Формування нових стандартів сатиричної публіцистики в Україні

Н. І. Зикун

Університет Державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна
Corresponding author. E-mail: nzykun@ukr.net

Paper received 22.03.2016; Accepted for publication 05.04.2016.

Анотація. Визначаються сучасні тенденції у розвитку сатиричної публіцистики, яка переживає етап формування нових стандартів. Узагальнюються причини зменшення кількості й зміни характеру сатиричних публікацій у пресі. Простежуються особливості модифікування сатиричних жанрів під впливом інших жанрових груп. Вказується на активність зображальних сатиричних жанрів, насамперед графічних і фотографічних (карикатура, шарж, фотоколаж, фотомонтаж, «фотожаби»). Доводиться потенціал сатиричної публіцистики, яка нині концентрується у партійних друкованих органах, неформальних виданнях. Дослідження сприятиме визначенню аспектів подальших досліджень сатиричної публіцистики.

Ключові слова: *сатирична публіцистика, сатиричне друковане періодичне видання, сатиричний журнал, сатирична газета, сатиричний жанр.*

Вступ. Сатирична публіцистика є особливим сегментом журналістського простору, який у різні періоди перебуває на мейнстрімних або, навпаки, маргінальних позиціях. Найбільшого розквіту вона набувала в часи революційного піднесення, особливий характер і гострота відрізняли сатиру Другої світової війни. У радянську пору сатиричний спосіб відображення дійсності перестав відігравати вирішальну роль у формуванні інформаційної картини світу українців. Сатирична публіцистика була зредукована, дозована, оскільки ґрунтувалася на хибній «теорії безконфліктності», що виявлялось у появі сатиричних творів із позитивним героєм. Абсурдність такого підходу доведена часом, адже методологічний принцип «позитивного» сатиричного публіцистичного аналізу суперечив реальному життю, що давало багато матеріалів для «сатиричного втручання».

Найнебезпечнішими у радянську епоху були сатиричні публікації із національним звучанням. Автори, наснажені декларованою українізацією, що наївно повірили в серйозність намірів уряду у 20-30-ті рр. XX ст. відродити українство, поплатилися за це. Метою радянського режиму було усунення українців від національного й державного будівництва та загалом уніфікація національних проявів народів, які входили в систему радянських республік, точніше, повне їх нівелювання, що зумовило з часом репрезентування преси радянської України лише офіційними партійно-радянськими виданнями. Крім того, з огляду на низку обставин, зокрема й тривалість і громіздкість виробничого процесу підготовки до друку й тиражування сатиричних журналів, фінансові й кадрові проблеми, складність контролювання контенту й загалом впливу на аудиторію, практикувалися такі форми сатири, як стіннівки, друковані й рукописні аркуші-блискавки, співіснування газет із ілюстрованими сатиричними додатками до них, друкування сатиричних сторінок у несатиричних виданнях («газет у газетах»), залучення до процесу підготовки разових сатиричних видань виїзних бригад офіційних друкованих органів. Змінювався і характер сатири, яка втрачала свою політичну гостроту, все менше втручалася у соціальні проблеми, набувала рис моралізаторства, виховання й розважальності.

Короткий огляд публікацій за темою. Відправною точкою наукового потрактування місця й ролі сатири в житті людини й історії культури є дослідження М. Бахтіна, Д. Лихачова, В. Проппа. Тема набула розвитку в працях радянських авторів: Ф. Білецького, А. Бергсона, Ю. Бурляя, Ю. Борева, І. Дзеверіна, Я. Ельсберга, Л. Єршова, О. Журбіної, А. Макаряна, Б. Мінчина, Д. Ніколаєва, Є. Озмітеля. Жанрові форми сатири, сатира як пафос і принцип відображення дійсності досліджуються в працях М. Гончарука, В. Здоровеги, А. Капелюшного, Л. Кройчика, О. Кузнецової, Я. Сімкіна, Б. Стрельцова, П. Ткачова, Й. Цьоха, В. Шкляра, А. Щербини, Ю. Ярмиша.

В умовах незалежної Української держави з'явилися історико-політичні й історико-бібліографічні нариси В. Гутковського, І. Крупського, П. Федоришина, І. Михайлина, дисертаційні розвідки сатиричної публіцистики західноукраїнського регіону (Л. Сніцарчук), Наддніпрянщини (О. Почапська, В. Стадник).

Однак нові суспільно-політичні умови впливають на функціональне призначення й характеристики медійної сатири. Переживання Україною особливого періоду націєформувальної історії, розбудова реальної незалежності, каталізованих зовнішньою російською агресією, зумовили звертання до гострого слова й не менш дошкульного лаконічного зображального тексту, дали поштовх до активізації використання сатиричних засобів відображення дійсності.

Метою статті є окреслення сучасних тенденцій і зміни сатиричних форматів, що пронизують усі складові сатиричної публіцистики: проблемно-тематичні, жанрово-стильові, композиційні.

Матеріали і методи. Робота ґрунтується на сучасних українських друкованих виданнях останніх років (насамперед, газетних), що різною мірою використовують сатиричні принципи й засоби відображення реальності. Для опрацювання матеріалу використовуються традиційні методи наукового аналізу: спостереження, порівняння, описовий, теоретичного узагальнення результатів.

Результати і їх обговорення. Сатиричний тип видання нині, відповідно до ДСТУ 3017–95, не виділяється окремо серед 13 типів періодичних видань за цільовим призначенням [7].

Певні закономірності розвитку сатиричної публіцистики можна простежити на основі історії журналу «Перець» – одного із найуспішніших радянських сатиричних проектів. Видання посяде чільне місце в історії журналістики завдяки декільком «рекордам»: тривалості виходу – у березні 2014 р. журналу мало б

 ©|N. Zykun 2016

виповнитися 92 роки; популярності головного редактора – письменник-сатирик Ф. Маківчук очолював журнал 40 років (1946–1986); накладу, що 1986 р. становив 3,4 млн. прим. (за деякими джерелами, «Перець» навіть став наймасовішим журнальним виданням у світі у відсотковому відношенні до кількості населення в країні [14, с. 162]); рекордним для радянської епохи прибуткам – у 1970-1980-х рр. від його продажу щомісяця надходило 12 млн. крб. [9].

Історію цього журналу, який починався 1922 р. із «Червоного Перця», що видавався у Харкові, можна вважати лакмусовим папірцем стану української сатиричної публіцистики. Спочатку він був «ідеологічним інструментом» влади – певний час вважався неофіційним сатиричним органом ЦК КПУ, хоча Ф. Маківчуку вдалося «зламати» традицію редакторів-попередників – носити у ЦК верстку журналу на перегляд [14, с. 161]. Дотримуючись «генеральної лінії партії», журнал критикував окремі вади соціалістичного суспільства – бюрократію, алкоголізм, споживацтво, родинні і гендерні стосунки тощо. Про «беззубість» сатири «Перця» й безнадійність ситуації із сатиричним відображенням дійсності у радянській Україні говорили відкрито українці в діаспорі: «На всю Україну виходить один сатирично-гумористичний журнал – «Перець», де і сатира і гумор дбайливо підстрижені, вони офіційні, апробовані партією й урядом. Подумати: один сатирично-гумористичний журнал на цілу велику Україну, яка колись уміла сміятися! Так смішно, що хоч плач!» [6, с. 7].

Після 1991 р. видання цілком позбувається ідеологічного пафосу, виразніше виявляється його розважальний характер. Сатиричні елементи втрачають гостроту й дієвість. Виданню не вдалося віднайти сучасний формат. Колись популярна у читача форма вичерпалася, хоча й торкалися автори актуальних тем: неефективності депутатського корпусу, відсутності порядку на митниці, інших проблем політичного, економічного та соціального життя українців. З часом під приціл «Перця» потрапляють лише сімейні відносини, виховання дітей, пияцтво, злодійство. Втрата гостроти, зміна аспектів відображення змінили й систему жанрів: починають домінувати малі гумористичні жанри (гумореска, байка, іронізми, афоризми, анекдоти), зникають фейлетон, памфлет. Ідеологічна, виховна й ціннісна функції, притаманні виданню в радянські часи, змінюються розважальною й релаксаційною [11, с. 38]. З часом воно повністю перестає виходити як нерентабельне [9].

Історія преси засвідчує поступове зникнення сатиричного журналу, що тривалий час був найбільш популярною і найефективнішою формою побутування сатиричної публіцистичної сатири.

Цікавим сатиричним явищем незалежної України став проект «Параска-інфо», що закрився п'ять років тому. Проект складався із сатиричної газети та сайту. Газета виникла під час Помаранчевої революції, спочатку поширювалась безкоштовно серед політиків і журналістів. 19 вересня 2006 р. була зареєстрована як ЗМІ і з'явилася на розкладках преси. Видання, яке редакція називала «політично-сатиричною газетою, більше відповідало визначенню тонкого сатиричного журналу, який мав обкладинку й виходив на 34 скріплених сторінках, у кольорі, накладом 10 тис. екземплярів. Газета мала й свого «цензора» та адвоката, про що було сказано у вихідних даних. На її сторінках вміщувалися гострі й влучні лаконічні сатиричні мініатюри про найактуальніші проблеми суспільно-політичного життя. Видання, завдяки наявності у штаті фотографа та художників, зокрема й відомих карикатуристів, було вдало й багато ілюстрованим – фотографіями, карикатурами, фотоколажами. Особливий інтерес викликають саме зображальні жанри – фотоколажі, або так звані «фотожаби» (ми б їх назвали фотошаржами), карикатури, комікси, шаржі. Після припинення «Параски-інфо» працівники редакції запустили політико-сатиричний Інтернет-проект «ПерецЪ», що був покликаний відродити політичну сатиру в Україні. Орієнтиром для називання став журнал «Перець», у назві якого замінили м'який знак твердим – щоб не звинувачували в плагіаті [3].

Нині журналісти все частіше вдаються до інтерактивності, зображальності, лаконічності. З огляду на це сатира переміщується в Інтернет-середовище [16], що, як анонімність (використання псевдонімів) у попередні періоди, дає можливість авторам не озиратися на певні обмеження.

У друкованих виданнях також використовуються сатиричні елементи – як вербальні, так і зображальні, що супроводжують публікації інших жанрових груп. Проте аналіз періодики засвідчує зменшення кількості сатиричних текстів, модифікацію жанрових сатиричних форм. Така ситуація зумовлена низкою різнопланових причин: утвердженням інформаційної моделі журналістики [13], потребою в індивідуальності журналістської творчості, що зумовлює модифіковані жанрові форми – поєднання сатиричних жанрів з іншими групами, зокрема аналітичними [17, с. 55]; віддзеркаленням суспільної еволюції (незацікавленості влада, яка декларує створення громадянського суспільства, в існуванні ЗМІ як суспільного контролера; певної суспільної втомленість − зростання відчуття безпорадності, поглиблення духовної вбогості, що підсилюється маскультурою; втрачання сміхом сили й соціального впливу на суспільство; поглиблення процесу естетичного знецінення слова; професійної девальвації журналістських кадрів) [12, с. 34-35]. Про необхідність особливого рівня авторів-сатириків говорив свого часу М. Дальний: «цей жанр вимагає від авторів не тільки докладного знання теми, але й певного дистансу та перспективи, чого публіцистам звичайно бракує» [6, с. 19]. Мас-медіа страждають від тиску і впливу на формування контенту головних медіа-власників – олігархічних груп [16, с. 162], що також впливає й на жанровий ландшафт. С. Шабеліст вказує на неорганічність і невідповідність сатиричних жанрів сучасним реаліям життя [18, с. 276]. Ще однією із причин стало усунення цензури на певному етапі пострадянської історії розвитку журналістики і ЗМІ, а це знівелювало необхідність прихованості адресантів і критичних оцінок, тому усе більшого поширення набувала відверта й гостра критика, втрачалася стриманість у доборі мовних засобів, м'якість й витонченість формулювань. І. Завальнюк також вважає, що фейлетон у сучасних газетах майже не використовується через труднощі застосування

сатиричного прийому гротеску через «надмірну фактологічність, референтність сучасних газетних контекстів» [8, с. 130].

Дослідження у 2012 р. низки часописів («Голос України», «Літературна Україна», «Вечірній Київ», «Україна Молода», «Газета по-українськи», «2000», «Правда Украины», «Рабочая газета», «Известия в Украине») засвідчило, що деякі з них не вміщували сатиричних жанрів, інші обмежилися анекдотами. Лише в «Голосі України» зафіксовані сатиричні коментарі до виступів можновладців, афоризми, карикатури, фейлетони, гумористично-сатиричні висловлювання [2, с. 110–111].

Сатиричні жанри чутливі до соціального контексту, реагують на зміни аудиторії, відображуваних об'єктів, систем образності й особливостей оформлення сатиричних публікацій. Це виразно простежується на прикладі фейлетону як одного із найбільш органічних і стабільних попри постійні зміни сатиричних жанрів. Публіцистична практика засвідчує персоніфікованість фейлетонного жанру – у багатьох сучасних виданнях він асоціюється з прізвищем конкретного автора, редакції прагнуть мати у штаті фейлетоніста – відому особистість, мислення якої, особливий кут зору на суспільні явища цікаві аудиторії. Сучасний фейлетон усе охочіше «впускає» в себе особливості інших жанрів. Дослідники все частіше говорять про дифузію жанрів та про компенсацію жанру – практично відсутнього у чистому вигляді фейлетону [5, с. 15]. Попри те, що фейлетони нечасто трапляються на шпальтах сучасних друкованих видань, авторам вдається уникати «типологічної одноманітності, монотонності у внутрішньожанровому представленні» [1, с. 49].

Метою сучасних фейлетонів є обговорення з читачем, коментування й розтлумачування уже відомої з новинних текстів інформації, що набуває форм сатиричної колонки, сатиричного вірша, оглядів з елементами фейлетону. У друкованій періодиці зберігається й традиція до оформлення фейлетонних публікацій – ілюстрування, насамперед карикатурами, супроводження епіграфом тощо. Прикладом є оформлення фейлетону О. Макарова «Консиліум» у щотижневику «Дзеркало тижня» від 28 грудня 2015 р., ілюстрованого карикатурою О. Смаля, яка в цьому випадку виконує функцію візуальної підтримки тексту, та епіграфом – цитатою із виступу М. Жванецького.

В умовах значної конкуренції друкованих видань журналісти використовують сатирично-іронічні елементи в структурі жанрів різних жанрових груп [2, с. 130], сатиричні жанри легко вбирають риси інших жанрів, тяжіють до фактологічної точності й документальності, до аналітики. Фейлетон нині навіть визначають як невелику газетну або журнальну статтю, у якій злободенні події зображені в гумористичному або сатиричному плані [4, с. 54], що також свідчить про зміну жанрових акцентів, напрям модернізації сатиричної публіцистики. Існує й більш радикальне розуміння фейлетонних публікацій: О. Какоріна припускає, що, фейлетон як жанрова форма зникає, однак видання в цілому стає «фейлетоном» [10, с. 89–90], маючи на увазі, очевидно, зміну загального характеру оповіді, просякнутої елементами критичності й іронічності. Усе сказане засвідчує зміну характеру сатиричного дискурсу, який тяжіє не до сміху, не до критики, а насамперед до самокритики, точніше, до самоіронії [18, с. 277]. Цей принцип був покладений в основу таких відомих медіа-форматів, як «Поступ», «Post-Поступ», «Політика і культура», «Параска-Інфо».

Ще однією тенденцією є побутування сатири у партійних виданнях та у вигляді неформальної преси в Україні, під якою насамперед розуміють газети різних партій, літературно-мистецьких об'єднань, товариств, релігійних конфесій, молодіжні та гумористичні видання, які виходили незареєстрованими, з тиражем до 1 тис. примірників. Серед них: «Дуля»: Сатиричний вісник агентства «Доля» (Київ, 1990); «Жартком»: Сатирично-гумористична сторінка (у газеті «Народна газета» (Київ, 1990); «Кавалер»: Газета для справжніх чоловіків» (газета Волинської асоціації сатириків, Луцьк, 1991 р.); «Лихом об землю!»: Сторінка гумору і сатири у газеті «Турбота» (Київ, 1991); «Блин»: Ежемесячник: Юмор. Сатира (Київ, 1990–1991); «Будьмо!»: Сатирично-гумористична газета творчого об'єднання «Рятівний круг» (Здолбунів, 1991); «Весела кооператива»: Анекдотичний, гумористично-сатиричний вернісаж «Нового життя» (Б.м., 1991); «Галицький віз»: Гумористична сторінка (У газеті «Земля і воля») (Львів, 1991); «Галушка»: Гумористична газета: Літературна вкладка до №8 «Вісника ППФ» (Полтава, 1991); «Майстри сміху, підмайстри сміху»: Сторінка гумору (У газеті «Совість») (Суми, 1991); «Нате»: Видавець – Волинська асоціація сатириків (Луцьк, 1990–1991); «Носорог»: Часопис сатири і гумор. Виходить щомісяця (Дніпродзержинськ, 1991); «Оселедець»: Газета в газеті («Криворіжжя») (1991); «Сечевик»: Независимая сатирическая газета (Запорожье, 1990); «Сова»: Публіцистично-сатирична газета, виходить щомісяця. Видання незалежних журналістів (Ужгород, 1991) [15]. Названі видання репрезентують майже всі регіони України, свідчать про потребу на тому етапі саме в такому публіцистичному форматі і можуть дати цікавий матеріал для узагальнень і простежування тенденцій прямування розвитку сатиричної публіцистики. Вони підтверджують і тяжіння публіцистичної сатири до газетного формату.

Сучасний етап розвитку ЗМІ засвідчує також, що саме зображальні сатиричні елементи стають основними засобами персвазивності медійних текстів, ефективного транслювання критичної інформації. Саме революційний порив великих мас українців під час подій на Майдані та несприйняття ними дій офіційної влади режиму В. Януковичу, відверте нехтування правами українського народу на суверенне життя породили зображальну сатиру – як і в попередні революційні періоду у вигляді політичного плаката, політичної карикатури, що експонувалася на Майдані й проникала на Інтернет-ресурси. Найпоширенішими зображальними сатиричними засобами в сучасних ЗМІ є фотографія із комплексом жанрових форм, у тому числі й синтетичних (фотоколаж, фотомонтаж, «фотожаби»), графічна сатира (карикатура, шарж).

Отже, дослідження засвідчило, що попри відсутність у сучасному медійному просторі України сатиричного типу видання, сатирична публіцистика, чутлива до соціального контексту, продовжує розви-

ватися й переживає нині особливий етап формування нових стандартів, зародження нових тенденцій. Серед них варто вказати такі: сучасний сатиричний дискурсу тяжіє не до сміху, а насамперед до самоіронії; сатирично-іронічні елементи простежуються в структурі жанрів різних жанрових груп, навіть інформаційної, і самі легко вбирають риси інших жанрів, характеризуються фактологічною точністю й документальністю, аналітичним характером; сучасні журналісти визнають переваги інтерактивності, зображальності, що зумовлює переміщення сатири в Інтернет-середовище; сатиричні елементи представлені й у друкованих виданнях – як вербальні тексти (сатиричні коментарі, фейлетони, анекдоти тощо), так і зображальні, що супроводжують публікації інших жанрових груп; саме зображальні тексти (фотографічні, графічні) у сучасній публіцистичній сатирі можуть розглядатися як основні чинники персвазивності. Як засіб політичної боротьби, сатира використовується й у партійних виданнях.

Актуальними напрямами подальших досліджень сатиричного дискурсу є вивчення новацій у системі зображальних сатиричних жанрів, насамперед фотоколажів і їхнього сучасного різновиду – «фотожаб»; аналіз особливостей так званої «неформальної» сатирично-гумористичної преси, що сприятиме створенню цілісної картини розвитку сучасної сатиричної публіцистики.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаврилюк І. Л. Особливості функціонування фейлетону в сучасній регіональній пресі (на прикладі сумського тижневика «Панорама») // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. – 2011. – № 1. – С. 47–50.
2. Герасимчук Н. Тенденція занепаду фейлетону як жанру в сучасній українській пресі // Журналістика: наук. зб-к / за ред. Н. Сидоренко. – К.: Ін-т журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2013. – Вип. 12 (37). – 204 с. – С. 107– 112.
3. Голубєва Л. Автор газети «Параска-інфо» запустив політико-сатиричний проект «ПерецЪ» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.telekritika.ua/rinok/2014-02-07/90218
4. Горбачук В. Т., Зоц І. О., Романько В. І. Основи журналістики: навчальний посібник. – Слов'янськ : СПДІ, 2002. – 108 с.
5. Гордеев Ю. Фельетон в периодических изданиях универсальной тематики // Коммуникация в современном мире: Материалы Всерос. научно-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», 12–14 мая 2011. – Ч.1. – Воронеж: Ф-т журналистики ВГУ. – С. 15–16.
6. Нові дні. – 1972. – Ч. 266. – Торонто – С. 5–8; 19–20.
7. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види: Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 1995. – 45 с.
8. Завальнюк І. Динамічні процеси в стилістичній типології газетних жанрів // Вісник Маріупольського державного університету Серія: Філологія. – 2010. – №2 (4) – С. 127 –134.
9. Закривають журнал «Перець» [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.istpravda.com.ua/short/2013/09/ /27/136921/
10. Какорина Е. Стилистические изменения в языке газеты новейшего времени (трансформация семантико-стилистической сочетаемости): дис. … канд. филол. наук: 10.02. 01. – М., 1992. – 175 л.
11. Костюк В. В. Засоби комічного в сатирично-гумористичному журналі «Перець» (радянський та пострадянський періоди) // Вісник Харківського національного ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер.: Соц. комунікації. – 2013. – № 1074, Вип. 5. – С. 36–40.
12. Кройчик Л. Е.Российская комическая публицистика рубежа XX–XXI веков как зеркало общественной эволюции // Коммуникация в современном мире : материалы Всерос. науч.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», Воронеж, 12–13 мая 2008 г. : [в 2 ч.] – Воронеж : Ф-т журналистики ВГУ, 2008. – Ч. 1. – С. 34–36.
13. Михайлин І. Краса врятує світ, а Україну – книжка // День. – №219–220 – 29–30.10.2013. – С. 22.
14. Нестеренко В. О., Батенко Т. І. Шарж і карикатура в системі графічного мистецтва: Навч. посібник − Львів : Астролябія, 2008. − 240 с.
15. Неформальна преса в Україні (1988–1991): Каталог за матеріалами газетних фондів Національної бібліотеки ім. В. Вернадського. – К. : Смолоскип, 2001. – 142 с.
16. Павлів В. Журналістський фейлетон у Інтернеті: можливості та загрози // Теле- та радіожурналістика: Зб-к наук. праць. – Вип. 12. – 2013 . – С. 161–165.
17. Тулупов В. В. Жанр: от науки – к практике применения / В.Тулупов // Коммуникация в современном мире : материалы Всеросс. научн.-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации», Воронеж, 12–13 мая 2008 г.: [в 2 ч.]. – Воронеж: Фак-т журналистики ВГУ, 2008. – Ч.1. – С. 55–57.
18. Шабеліст С. Трансформаційні процеси в системі жанрів / С. Шабеліст // Вісник Львівського університету. Серія Теле- та радіожурналістика. – 2010. – Вип. 9.Ч.1. – С. 274–280.

REFERENCES

1. Havryliuk, I.L. (2011), "Peculiarities of functioning the feuilleton in modern regional press (on the example of Sumy weekly journal "Panorama")", *Derzhava i rehiony. Seria: Sotsialni komunikatsii [State and Regions. Series: Social Communications],* vol. 1, pp. 47–50.
2. Herasymchuk, N. (2013), "Tendency of feuilleton decline as a genre in modern Ukrainian press", *Zhurnalistyka: nfukovyi zbirnyk [Journalism: Scientific Collected Volume]*, vol. 12 (37), pp. 107– 112.
3. Holubieva, L. "The author of the journal "Paraska-info" launched political and satire project "Perets", available at: www.telekritika.ua/rinok/2014-02-07/90218
4. Horbachuk, V.T., Zots, I.O. & Romanko, V.I. Романько В. І. (2002),The Basis of Journalism: a Textbook, SPDI, Sloviansk, 108 p.
5. Gordiev, Yu. (2011), "Feuilleton in periodicals of universal themes", *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Problems of Mass Communication*", *Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–14 May 2011*, Voronezh, pp.15–16.
6. New Days (1972), vol. 266, Toronto, pp. 5–8; 19–20.
7. DSTU 3017-95. Publications. Main Types: Terms and definitions (1995), Derzhstandart Ukrainy, p.45.
8. Zavalniuk, I. (2010), "Dynamic processes in stylistic typology of journal genres", *Visnyk Mariupolskoho Derzhavnoho Universytetu. Seria:Fililohia [Bulletin of Mariupol State University. Series: Philology],* vol. 2 (4) – p. 127 –134.
9. "They close the "Perets" journal", available at: www.istpravda.com.ua/short/2013/09/27/136921/
10. Kakorina, Ye. (1992), *Stylistic Transformations in the Language of Journal of moren Time (Transformation of Semantic and Stylistic Collocability)*, PhD diss. (phil. sci.), Moscow, 175 p.

11. Kostuik, V.V. (2013), "Means of comical in satire and humorous "Perets" journal (Soviet and Post-soviet periods)", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho un-tu im. V.N. Karazina. Ser.: Sots. Komunikatsii [Bulletin of Kharkiv national University named after V.N. Karazina. Series: Social Communications]*, vol. 1074(5), p. 36–40.
12. Kroichik, L.Ye. (2008), "Russian comic publicism at the edge of XX–XXI centuries as the reflection of public evolution", *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Problems of Mass Communication", Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–13 May 2008*, Voronezh, pp. 34–36.
13. Mykhailyn, I.L. (2013), "Beauty will save the world, Ukraine will be saved by a book", *Day [Den]*, vol. 219–220, p. 22.
14. Nesterenko, V.O. & Batenko, T.I. (2008), *Grotesque and Caricature in the System of Graphic Art: a Texbook*, Astroliabia, Lviv, 240 p.
15. Informal Press in Ukraine (1988–1991): Catalogue of Journal Funds of National Library Named after V. Vernadskyi (2001), Smoloskyp, Kyiv, 142 p.
16. Pavliv, V. (2013), "Journalistic feilleton on the Internet:possibilities and threats", *Tele- ta Radiozhurnalistyka [TV and Radio Journalism*], vol. 12, pp. 161–165.
17. Tulupov, V.V. (2008), "Genre: from science to the practice of usage" *Proceedings of the All-Russian Scientific Conference "Problems of Mass Communication", Faculty of Journalism of VNY, Voronezh, 12–13 May 2008*, Voronezh, pp. 55–57.
18. Shabelist, S. (2010), "Transformation processes in the system of genres", *Visnyk Lvivskoho Universytetu. Seria: Tele- ta Radizhurnalistyka [Bulletin of Lviv University. Series: TV and Radio Journalism]*, vol. 9, pp. 274–280.

Formation of new standards of satire publicism in Ukraine

Zykun N.

Abstract. The article focuses on the modern tendencies of satire publicism development suffering the stage of new standards formation. The reasons for decreased number and the change of nature of publications in press are summarized. The peculiarities of satire genres modification under the influence of other genre groups are traced. The author specifies the activity of figurative genres with graphic and photographic ones in the first place (caricature, grotesque, photocollage, photomontage, «photoshopped images»). The potential and viability of satire publicism currently concentrated in party publishing bodies, informal publications are proved. The research will contribute to determination of aspects of further studies of satire segment of publicism.

Keywords: *satire publicism, satire printed periodical matter, satire journal, satire paper, satire genre.*

Формирование новых стандартов сатирической публицистики в Украине

Н. И. Зыкун

Аннотация. Исследуются современные тенденции в развитии сатирической публіцистики на етапе формирования нових стандартов. Обобщаются причины потери популярности и прекращения существования сатирического типа периодического печатного издания. Прослеживаются особенности модификации сатирических жанров в прессе под воздействием других жанровых групп. Доказывается потенциал сатирической публицистики, которая сейчас концентрируется в партийных печатных органах, неформальных изданиях и т.д. Исследование будет способствовать определению аспектов последующих исследований сатирической публицистики.

Ключевые слова: *сатирическая публицистика, сатирическое печатное периодическое издание, сатирический журнал, сатирическая газета, сатирический жанр.*