

---

---

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, СТРУКТУРИ ТА СТИЛІСТИКИ  
ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

УДК 007:304:659.3

*Н. Б. Калашник, О. С. Ланько*

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

**Сатиричні новини як спосіб соціальної критики в українському  
інфопросторі**

---

**Калашник Н. Б., Ланько О. С. Сатиричні новини як спосіб соціальної критики в українському інфопросторі.** У статті досліджується феномен сатиричних новин. Аналізуються причини його популярності в українському медіапросторі, переваги і ризики такого інформування медіареципієнтів. Особлива увага приділяється коректності цього способу подачі інформації з точки зору журналістської етики. Автори розглядають досвід журналіста Романа Вінтоніва – творця образу Майкла Щура, ведучого низки телевізійних проєктів у жанрі сатиричних новин.

**Ключові слова:** *сатира, новини, сатиричні новини, інфотейнмент, Майкл Щур, соціальна критика, журналістська етика.*

**Калашник Н. Б., Ланько О. С. Сатирические новости как способ социальной критики в украинском информационном пространстве.** В статье исследуется феномен сатирических новостей. Анализируются причины его популярности в украинском медиaprостранстве, преимущества и риски такого информирования медиареципиентов. Особое внимание уделяется корректности этого способа подачи информации с точки зрения журналистской этики. Авторы рассматривают опыт журналиста Романа Винтонива – создателя образа Майкла Щура, ведущего ряда телевизионных проєктов в жанре сатирических новостей.

**Ключевые слова:** *сатира, новости, сатирические новости, инфотейнмент, Майкл Щур, социальная критика, журналистская этика.*

**Kalashnik N., Lanko O. Satirical news as a way of social criticism in the Ukrainian information space.** This article examines the phenomenon of the satirical news. It offers a hypothesis about the dependence of the popularity of this format from the consumer's socio-psychological state of information. The article analyzes the reasons for its relevance in the Ukrainian media, the benefits and risks of such information format. Special attention is given to the correctness of this method of presenting information through the journalistic ethics. The article examines the journalist Roman Vintoniv's experience – the creator of the image of Michael Shchur, an anchorman of a number of TV projects in the genre of satirical news. The linguistic and stylistic means of expression of the text, the author's principles of creating programs for correlation purposes of journalistic materials, the ways of its achievement are analyzed in the article. The conclusion is about the direction of the satirical news on the background of insufficient development of analytical journalism in Ukrainian media space.

**Keywords:** *satire, news, satirical news, infotainment, Michael Shchur, social criticism, journalism ethics.*

---

З часів першого Майдану на українському телебаченні спостерігається тенденція поєднання інформації з розвагою і, відповідно, створення т.зв. «інфотейнменту» (від англ. information – інформація, entertainment – розвага). Другий Майдан, анексія Криму та війна на Донбасі – тобто, зрештою, напруга у всіх сферах життя українців – спровокували новий етап розвитку такої форми подачі. Доступним та доречним у цьому випадку способом реалізації інфотейнменту вітчизняні телевізійники, відчувши настрої глядачів, обрали сатиру – насамперед політичну. Так, з 2013 по 2017 рік на українському телебаченні з'явилося багато нових гумористичних проєктів з політичною тематикою: «ЧистоNEWS»,

«Весті Кремля», «Весті UA», «Війо до трону», «Вже на троні», «Утедин з Майклом Щуром». Гумористичні передачі, які не завжди смисловим стрижнем обирають політичний аспект життя, також не цураються цієї тематики – це й «95 квартал», й «Дізель Шоу». Відтак актуальність цієї розвідки полягає у необхідності на конкретному прикладі розглянути використання сатири як способу соціальної критики, а також у пошуку відповіді на контroversійне питання сьогодення: чи є сатира виправданим засобом боротьби з «опонентами».

Сатира як спосіб відображення дійсності була об'єктом уваги багатьох дослідників, серед яких Ю. Борєв, Я. Сімкін, А. Тепляшина,

А. Щербина [1; 7; 9; 12]. Використання сатири в українській публіцистиці вивчали А. Капелюшний, О. Кузнецова, Л. Сніцарчук та ін. [4; 5].

Історичні події, які спричинили раптовий сплеск популярності сатиричних програм й активізували творчі пошуки в цьому напрямку, відбуваються й досі, творячи нашу реальність. Відтак проаналізувати цей процес наразі досить важко, оскільки наукові праці, які висвітлювали б це питання, представлені поодинокими випадками [2; 11]. Тим не менш, варто зазначити, що вивчати програми такого формату необхідно: вони є дзеркальним відображенням змін як у медіапросторі, так і в свідомості населення. Більше того, ми переконані, що за розвитком сатири – поступовий рух у бік демократії, принципи якої українська державність наразі намагається затвердити. Використання сатири в публічному мовленні, а не тільки в побутовому дискурсі, засвідчує існування в державі інституту свободи слова, хоча, як відомо, українська журналістика й досі просякнута місцевою цензурою та підконтрольністю певним бізнес-та політсилам.

Важливо зазначити, що цільова аудиторія сатиричних новин розмаїта. Глядачі можуть переслідувати різні цілі. Серед них можна виокремити такі: бажання почути оцінку останніх подій опініон-мейкерами (зазвичай сатиричні новинарні передачі асоціюються з ведучими, хоча тексти пишуться не тільки ними); бажання посміятися з політиків (якщо глядач – частина критично налаштованого електорату); бажання отримати інформацію без яскравого негативного навантаження, а через власне сміх; бажання подивитися смішну передачу, втікаючи від проблем у реальному, не телевізійному житті, задовільнивши таким чином базову потребу у релаксації (без жодного політичного підтексту). Тож причиною популярності сатиричних новин є постійний стрес, у якому перебуває суспільство через нестабільну політично-економічну ситуацію в країні та, зрозуміло, необхідність якимсь чином від нього звільнитися.

Перевага і недоліків у сатиричних новин достатньо, причому найчастіше вони переплітаються один з одним. По-перше, такі програми сприяють розвитку критичного мислення у глядачів, адже змушують подивитися на ситуацію інакше. В той же час, популізм в оцінках може викликати тільки дедалі більше роздратування та розчарування (аж до відмови від участі у політичному житті

країни). По-друге, форма викладу дозволяє у полегшеній формі донести важливу інформацію. Щоправда, тут теж причаїлася проблема – це може стати причиною зниження розумових потенцій масового глядача. По-третє, творці сатиричних новин дозволяють собі брати до висвітлення теми, які не є типовими для гумористичних передач. Проте бувають випадки, коли автори жартів, здається, балансують на межі дозволеного.

Звідси виникає питання: наскільки виправдано є сатира з точки зору журналістської етики? Ми розглянемо цей аспект на прикладі одного із найяскравіших сатиричних медіапродуктів останніх років – передач Майкла Щура [8; 10]. Про їхню популярність свідчить той факт, що у 2014 році «Телебачення Торонто» було нагороджено «Срібною кнопкою», якою відеосервіс YouTube відзначає канали, які мають більше ста тисяч підписників.

За легендою, Майкл Щур народився у Торонто (Канада), там же й виріс та отримав освіту, однак з початком другого Майдану не зміг стояти осторонь і повернувся на «історичну батьківщину», якою є, як неважко здогадатися, Україна. Автор передачі Роман Вінтонів (котрий виступає в образі «Майкла») наділив свого героя іноземним громадянством певною мірою з міркувань логіки: на жаль, ставлення українських політиків до журналістів вітчизняних та іноземних неоднакове – іноземці бонусом до свого громадянства часто отримують привілеї у вигляді ввічливості з боку політиків та їхньої готовності говорити. Окрім цього, образ іноземця дозволяє Щуру ставити прості, навіть дурні питання, які йому, звісно ж, пробачають з огляду на неознайомленість із нашими реаліями. Що цікаво, саме на цьому базуються принципи роботи Вінтоніва. Він послуговується двома оказіоналізмами – «дурналістика» (від слова «дурень») та «хулналістика» (від слова «хуліган»).

Як телевізійний персонаж Майкл Щур «народився» ще в 2013 році. Тоді Роман Вінтонів випускав передачі «Чим живеш, Україно?» та «Але є одне але (скорочено АСОА)» на YouTube-каналі «Телебачення Торонто» [8]. Хоча Вінтонів до того встигнув попрацювати на декількох каналах, серед яких загальнонаціональні «1+1» та «Україна», на його авторські проекти в той проміжок часу особливої уваги ані глядачі, ані колеги не звернули. По-справжньому відомим та популярним він став з випуском на самому

початку Майдану кліпу на авторську пісню «Це перебор, Віктор», в якому виступив із гострою критикою тодішнього президента Віктора Януковича. Тоді ж сплеск зацікавленості з боку глядачів спостерігався й до програми «Але є одне але (скорочено АСОА)». Попит на інформацію про українські революційні події став поштовхом для розвитку Вінтонівим контенту: так, вже з 17-го випуску у відео з'явилися субтитри російською, англійською та польською мовами.

Популярність Щура постійно зростала, адже він давав глядачам те, чого вони прагнули: певною мірою відстороненого та все ж оптимістичного (а часом й веселого) погляду на останні події. Відтак вже навесні 2014 року Майкл випустив програми, присвячені позачерговим виборам Президента України, – «Війо до трону» та «Вже на троні». 18 жовтня 2014 р. ведучий вийшов у «велике плавання» і з'явився на державному «Першому» (наразі – «UA:Перший») з авторським сатиричним дайджестом новин «УтеОдин з Майклом Щуром». Випуск програми довелося перервати мобілізацією Романа Вінтоніва до лав Збройних сил України, однак це не завадило йому поновити творчий процес після повернення в Київ. Так, зараз Щур випускає передачу з невимовлюваною назвою «#@)□?S0 з Майклом Щуром», яку транслюють одразу декілька мовників – «UA:Перший», «Громадське телебачення» та «24 Канал».

Образ Щура незмінний всі ці роки. Так, він носить вуса, окуляри, вишиванку (пізніше – футболку з QR-кодом, стилізованим під національну вишивку) та піджак. Можна припустити, що вишиванка дозволила Щуру стати ближчим масовій аудиторії, адже він вміло використав цей раптово модний на теренах України елемент одягу, а вуса стали відображенням типізації представника українського народу та одночасно легкою формою стьобу над ним. Що цікаво, Вінтонів вдало поєднує «дорослість» тем із молодіжністю подачі. Це помітно й у зовнішньому вигляді, бо дрес-кодом Роман, судячи з усього, не особливо переймається, вдягаючи шорти та кеди. Однією з найяскравіших особливостей є акцент Майкла. Хоча він нібито є «канадським», зрозуміло, що це лінгвістична спадщина західної частини України – Вінтонів походить з Івано-Франківщини. Звідси й певна незвичайна пересічному українцю лексика – наприклад, привітання «Слава Ісус!» та вираз «Війо до новин».

Варто окремо розглянути увиразнювальні стилістичні засоби, якими користується Майкл Щур. За частотою використання лідирують:

– іронія («Взагалі чули, що про пожежу сказав нинішній міністр? "Сильне забруднення атмосфери, але я думаю, що воно розійдеться в повітрі". Ага, розійдеться в повітрі, розтечеться у річці і осяде у ґрунті. А роги самі відпадуть, якщо будете достатньо довго точити їх об дерево» – випуск № 29);

– сарказм («Нам щось останнім часом взагалі з міністрами екології не щастить. З них усіх найближчим до екології був пан Мохник. Тай то завдяки своєму прізвищу» – випуск № 29);

– мовна гра («Здається, Путін втомився бути святішим за Папу Римського. Він вирішив бути понтовитішим за понтифіка» – випуск № 29);

– алюзія («Не пов'язуйте їх і не пов'язані будете» – випуск № 23; «Як казали древні, усі дороги ведуть до Риму і жодної – до Криму» – випуск № 18) [10].

Що цікаво, ведучий не керується літературною нормою – в передачах можна почути нецензурну лексику як від Романа, так і від його гостей (найяскравіший приклад – Лесь Подерв'янський). Скоріш за все, це варто сприймати як чергову спробу відійти від традиціоналізму та заскорузлості українського медійного простору. Звісно ж, нецензурні вирази перекривають спеціальним звуком, тож законодавство України не порушується.

Як зазначалося раніше, Вінтонів вигадав два принципи роботи, які ґрунтовно відрізняються від загальноприйнятих журналістських. Наріжним каменем обох є «прості питання та ніякого пафосу» [6]. На думку ведучого, однією з найбільших проблем вітчизняної журналістики є гіперсерйозність, неготовність жартувати, шапкування перед чиновниками (чим вищий статус, тим більше підлещування) та заглядання їм у рота. Таким чином, спілкування журналіста із високоставленим співрозмовником носить ритуальний характер замість окреслити проблеми та шукати способи їхнього вирішення. Між тим, чиновники зазвичай не дають очікуваного «фідбеку» і ставляться до журналістів без поваги, використовуючи заздалегідь заготовлені політтехнологіями та спічрайтерами фрази. «Ім все одно, які питання ми їм ставимо, – стверджує Вінтонів. – У них наперед написані відповіді на всі питання. Справа в тому, що вони не знають відповіді на більшість запитань. І не хочуть шукати ці

відповіді. У них є якісь свої інтереси, які вони приховують за шаблонними фразами» [6].

Отже, «дурналістика» виникла як спроба в межах допустимого порушувати журналістські правила, які вважаються незмінними вже багато десятиліть поспіль. «Хулналістика» ж має на меті інше – спілкування з високопосадовцями без очікуваного ними пієтету, на рівних. Ця модель поведінки проектується, зрештою, й на глядачів/читачів, руйнуючи, нарешті, звичку ліпити з чиновників божків місцевого характеру.

Критикує Щур зазвичай саме можновладців, пояснюючи: «Це такі самі люди. Якщо ваш сусід несе пургу, ми скажемо: "Що ти несеш?". А от їм чомусь ми так не говоримо» [6]. Можна припустити, що така реакція пересічних українців на «пургу» викликана страхом матеріальної, фізичної чи моральної відповідальності за критику можновладців, нерозвиненістю громадського суспільства, відсутністю переконаності, що критика змінить ситуацію на краще.

Об'єктом критики зазвичай стають політики, можновладці, чиновники, а також, звісно, й пересічні громадяни, якщо їхню поведінку Щур вважає симптоматичною та показовою у межах країни.

Зрештою, виникає питання: то як же з огляду на журналістські стандарти сприймати сатиру, яка часто супроводжує порівняно невинний гумор, та зубастий сарказм? Чи не є використання цих засобів творення комічного для вирішення проблеми чи як мінімум її артикуляції нівелюванням значущості? Краще за Вінтоніва на це питання, на наш погляд, ніхто не відповів: «Якщо буде сумний підхід до проблеми, це так само нічого не вирішить» [6]. Дозволимо собі погодитися із ведучим. Головна задача сатири – «викрити негативні суспільні явища, засудити старе, історично приречене, висловити нові потреби суспільного розвитку», як пише І. Михайлин у «Сучасному словнику літератури і журналістики» [3:117]. Жорстка форма в цьому випадку – лише метод подачі матеріалу, який дозволяє прямо і недипломатично поділитися важливою, на думку сатирика, інформацією.

Звісно ж, не можна забувати про межі допустимого. Вони у кожної людини – свої. Сумний досвід французького сатиричного журналу «Charlie Hebdo» та нещодавнього цькування російського журналіста Аркадія Бабченка за його пост у «Facebook» щодо військового літака, який прямував до Сирії і розбився над Чорним морем, доводять: недостатнє страждання – покаже чи щире, тут вже неважливо – може викликати агресію, як моральну, так і фізичну. Тим не менш, ми визнаємо право журналістів (як і всіх інших людей) вільно висловлювати свою думку та, відповідно, притримуємося позиції «зло во благо». Якщо занадто м'які формулювання не дають необхідного резонансу, а медіа за умов корумпованості та підпорядкованості «сильним світу сього» лишаються єдиною силою, яка здатна впливати на перебіг подій, то журналісти звертаються до іншої сили – сили сатиричного слова. Проте й досі лишається дискусійним питання, чи здатне жорстке та безкомпромісне висвітлення актуальної проблеми докорінно змінити ситуацію або бодай зрушити її з місця.

Звісно, є різниця між образою, для якої немає жодних об'єктивних підстав, та образою, яка є останнім і найрадикальнішим засобом для привернення уваги громадськості до проблеми. Перша – безперечно, недопустима. Друга ж, вважаємо, має право на існування в унікальних умовах.

Журналіст, використовуючи сатиру, приймає ризики неправильної інтерпретації своїх слів. Бажання вирішити проблему не знімає, тим не менш, моральної та законодавчої відповідальності з медійника за наслідки сказаного.

Сатиричні новини від Майкла Щура вдало поєднують у собі аналіз поточних подій із публіцистичною переконливістю і легкою подачею. В українській ситуації перманентної кризи, в тому числі і медійної, що виявляється як у недорозвиненості аналітичної журналістики, так і в загальній недовірі до ЗМІ, формат сатиричних новин на медіаринку має упевнену перспективу і відкриває широкі можливості для подальших досліджень.

## Література

1. Боров Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Боров. — М. : Астрель ; АСТ ; Русь-Олимп, 2005. — 829 с.
2. Выровой Ю. Нет сил смотреть: украинцы устали от плохих новостей [Электронный ресурс] / Ю. Выровой // ЛІГА.net. — 2015. — Режим доступа : <http://biz.liga.net/all/telekom/stati/3053433-net-sil-smotret-ukraintsy-ustali-ot-plokhikh-novostey.htm>.
3. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури та журналістики / М. Ф. Гетьманець,

- І. Л. Михайлин. — Х. : Прапор, 2009. — 382 с.
4. Капелюшний А. О. Виникнення і розвиток української радянської сатиричної публіцистики / А. О. Капелюшний. — К. : НМК ВО, 1990. — 136 с.
5. Кузнецова О. Д. Засоби й форми сатири та гумору в українській пресі / О. Д. Кузнецова. — Львів : Видавн. центр ун-ту ім. Івана Франка, 2003. — 250 с.
6. Майкл Щур: «Будьте хуліганами» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://vgolos.com.ua/articles/budte\\_huliganamy\\_\\_maykl\\_shchur\\_post\\_dlya\\_zhurnalistiv\\_134496.html?print](http://vgolos.com.ua/articles/budte_huliganamy__maykl_shchur_post_dlya_zhurnalistiv_134496.html?print).
7. Симкин Я. Р. Сатирическая публицистика / Я. Р. Симкин. — Ростов : Ростов. ун-т, 1976. — 174 с.
8. Телебачення Торонто [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.youtube.com/user/uttoronto>.
9. Тепляшина А. Н. Сатирические жанры современной публицистики : учеб. пособ. / А. Н. Тепляшина. — СПб. : СПбГУ, 2004. — 210 с.
10. УтеОдин з Майклом Щуром [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://1tv.com.ua/programs/uteodyn>.
11. Чужа Ю. Главные медиатренды 2015 года в докладе Института Рейтер [Электронный ресурс] / Юлия Чужа // Bird In Flight. — 2015. — Режим доступа : <https://birdinflight.com/ru/media-2/glavnye-mediatrendy-2015-goda-v-doklade-reuters-institute.html>.
12. Щербина А. О. Жанры сатиры і гумору / А. О. Щербина. — К. : Дніпро, 1976. — 136 с.

УДК 070.482:316.774:81'42

**Г. О. Кушнір**

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

## **Релігійна публіцистика Євгена Сверстюка: загальна характеристика і типологія**

**Кушнір Г. О. Релігійна публіцистика Євгена Сверстюка: загальна характеристика і типологія.** У статті проаналізовано публіцистику українського дисидента Є. Сверстюка, важливою складовою якої є релігійний компонент. Ця сутність публіцистики автора в певні періоди його життя проявлялася по-різному. Встановлено, що за мірою присутності релігійного компонента публіцистичну творчість шістдесятника можна поділити на дві частини: до і після навернення до Бога. З'ясовано, що тільки декілька творів до навернення Є. Сверстюка демонструють наявність у них релігійних аспектів на рівні фактів («Собор у риштованні», «Остання сльоза») і не свідчать про релігійність самого автора. У публіцистиці другого періоду релігійна складова є домінуючою. Вона виявляється на рівні тем, ідей, образів та присутня в кожному творі того періоду. Показано, що найяскравішим зразком релігійної публіцистики Є. Сверстюка є есе «Перебудова Вавилонської вежі».

**Ключові слова:** *релігійна публіцистика, Євген Сверстюк, «Перебудова Вавилонської вежі», релігійний компонент, навернення до Бога.*

**Кушнір Г. А. Религиозная публицистика Евгения Сверстюка: общая характеристика и типология.** В статье проанализирована публицистика украинского дисидента Е. Сверстюка, важной составляющей которой является религиозный компонент. Эта сущность публицистики автора в определенные периоды его жизни проявлялась по-разному. Установлено, что по степени присутствия религиозного компонента публицистическое творчество шестидесятника можно поделить на две части: до и после обращения к Богу. Выяснено, что только несколько произведений до обращения Е. Сверстюка демонстрируют присутствие в них религиозных аспектов на уровне фактов («Собор в лесах», «Последняя слеза») и не свидетельствуют о религиозности самого автора. В публицистике второго периода религиозная составляющая является доминирующей. Она проявляется на уровне тем, идей, образов и присутствует в каждом произведении этого периода. Показано, что наиболее яркий пример религиозной публицистики Е. Сверстюка – эссе «Перестройка Вавилонской башни».

**Ключевые слова:** *религиозная публицистика, Евгений Сверстюк, «Перестройка Вавилонской башни», религиозный компонент, обращение к Богу.*

**Kushnir G. Religious journalism of Yevhen Sverstiuk: the general characteristics and typology.** The article studies the religious journalism of a famous Ukrainian dissident Yevhen Sverstiuk (1927–2014). A religious component is a very important in Sverstiuk's journalism but it is manifested in different ways (like facts,