

УДК 007:304:659.3

## КАРИКАТУРА В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ І ТРАДИЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ САТИРИЧНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

Наталія Зикун

*Київський міжнародний університет,  
бул. Львівська, 49, Київ, 03179, Україна, e-mail: [nzykun@ukr.net](mailto:nzykun@ukr.net)*

Розглядаються особливості використання карикатур як полікодового тексту в контексті тенденції візуалізації в сучасних українських ЗМІ. Простежується зміна функцій карикатури, її характеру й особливостей оформлення на газетній сторінці.

**Ключові слова:** ілюстрація, карикатура, полікодовий текст, «креолізований текст», сатиричне видання.

Вивчення типів газетних текстів і характеру їхнього впливу на читача має багату бібліографію, але не втрачає своєї актуальності у зв'язку з постійним розвитком видавничих технологій, суспільних потреб, інформаційної сфери. У теорії журналістики нині усталилося поняття зображальна журналістика, яка здійснює комунікацію не мовою в лінгвістичному розумінні, а зображеннями. Цей процес отримав назву візуалізації, тобто графічного зображення процесу комунікації, змістового повідомлення чи засобу комунікації [2, с. 48, с. 129].

Значення візуальних елементів, використання несловесних форм на сторінках друківаних видань нині стає предметом наукового інтересу як вітчизняних (Т. Кузнєцова, Н. Миколаєнко, О. Цуканова, Л.Якименко та ін.), так і зарубіжних науковців (О. Анісімова, А. Бернацька, С. Галкін, А. Каск, О. Скогорова, В. Тулуповта та ін.).

Сучасні дослідники вказують на помітне тяжіння медійних текстів до візуальних образів, що можна розглядати і як один із проявів їх інтертекстуальності, до яких традиційно відносили алюзії, ремінісценції, цитацію тощо. Деякі автори говорять навіть про гіпертекстуальність не тільки щодо електронних ЗМІ, а й щодо друківаних, чому сприяє використання вербально-зображальних полікодових форм [9], або так званих креолізованих текстів, фактура яких складається із двох негомогенних частин — вербальної й невербальної [10].

Одним із різновидів таких текстів є карикатура, яка не ставала предметом системного комплексного аналізу, зокрема, відсутні дослідження про особливості її використання на сторінках сучасних періодичних друківаних видань. Саме аналіз особливостей карикатури в українській пресі у контексті українських традицій сатиричної журналістики, дослідження її різновидів, з'ясування функцій і є метою даної статті.

Функціональне призначення карикатури на різних історичних етапах змінювалося — вона розглядалася і як ілюстрація до вербальних текстів, і як самостійний публіцистичний твір, що являє собою різне співвідношення образотворчої та словесної частини. Карикатура переживала як періоди розквіту, що супроводжували активний розвиток сатиричної журналістики, на етапах суспільних перетворень, так і періоди відносно спокійного побутування в культурному середовищі того чи іншого народу.

Гумористично-сатиричні видання початку ХХ століття як особливий тип, що задовольняв очікування аудиторії, стали проміжною ланкою тогочасної української журналістської публіцистики на шляху від російськомовної до україномовної, причому саме завдяки вдалому й органічному поєднанню на своїх сторінках двох типів тексту вербального і невербального (у вигляді реалістичного малюнка й карикатури). За низького рівня грамотності населення в Росії аж до початку ХХ ст. візуальні образи не могли не займати панівного положення в пресовій, як і загалом у культурній комунікації [14, с. 1386]. На українських же територіях ситуація ускладнювалася й іншими причинами: українська мова, через тривалий період гоніння й заборони, не готова була до обслуговування публіцистичного дискурсу, вона перебувала на етапі вироблення не лише стилістичних, а й орфографічних норм. Саме ілюстрації в умовах несформованості мовних і стилістичних засобів сатиричної публіцистики, як власне, й української публіцистики взагалі, неготовності читачів до сприйняття складних текстів українською мовою, яка перебувала на етапі становлення як система, ставали важливим засобом передачі інформації, до того ж дуже емоційним і дієвим. Такі тексти, попри свою зрозумілість і доступність для широкої аудиторії, відрізнялися й наочністю, сприяли більш цілісному сприйняттю інформації. Карикатура була важливим зображально-змістовим елементом цього типу видань, розрахованого на масового читача, строкатого в культурно-освітньому відношенні. Саме цей вид зображальних форм став одним із важливих типоформувальних чинників для сатиричних видань.

Узагальнення наукових джерел і аналіз української сатиричної публіцистики різних періодів дає підстави стверджувати, що сатиричні видання загалом і насамперед журнали — це ілюстровані видання. Під ілюстрованими виданнями розуміють ті, у тексті яких, на палітурках, вкладках містяться графічні зображення (малюнки, фотографії, гравюри тощо), що доповнюють, поглиблюють, пояснюють зміст творів [4, с. 94]. Терміном ілюстрація в дослідженні А.Каск позначається будь-яке вміщене у видання зображення, що супроводжує, доповнює ілюструє текст: чи то віньетка, чи то репродукція, сюжетний малюнок, карикатура, факсимільне відтворення документа, фотографія, креслення тощо, створене безпосередньо для оформлення друкованого видання, в даному випадку — журналу [7, с. 2]. Однак, очевидно, використання терміна ілюстрація буде не зовсім виправданим щодо карикатур у перших українських сатиричних журналах. Там вони були, імовірно, самостійним і досить дієвим публіцистичним жанром, що представляв собою поєднання зображення й лаконічної вербальної частини. В.Ю. Жуков, визнаючи сатиричні видання синтетичним джерелом інформації, підкреслював органічність поєднання на газетній шпальті тексту й іконографії. Наративне за способом відображення дійсності, воно, на його думку, відображає епоху в яскравих поняттях, в образах, які запам'ятовуються [6, с. 63]. М.Б. Шатрова, посилаючись на наукові джерела, під-

сумовує, що ілюстрація є тією частиною видання, яка спрямована на візуальний показ змісту авторської роботи. На її думку, однією із вимог, що висувалася до художника к. XIX — початку XX століття, було забезпечення концептуальної єдності ілюстрацій і тексту [13]. З часом у публіцистиці ілюстративна частина піддається деформаціям — виробляється своєрідний тип малюнка, який не схожий на книжну ілюстрацію. До його особливостей вчені відносять: лаконічність; гротескно-виразний стиль із збереженням безпосереднього реального спостереження. Мистецтвознавець і художній критик В. Хмурий вказував, що для трактовки сюжету художники-сатирики 1905-1906 років використовували сатиричний реалістичний, реалістично-гіперболічний, символічний малюнок та реалістично-підкреслений портрет-карикатуру [12, с. 13].

Б. Віппер функціональне призначення карикатури як графічного мистецтва визначає як формування комічного враження, висміювання й осуд (на думку дослідника, карикатура обов'язково повинна бути негативною, оскільки вона завжди виникає через незадоволеність чимось, завжди містить критику), повчальність, боротьбу, «активне знушення»; гостру тенденційність, агітаційність, виховний момент [3]. Схожу позицію займає й сучасний німецький учений Т. Кніпер [2, с. 131] — на його думку, карикатура: критикує і контролює; стимулює процес формування думки (також стосовно політичних подій і процесів) та волі реципієнтів; розважає, допомагає відволіктись, відпочити. О. Анісімова, досліджуючи рекламні тексти й політичні плакати, розділила всі функції на дві великі групи: універсальні, притаманні усім полікодовим (креолізованим) текстам, і специфічні, характерні для конкретного виду комунікації [1]. До основних універсальних функцій зображень, як засобів візуальної комунікації, дослідниця відносить інформативну, атрактивну, експресивну й естетичну. Особливими функціями зображень називає: символічну, ілюстративну, аргументаційну, ефемістичну, функція створення іміджу, характерологічну, сатиричну. Залежно від типу тексту зображення, зокрема карикатура, виконували різний набір функцій.

Пізніше, із формуванням системи сатиричних жанрів, роль карикатури змінюється, на перший план поступово виходить функція ілюстрування вербальних журналістських текстів. В ілюстрованих гумористично-сатиричних виданнях простежується тенденція до збільшення кількості малюнків з домінуванням тексту або таких творів, у яких підпис і малюнок представляють собою штучне поєднання. Далі ця тенденція міцніє, і з часом усе більша роль відводиться публіцистичному тексту. А. Каск зауважує, що графіка починає виконувати формальну роль, її завданням стає лише збереження жанрової специфіки самого видання як ілюстрованого [7, с. 142].

Наукові й періодичні видання підтверджують зміну ролі карикатур і підходів до творчого процесу роботи над ними. Так, у сатиричних журналах початку XX століття спочатку малювалися карикатури як оперативне відображення суспільних подій, пізніше у редакції колективно «творили» підписи до них. Причому, цю роботу вважали другорядною й невдячною. Оскільки творчість була колективною, то тексти подавалися без авторів. Нерідко ж авторами були самі художники. Про пріоритетність у творчому процесі роботи над карикатурами у сатиричних виданнях радянського періоду, також щедро ілюстрованих, говорив М. Г. Семенов, згадуючи так звані «темні засідання», на яких обговорювалися теми для карикатур, у журналі «Крокодил» [8, с. 32-33]. Пізніше про

них писав і майстер карикатури Б. Ефимов [5, с. 49-50]. Нині ж українські карикатуристи, співпрацюючи із друкованими ЗМІ, ілюструють готові аналітичні матеріали або ж адаптують до відображуваних тем свої роботи, виконані з того чи іншого приводу. Публіцист К. Рильов згадував, що коли відомий український карикатурист Анатолій Казанський опинився у «Дні», «у нього вже був власний багаж оригінальних ідей, сюжетів та персонажів. Це допомогло йому витримати стрімкий темп газетного конвеєра. Деяких героїв він використав зі своїх геніальних «сюрів» для карикатур. І навпаки, карикатури, створені з новинних приводів, з моментальних імпульсів дотепності, поповнювали колекцію персонажів його глобальних сюрреалістичних полотен» [11].

Карикатура поступово втрачає свою самостійність, об'єднується із книгою і журналом. Ілюстрацією такої трансформації може слугувати й зміна самого терміна на позначення карикатури в англійській мові: до 1750 року «hieroglyphies» (ребус); після 1830 року — «cartoon» (гумористична картинка) [3]. Більшість сучасних джерел, передусім англomовних, набуття терміном «cartoon» сучасного значення «карікатура» датують 1840-ми роками. Дослідники наголошують, що поширенню слова як позначення мальованої пародії, гумористичної та часто сатиричної у своєму зображенні соціальних і політичних подій, посприяли англійський сатиричний журнал «Панч» («Punch», перший номер вийшов 1841 року) та американський літературно-публіцистичний щотижневик «The New Yorker» (уперше вийшов 21 лютого 1925 року), які популяризували цю візуальну форму жарту. Називається навіть більш точна дата «народження» цього нового значення терміна «cartoon» («смішні малюнки в газетах і журналах») — 1843 рік, коли номер «Панча» за 24 червня вийшов з таким анонсом: «Punch» має задоволення оголосити, що на перших сторінках свого наступного номера він здивує парламентську комісію публікацією кількох вишуканих малюнків, які будуть називатися «карікатурами (cartoons) 'Панча'». «Карікатурою № 1: Сутність і Тінь» («Substance and Shadow») була сатиризована ілюстрація Джона Ліча, у якій автор висміював заготовки для нового фрескового розпису Вестмінстерського палацу. Сарказм автора викликали витрати урядом великих сум грошей на розкіш, абсолютно неприпустиму тоді, коли бідний люд потерпав від голоду. Саме ці малюнки забезпечили сучасне розуміння терміна «cartoon», який вживається сьогодні практично в усьому світі (за винятком, хіба що східнослов'янського простору, у тому числі й вітчизняних теренів) саме як позначення мальованої пародії / жарту («смішні картинки») [15]. Використання цього терміна у значенні «мультфільм» відбулося вже пізніше. Термін був миттєво засвоєний і британською, і — ширше — англomовною культурою, а завдяки успіхам мультиплікації (передусім, мультикам Волта Діснея) став світовим надбанням, повернувшись, у тому числі, й у французьку та італійську лінгвокультури, але уже в новому значенні і новому орфографічному оформленні. Щодо терміна «hieroglyph» (з грецької «священна різьба»), то він найчастіше використовується у значенні «символ давньоєгипетської системи письма». Логографічні сценарії, які мають піктографічну форму, а відтак нагадують давньоєгипетські, також іноді називають «ієрогліфи» [16]. У часи панування філософії неоплатонізму, особливо в добу Відродження, ієрогліфи використовувалися для художньої презентації езотеричної ідеї, яка вимагала декодування. Очевидно, саме ця властивість зумовила початкове використання зазначеного терміна на позначення втіленого у малюнку, гравюрі-ребусі злободенного яви-

ща (яскравий приклад — політична карикатура «Join, or Die»/ «Перемогти, або Померти»/ Бенджаміна Франкліна, 1754 рік). Нині в англomовному континуумі (переважно у США) використовується термін *hieroglyph cartoons* (або *hieroglyphs*) на позначення коміксів, виконаних як скетчі.

Аналіз сучасних українських друкованих видань свідчить про те, що навіть при посиленні тенденції до візуалізації в сучасних ЗМІ карикатура не входить в коло активно використовуваних видів образотворчих форм, чому існує низка причин, серед яких — цензура, нехай і неформальна, і самоцензура авторів і редакторів; коротке життя зображень цього типу в газеті; неефективність впливу карикатури на громадську думку (О. Смаль, відомий український карикатурист говорив, що «каркатура — це лоскіт у пеклі» [17]); складність роботи в цьому жанрі. Тому кількість художників, які співпрацюють з друкованими виданнями, є обмеженою, навіть попри багаті традиції жанру й досягнення київської школи карикатуристики — у багатьох країнах відомі роботи А. Василенка, В. Дружиніна, О. Дергачова, А. Казанського, Ю. Кособукіна, В. Казаневського та ін.

Аналіз нечисленних сучасних українських ЗМІ, що використовують каркатуру, дає підстави зробити висновок, що у вітчизняній пресі можна диференціювати два види каркатур: сатиричну (або політичну) і гумористичну. Проглядається така закономірність: перша використовується переважно в якісній (діловий) пресі — зокрема, тижневику «Дзеркало тижня», щоденній газеті «День», друга — у щоденній газеті (наприклад, «Сільські вісті», підзаголовок якої — «Газета захисту інтересів селян Україна»), що розрізняються і за своїми цілями, і за характером аудиторії. Причому, регулярна поява каркатур першого типу асоціюється з особистістю конкретного художника — у «Дзеркалі тижня» це О. Смаль, у газеті «День» — А. Казанський, у «Сільських вістях» — А. Василенко.

Саме перший тип можна розглядати як каркатуру в класичному її розумінні, обов'язковою складовою якої є оцінка і критика. Однак каркатура як жанр закономірно зазнає на сучасному етапі внутрішні трансформації, сутність і глибину яких ще належить встановити дослідникам.

Каркатура в якісній українській пресі являє собою ілюстрації до аналітичних оглядовим статтям на суспільно-політичні теми (тобто дублює інформацію, позначену вербально), зокрема, кілька років поспіль вона традиційно супроводжує центральний матеріал на першій сторінці «Дзеркала тижня», «втоплена» в текст, позбавлена супровідного тексту. Поза цим контекстом її розуміння може бути ускладнене або ж вона може отримувати дуже широку смислову інтерпретацію. До того ж, вона виконує і сатиричну функцію, і експресивну, посилюючи дієвість публікації. Такий вид зображень, спрощуючи сприйняття досить великого за обсягом і насиченого в змістовному відношенні тексту, є особливістю дизайну та верстка цього видання - він також заповнює прогалину фотоілюстрацій, від розміщення яких на першій сторінці редакція відмовляється. Можна говорити про те, що використання цього виду каркатур певною мірою компенсує відсутність сатиричної журналістики як типу періодичного видання в сучасному медійному дискурсі України.

Каркатура другого виду, як правило, являє собою самостійне повідомлення, супроводжуване лаконічними гумористичними діалогами або репліками персонажів на морально-етичні чи соціальні теми.

Таким чином, можна говорити про те, що карикатури, які в сатиричних журналах кінця XIX — початку XX ст. були важливою типоформувальною ознакою, нині мають інше функціональне призначення, сформоване суспільно-політичними процесами в країні, змінами в інформаційній сфері, якісними характеристиками читачької аудиторії та її очікуваннями.

У подальшому актуальним буде дослідження виражальних засобів карикатури, зокрема кольору, її жанрових особливостей тощо.

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е.Е. Анисимова — М., 2003.
2. Вайшенберг З., Кляйнштойнбер Г., Пьорксен Б. Журналистика та медіа : Довідник / З.Вайшенберг, Г. Кляйнштойнбер, Б.Пьорксен. — Київ : Академія української преси, Центр Вільної преси, 2011. — 529 с.
3. Виппер Б. Введение в историческое изучение искусства / Виппер Б. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.lib.ru/TEXTBOOKS/ART/](http://www.lib.ru/TEXTBOOKS/ART/)
4. Григораш Д.С. Журналистика у термінах і виразах / Д.С. Григораш — Львів, 1974. — 294 с.
5. Ефимов Б. Основы понимания карикатуры / Б. Ефимов. — М., 1961.
6. Жуков В.Ю. Сатирические журналы периода первой русской революции как исторический источник / В.Ю. Жуков // Новое о революции 1905-1907 гг. в России: Межвуз. сборник / Под ред. Ю.Д. Марголиса. — Л., 1989. — С. 51–76.
7. Каск А.Н. Жанровая структура, сюжетики, эстетика журнальной иллюстрации в России XVIII — XIX вв.: дис. канд. наук: спец. 17.00.04 — изобразит. и декорат.-прикл. искусство и архитектура / А.Н. Каск — М., 2011. — 316 с.
8. Семенов М. Г. Крокодилские были / М.Г. Семенов — М.: Издательство «Мысль», 1982. — 208 с.
9. Скогорева О.В. «Гипертекст» в структуре содержания современной массовой газеты: средства ее создания / О. Скогорева // Медиаальманах. — Вып.2. — 2008. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.mediascope.ru](http://www.mediascope.ru)
10. Сорокин Ю, Тарасов Е. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Сорокин Ю, Тарасов Е. // Оптимизация речевого общения: Сб. ст. — М.: Наука, 1990. — С. 180-181.
11. Скуба В. Анатолій Казанський: геніальність як норма / В. Скуба [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.day.kiev.ua](http://www.day.kiev.ua)
12. Хмурий В.Образотворча сатира 1905 року / В. Хмурий // Всесвіт. — №22-23. — 1905. — С.12–15.
13. Шатрова М.Б. Періодичні видання України в галузі образотворчого мистецтва кінця XIX–30-х рр. XX століття: історіографія питання / М.Б. Шатрова // Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії: Збірник наукових праць. Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. — Вип.21. — 2011.

14. Щербакова Е. Визуальна история / Щербакова Е. // Между канунами. Исторические исследования в России за последние 25 лет. — М.: АИРО — XXI, 2013. — С. 1380-1396.
15. «Cartoons» — Substance & Shadow [Электронный ресурс] // Ink & Snow; режим доступа: <http://inksnow.blogspot.com/2011/07/cartoons-substance-shadow.html>
16. «Egypt, Ancient: Hieroglyphics and Origins of Alphabet». Encyclopedia of African History Title information — via Credo Reference (subscription required). Retrieved 12 September 2012.
17. Котляр А. Олег Смаль: «Я розучився малювати небо» // Дзеркало тижня. — 23 вересня 2011 // [http://gazeta.dt.ua/SOCIETY/oleg\\_smalya\\_rozuchivsya\\_malyuvati\\_nebo.html](http://gazeta.dt.ua/SOCIETY/oleg_smalya_rozuchivsya_malyuvati_nebo.html)

### CARTOONS IN MODERN UKRAINIAN MASS MEDIA AND TRADITIONS OF UKRAINIAN SATIRICAL JOURNALISM

**Nataliya Zykun**

Kyiv International University,  
Lvivska Str., 49, Kyiv, 03179, Ukraine

E-mail: [nzykun@ukr.net](mailto:nzykun@ukr.net)

The article deals with features of using caricatures as multifunctional text codes in the field of visualization in modern Ukrainian media. Main changes of caricatures functions its character and special sides of formation this kind of features on the pages of newspapers are takes place.

**Key words:** illustration, caricature, multifunctional text codes, 'a creolized text', satirical edition.

### КАРИКАТУРА В СОВРЕМЕННЫХ УКРАИНСКИХ СМИ И ТРАДИЦИИ УКРАИНСКОЙ САТИРИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

**Наталія Зыкун**

Київський міжнародний університет,  
ул. Львівська, 49, Київ, 03179, Україна

E-mail: [nzykun@ukr.net](mailto:nzykun@ukr.net)

Рассматриваются особенности использования карикатур как поликодового текста в контексте тенденции визуализации в современных украинских СМИ. Прослеживается изменение функций карикатуры, её характера и особенностей оформления на газетной странице.

**Ключевые слова:** иллюстрация, карикатура, поликодовый текст, «креолизованный текст», сатирическое издание.

*Стаття надійшла до редколегії 22.09.2013*

*Прийнята до друку 14.10.2013*