Ya. L. (2016). Mediaprostir satyryko-sarkastychnoho dyskursu (na prykladi amerykanskykh onlain vydan) [Media space of satirical and sarcastic discourse (on the example of American online publications)]. *Visnyk KhNU im. V. N. Karazina. Inozemna filolohiia*, 84, 130–136 [in Ukrainian].
10. Kuznetsova, O. D. (2003). *Zasoby y formy satyry ta humoru v ukrainskii presi* [Means and forms of satire and humor in the Ukrainian press]. Lviv: vyd. tsentr un-tu imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
11. Matkovska, O. (2015). Perspektyvy lnhvistychnykh doslidzhen blohiv [Prospekt for linguistic research blogs]. *Liudyna. Komputer. Komunikatsiia: zb. nauk. pr.* Lviv: vyd-vo Lvivskoi politekhniki [in Ukrainian].
12. Mykhailova, O. (2014). Blohosfera yak instrument sotsiokulturnykh transformatsii u suchasni Ukraini [The blogosphere as an instrument of socio-cultural transformations in modern Ukraine]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa*, 4–5, 130–141. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzpiend_2014_4-5_11 [in Ukrainian].
13. Novykova, V. Yu. (2015). Satyrychni zhanry na suchasnomu nimetskomu telebachenni na prykladi nimetskoj prohramy «DIEANSTALT» [Satirical genres on modern German television on the example of the German program «DIEANSTALT»]. *Biznes. Suspiilstvo. Vlada*, 23, 67–72 [in Ukrainian].
14. Shevchenko, L. S. (2010). Ukrainska blohosfera yak dzerkalo sotsiokulturnykh protsesiv. Rezultaty doslidzhennia korystuvachiv «Zhyvoho Zhurnalu» [Ukrainian blogosphere as a mirror of socio-cultural processes. The results of a study by users of the «Live Journal»]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia sotsiologichna*, 4, 37–52 [in Ukrainian].
15. Iarmysh, Yu. F. (2003). Zhanry satyrychnoi publitsystyky [Genres of satirical journalism]. Kyiv: vyd-vo In-tu zhurnalistyky [in Ukrainian].
16. Hewitt, H. (2006). *Blog Understanding the information reformation that's changing your world*. Edinburgh: Thomas Nelson Publishers [in English].
17. Horton, J. PR and blogging – How to Think about It. Retrieved from www.online-pr.com/PRandBloggngarticle.pdf [in English].
18. Simpson, P. (2003). *On the Discourse of Satire: Towards a Stylistic Model of Satirical Humor*. John Benjamins Publishing [in English].

Стаття надійшла до редакції 02.11.2021.

Received 02.11.2021.

Tiapkina N., Sarapii M. Satirical and Humorous Texts of the Ukrainian Blogosphere as a Means of Reality Representation

The purpose of the study is to characterize satirical and humorous texts of the Ukrainian blogosphere as a tool for representation of reality and manifestation of citizen journalism.

Research methodology. To study the blogosphere a set of methods was used: method of analysis and synthesis, systematization of data and data interpretation. A revision of the literature on the

creation of satirical and humorous effect in the blogosphere was made, it was considered scientific publications about blogs, their place in the public information space and their usage as a tool for representation reality. Content on YouTube was used for the analysis, in particular, channels that present satirical and humorous texts of the national segment on the analyzed platform. An online poll was conducted in order to identify popular blogs. The interpretative method demonstrated the dependence of satirical and humorous texts about social issues on the current political situation in the country and the author's subjective assessment of the occurring events.

Results. Based on the analysis of the scientific literature, the characteristics of the blog as an image of reality and a means of reality representation are highlighted. Popular satirical and humorous blogs are outlined, their functions and ways of creating a comic effect are characterized and justified. The blogosphere in the media system is a powerful element of communication and an instrument of conveying information. Through the wide involvement of recipients blogosphere creates stereotypes, instructions, prejudices in society, as well as reduces or increases social tension. Satirical and humorous texts are important channel for transferring information from the author to the audience and at the same time a means of communication between the recipients themselves. Bloggers are able to involve the audience in communication, as well as to make informational, emotional impact through their texts. Therefore, it is necessary to understand the crucial importance of the blogosphere for consumers of content, including satirical and humorous. The study identified the dominant functions of popular satirical and humorous blogs by Alexei Durnev, BAMPER TV, Michael Schur Toronto Television on YouTube video hosting and outlined the actual component of the analyzed texts.

Practical significance. The results of the study can be used in the process of working on courses in «Journalism» in the study of applied social and communication technologies; formation of competencies related to the creation of effective texts in social media, as well as media practices for understanding the tools of reality representation in the modern information space.

Key words: blog, blogosphere, satirical and humorous text, reality, citizen journalism.

Тяпкина Н. И., Сарапий М. М. Сатирико-юмористические тексты украинской блогосферы как инструмент воспроизведения действительности

Цель исследования – характеристика сатирико-юмористических текстов украинской блогосферы как инструмента воспроизведения действительности и проявления гражданской журналистики.

Методология исследования. Для исследования блогосферы использованы методы анализа и синтеза, систематизации данных и их интерпретации. Произведен обзор литературы о создании сатирико-юмористического эффекта в блогосфере, рассмотрены научные публикации о блогах, их место в публичном информационном пространстве как инструмента воспроизводства действительности. Для анализа был привлечен контент, функционирующий на видеохостинге YouTube, в частности, каналы, представляющие сатирико-юмористические тексты украинского сегмента рассматриваемой платформы. Для обнаружения популярных блогов проведен интернет-опрос. Интерпретационный метод продемонстрировал зависимость сатирико-юмористических текстов от актуальной политической ситуации в стране и субъективной оценки автором описанных событий.

Результаты. На основе анализа научной литературы выделена характеристика блога как образа реальности и инструмента воспроизведения действительности. Обозначены популярные сатирико-юмористические блоги, охарактеризованы и обоснованы их функции и способы создания комического эффекта. Блогосфера в системе СМИ является мощным звеном обеспечения коммуникации и средством донесения информации, благодаря широкому привлечению реципиентов формирует стереотипы, установки, предубеждения в обществе, а также уменьшает или увеличивает социальное напряжение. Сатирические и юмористические тексты являются важным каналом передачи информации от автора аудитории и одновременно средством коммуникации между реципиентами. Блогеры способны привлекать аудиторию к коммуникации, а также оказывать информационное, эмоциональное воздействие с помощью текстов. В этой связи необходимо понимать исключительную важность блогосферы для потребителей контента, в том числе и сатирико-юмористического. В исследовании определены доминантные функции популярных сатирико-юмористических блогов Алексея Дурнева, BAMPER TV, Майкла Шура (Телевидение Торонто) на видеохостинге YouTube. Определена фактическая составляющая анализируемых текстов.

Практическое значение. Результаты исследования могут быть использованы в процессе изучения курсов специальности «Журналистика» по вопросам исследования социально-коммуникационных технологий; формирования компетентностей, связанных с созданием эффективных текстов в социальных медиа, а также медиапрактиками для понимания инструментов воспроизведения реальности в современном информационном пространстве.

Ключевые слова: блог, блогосфера, сатирико-юмористический текст, действительность, гражданская журналистика.