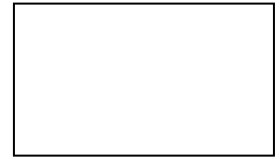


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ  
СТУСА

**КОЛОДІЙ АНАСТАСІЯ ВАЛЕНТИНІВНА**



Допускається до захисту:

в.о. завідувача кафедри

журналістики та

соціальних комунікацій

кандидат політичних наук,

С.В.Бондаренко

«\_\_\_ 20\_\_\_ р.

**«УСМІШКА (ГУМОР І САТИРА)»**

Спеціальність 061 Журналістика

**Випускова робота (медіа-проект)**

Керівник:

Родигін К.М., кандидат філософських наук,

старший викладач кафедри журналістики

та соціальних комунікацій

Оцінка: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова комісії: \_\_\_\_\_

(підпис)

Вінниця – 2021

## ВСТУП

Сатира та гумор у ЗМІ, соціальних мережах – явище унікальне у публіцистичному, літературно-художньому, графічному аспектах, однак несправедливо неоцінене і зовсім недосліджене науковцями. Соціальні мережі є своєрідним джерелом розваг. На сторінках різноманітних порталів, тематичних ресурсів можна знайти для себе те, що підніме настрій і стане одним із способів проведення дозвілля.

Практичне вивчення сатири та гумору з метою визначення їхнього місця в системі засобів масової комунікації передбачає виявлення типологічних ознак і характеристик. Такий аналіз включає класифікацію за тематичною спрямованістю. На сучасному рівні дослідження журналістики поки що не має відпрацьованої методології, яка б дозволила дати всебічний аналіз. Тому виникає потреба дослідити вищезазначене явище.

Спілкування охоплює усі сфери діяльності (і саме є діяльністю), а тому теорій спілкування, які намагаються сформулювати його закони, може бути нескінченно багато і всі вони будуть правильні. Віртуальне спілкування повторює реальне в тому, що тут діє принцип перенесення, оскільки взаємодія протікає в системі «людина-людина». Створюється особливий простір (віртуальна реальність) зі специфічними утвореннями та властивим йому видом спілкування. Але через те, що віртуальне спілкування опосередковане, виникають нові правила в середовищі міжособистісних відносин.

**Актуальність дослідження** роботи полягає в тому, що на даний період часу не має ґрунтовного вивчення даної теми. Одним із інструментів наукового управління є медіа. Тому виникла необхідність розглянути більш детально вплив сатири та гумору на суспільство.

Віртуальним спілкуванням називають такий спосіб комунікації, при якому контакт між людьми опосередкований гаджетом, включеним у

локальну або глобальну мережу, а всі взаємодії здійснюються в просторі віртуальної реальності. Саме в такий спосіб, за допомогою зображень, блог в інстаграмі - специфічний вид демонстрації сатири та гумору.

Висміювання «небезпечних» ситуацій, примітивних рис, «невиліковних» ганджів, безглузвих кроків – на зовнішньому (політичному, національному, духовному, державному) фронті чи у внутрішньому житті (особисті амбіції, характери, погляди) вимагало до певної міри толерантності, сміливості, дотепності, асоціативного мислення.

Спільноти в соціальних мережах виконують функцію корпоративного засобу масової комунікації та є джерелом інформації про організацію, інструментом поширення інформації про неї, а також засобом просування позитивного образу й цінностей організації. Часто спільноти й соціальні мережі з точки зору просування стають більш ефективним інструментом, ніж будь-які інші засоби зв'язків із громадськістю, оскільки спільноти дозволяють встановлювати контакт з аудиторією безпосередньо [2, с.3]. Нове повідомлення в співтоваристві або блозі називається пост (від англ. To post – відправляти) або статус. Поява цікавої і привабливої (атрактивної) інформації (посту або статусу) в співтоваристві стимулює безкоштовне розповсюдження її членами спільнот, а також блогерами, підписання на поновлення в цьому співтоваристві. Поширення статусів у інших блогах або спільнотах називається репост. Блогери, які постійно можуть спостерігати поновлення в блогах або спільнотах, а також залишати свої повідомлення, мають, як правило, у цих блогах або спільнотах статус «друзів», кількість яких у відомого блогу або спільноти часто може складати тисячі і навіть мільйони людей [2, с.3].

**Мета дослідження** – вплив на суспільство медіа-проєкту, який наповнений гумором та сатирою.

**Завдання роботи:** узагальнити набуті знання в процесі роботи над проєктом, створити пізнавальний блог, наповнений відповідним контентом.

**Предметом дослідження** є процеси розвитку та становлення сатири і гумору в медійному просторі, їхнє становлення, структура, функції, розвиток.

**Методи дослідження.** Для створення медіа-проєкту використано метод образного узагальнення, що спирається на прийоми асоціації, творчої фантазії, метафоризації, метонімії, оксюморона (внутрішнього протиставлення), літоти (применшення), гіперболізації (перебільшення) і т. д. Художній метод відіграв особливу роль, оскільки в матеріалах будь-якого жанру може бути авторська фантазія, у вигляді домислу.

**Наукова новизна** проєкту полягає у тім, що в ньому розкривається невивчена проблема становлення сатири і гумору в соціальних мережах. Сторінка в інстаграмі як різновид інтернет-комунікації має певну тематику, комунікативні цілі, стилістичні особливості, що допомагає залучити підписників, які зацікавлені саме на сатири, гуморі.



## ОПИС ПРОЄКТУ

Для детального дослідження впливу сатири і гумору на суспільство, створено інстаграм-акаунт. Гумор - це своєрідний буфер. Сьогодні дуже складно висловити свою думку так, щоб нікого не образити, але завжди можна знайти відповідні смішні картинки з написами, які допоможуть без зайвих слів донести до співрозмовника ті почуття, які ви відчуваєте.

Разом із творчою складовою проєкту, присутнє водночас функціонування медіа-системи, як складової частини політичного і соціально-економічного устрою, вплив і ті негативні процеси, що характеризують суспільство, зокрема, й людські якості. У контенті блогу знайшли відображення неефективність багатьох державних інститутів, поширення метастазів застійних явищ, зацикленість суспільства на гаджетах.

І. Девтеров, проаналізувавши комунікативний процес і мовну ситуацію в інтернеті, виділив такі основні риси інтернет-спілкування:

1. Анонімність, яка може призвести до безкарності, розкутості й безвідповідальності поведінки учасників спілкування.
2. Відсутність невербальної інформації.
3. Добровільність контактів. Користувач добровільно зав'язує контакти чи може перервати їх у будь-який момент.
4. Стійке прагнення до емоційного наповнення тексту, що виражається у створенні спеціальних знаків для позначення емоцій.
5. Прагнення до нетипової, ненормативної поведінки. Найчастіше користувач презентує себе по-іншому, ніж у реальному житті, програє не реалізовані в діяльності поза мережею ролі, сценарії, і, не знаючи співрозмовника, створює його образ, відмінний від реального.

6. Більша, ніж у реальному світі, залежність від співрозмовника у спілкуванні. Наслідком є порушення безпосереднього живого спілкування.

7. Відсутність єдності простору й часу, тобто Інтернет дає можливість бути одночасно в різних місцях, а також спілкуватися з людьми з інших годинних поясів [4, с.164].

Інтернет дає невичерпний простір для досліджень, оскільки в ньому, як у особливому середовищі комунікації, тісно співіснують усний та писемний варіанти мови. Соціальні мережі об'єднують мільйони людей, які використовують їх як інструмент спілкування між собою. Це зумовлено тим, що сучасна людина не уявляє себе без Інтернету, дедалі більша частина її життя є віртуальною. У зв'язку з цим важливими стають способи та засоби передачі думок. Мова популярної в усьому світі соціальної мережі інстаграм багатонаціональна. Ця мережа не перенасичена письмовою інформацією, а більше орієнтується на візуальне сприйняття користувача. Однак, ситуація із плином часу змінюється, соціальні мережі оновлюються, стають дедалі ширшими в можливостях.

Сатира була і до сьогодні залишається однією із одиниць виміру духовної культури будь-якого народу. Її межі досить важливі, оскільки сміх – основна складова сатири, завжди відігравав роль діючого фактору культури [5, с.43]. Сміючись, людина релаксує, а, отже, автоматично налаштовується позитивно. Сатира у суспільстві завжди працювала у двох напрямках: заперечувала зло і утверджувала добро. Цікавою, в цьому плані, особливістю комічних (і сатиричних, і гумористичних) творів є те, що позитив (добро) завжди потрібно шукати у підтексті (тобто, читати між рядків), а негатив (зло), завжди яскраво виділений, у більшості випадків навіть гіперболізований.

Сатира здатна осмислити і висвітлити будь-який конфлікт, послуговуючись лише засобами сміху. Створення іронічного смислу

обумовлюється бажанням автора виразити своє ставлення до дійсності непрямым шляхом, тобто відгородитися від зовнішньої ситуації, поглянути на неї збоку.

Малюнок зазвичай містить текстовий коментар, сюжет якого, як правило, пов'язаний з поточними, в основному подіями або особистостями. Художня майстерність у таких зображеннях поєднується з гіперболою і сатирою, щоб висміяти і привернути увагу влади та суспільства до корупції та інших соціальних проблем. Незважаючи на те, що в карикатурах цього типу також присутні елементи гумору, вони є більш серйозними; у них зустрічаються іронія та сатира. Мистецтво виступає ніби метафорою, яка дає пояснення багатьом соціальним та політичним темам.

Гострословів серед українського народу завжди було достатньо. Сміх завше давав насагу вистояти у складних історичних перипетіях, дарував мудрість бачення майбутнього, викликав здатність до «оновлення», вносив «свіжий струмінь» переродження негативних проявів у позитивні тенденції.

Основна характерна риса соціальних мереж та мікроблогів – реалізація тенденції до розмовності, головними ознаками якої є спонтанність, неофіційність, ситуативна закріпленість, тенденція до стислості й експресивності, і внаслідок цього – вживання зображених елементів неформального спілкування. Загальна активна світова динаміка розвитку інтернету позначається на суспільстві. Помічено, що на результат діяльності в інстаграмі користувачів істотно впливає динаміка зображень, що відбивається на характеристиці контенту.



## ТЕХНІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Адреса інстаграм-акаунту (smile\_humor\_satire) -  
[https://www.instagram.com/smile\\_humor\\_satire/?hl=ru](https://www.instagram.com/smile_humor_satire/?hl=ru)

Станом на 1 червня сторінка налічує - 97 підписників, 194 – підписки, 38 постів. Частина картинок та текст взято з просторів інтернету, ще частина – створена самостійно з допомогою програми Watermarkly.

Медіа-проект наповнений фотографіями, короткими дописами розважального чи інформаційного характеру. Між зображенням та текстовим повідомленням - баланс: фото, яке привертає увагу та текст, який містить малу кількість символів, щоб не перевантажувати читачів. Такий метод є дієвим і дає змогу зібрати навколо свого блога активних підписників, яким цікавий даний контент.

Щодо хештегів, то їх використання – це чудовий спосіб заявити про себе. Але не менш важливим виявилось їх правильне застосування. Найкраще користуватися низькочастотними або середньочастотними хештегами – тими, які мають мало дописів, і, відповідно, простішу систему потрапляння допису в розряд топових.

Основні методи, які допомагали створити інстаграм-акаунт – це гіпербола, гротеск, літота, іронія. Гіперболу зазвичай використано для перебільшення незначних, але людям рис характеру. Гротеск застосовано у випадках, коли необхідно висвітлити негативні риси чи явища. Літоту – для применшення значущості наслідків, висміюваних уявних великих діянь. Іронія дозволила натякнути на реальні бажання, можливості і дії особи, яку висміювали.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <https://ololo.tv/15-ostryx-satiricheskix-risunkov-o-sovremennoj-zhizni/>
2. Бобошко. В. Конструювання стилю в мережі Instagram. Construction of style on Instagram: дипломна робота магістра / В. Бобошко; наук. кер. А. Худенко; ОНУ ім. І.І. Мечникова, ІСН, каф. соціології. – Одеса, 2017. – 57 с.
3. <https://bugaga.ru/interesting/1146777856-22-chestnye-illjustracii-dzhonaholkrofta.html>
4. Девтеров І. Комунікативний процес і мовна ситуація в Інтернеті / І. Девтеров // Філософські проблеми гуманітарних наук. – 2010. – № 16-17. – С. 162–166.
5. Гумор, сатира (дискусійна стаття)//. // Літературна Україна. – 2009. – №8. – С. 42–47
6. <https://wordpress.co.ua/stvoryty-blog-na-wordpress/1-what-is-blog-is-it-usefull>
7. <https://www.imena.ua/blog/10-mistake-bloggers-in-instagram/>
8. <https://ag.marketing/yak-vesti-storinku-v-instagram/>
9. <https://watermarkly.com/ru/add-text-to-photo/>