

УДК 070

DOI: 10.17223/23062096/4/8

Г.В. Кручевская

Томский государственный университет

КАРИКАТУРА В ДИСКУРСЕ ПЕЧАТНОЙ РОССИЙСКОЙ ПРЕССЫ: ФУНКЦИОНАЛЬНО-ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье рассматривается использование карикатуры в российской прессе, ее функции, жанровые особенности, выразительные возможности в изданиях разных типов.

Ключевые слова: карикатура, пресса, иллюстрирование, поликодовые тексты.

The article discusses the use of cartoons in the Russian press, it features genre features, expressive possibilities in different types of publications.

Keywords: caricature, press, illustration.

В ПОСЛЕДНИЕ несколько лет карикатура привлекает к себе всеобщее внимание, к сожалению, прежде всего в связи с драматическими и даже трагическими событиями, причиной которых она послужила. Публикации в датской прессе вызвали закрытие представительств Дании в ряде мусульманских стран, рисунки во французском еженедельнике «Шарли эбдо» послужили причиной гибели людей и больших социальных волнений, в последние месяцы мировая общественность обсуждает публикацию рисунков, построенных на трагическом факте: гибели в море ребенка беженцев из Сирии. Дискуссии ведутся об этических нормах в создании сатирических рисунков, о символическом языке этого вида графики, неоднозначности восприятия визуальных форм сообщения информации и т.д.

Выразительные возможности карикатуры, ее функциональные ресурсы в социально-политической коммуникации и при использовании в печатной прессе, в Интернете привлекают сегодня исследователей различных направлений — политологов [1], социологов [2], лингвистов (изучающих карикатуру как элемент поликодовых текстов) [3]. Стремятся осмыслить особенности и значение своего творчества художники-карикатуристы [4]. Журналисты-исследователи рассматривают сатирические рисунки как элемент дизайна, средство визуализации сведений и как содержательную форму выражения социальной позиции издания [5]. При этом в целом ряде работ отмечается необходимость углубленного разноаспектного исследования карикатур.

Коммуникативные технологии включают многообразие вербальных и невербальных форм передачи сведений. Средства массовой информации, в том числе печатная пресса, стремятся использовать эти

возможности для более эффективной информационной деятельности, оказания влияния на аудиторию. Карикатуры — сатирические рисунки с вербальным сопровождением, передающие оценку политических событий, социальных явлений и др., — являются важным визуально-содержательным элементом прессы.

Сегодня, в условиях развития тенденции к визуализации сведений, есть возможности широко использовать не только профессиональные, но и любительские цифровые фотографии, фотоколлажи, различные формы инфографики. Однако рисунок, созданный в узнаваемой авторской манере, реализующий оригинальную идею, обладает значительным потенциалом воздействия на читателя. Поэтому карикатура представлена во многих федеральных и региональных изданиях России, выполняет разнообразные задачи.

В дискурсе печатной прессы на рисунок влияют многие факторы: тип издания (качественное или массовое, общественно-политическое или специализированное и т.д.), социально-политическая позиция данного СМИ, характеристика аудитории, эстетических установок редакции, содержания данного номера и конкретных публикаций, с которыми рисунок взаимодействует и т.д. Карикатуры, размещенные в интернете (который ныне является основной площадкой распространения сатирической графики), не зависят от этих факторов. Они «самодостаточны», выражают позицию лишь автора (который может скрыться за псевдонимом), а не редакции, которая к тому же несет правовую ответственность за публикуемый материал. Нередко на сайтах предлагается купить рисунки. Таким образом, издание может выбрать подходящий изоматериал, что и делает, в частности, газета «Труд», используя рисунки из cartoonbank.ru, причем работы различных художников, выполненные в разной стилистической манере. Однако выставленные в интернете рисунки различаются качеством исполнения, содержательным и идеологическим наполнением. По этим причинам они могут быть отвергнуты редакциями СМИ. В частности, политическая карикатура — из опасения получить претензии в неполиткорректности и т.п.

Рассмотрение карикатур в федеральных изданиях «Московский комсомолец», «Собеседник», «Новые известия», «Новая газета», «Экономика и жизнь», жур-

налах «Коммерсантъ. Власть» и «ЭКО», в региональной еженедельной газете «Честное слово» (эти издания регулярно публикуют карикатуры) и других, где карикатуры появляются эпизодически, позволяют оценить современные функциональные возможности использования этой разновидности сатирических материалов в российской печатной прессе.

Главная функция карикатуры, как следует из ее определения, сатирическая. Однако в печатной прессе, как представляется, карикатура выполняет прежде всего аттрактивную функцию. На общем «технологическом» фоне оформления издания рисунок выделяется, привлекая внимание читателя. Эти возможности используются в изданиях по-разному.

Так, в журнале «Эко» карикатура представлена на обложке (чередуюсь по номерам с коллажем). Рисованная обложка выделяет журнал в ряду подобных изданий. Еженедельник «Собеседник» ведет постоянную рубрику политической карикатуры «На карандаш». «Московский комсомолец» на первой полосе каждого номера публикует рисунки известного карикатуриста А. Меринова, выделяющую гвоздевой материал номера. На первых полосах размещает карикатуры «Новая газета», «Экономика и жизнь». Более 10 лет газета «Коммерсантъ» представляла карикатуры А. Бильжо и его рисованного героя Петровича, что составляло особенность визуального облика издания. Региональная газета «Честное слово» выбирает карикатуру как способ иллюстрирования новостей, привлекая этим внимание читателя к газете и к этим материалам, поступающим из разных сибирских регионов в новосибирскую редакцию. Редкий в современных условиях карикатурный жанр — шарж — представлен в журнале «Коммерсантъ. Власть» работами К. Куксо, причем рубрика и очередной рисунок особо анонсируются в «Содержании» номера.

Являясь визуально-содержательным элементом издания, карикатура осуществляет функции информирования. Через посредство визуального образа достигается возможность одномоментного охвата, выделения сути проблемы. Рисунок на обложке экономического журнала «ЭКО» обозначает главную тему номера, причем сразу же акцентирует проблемный аспект рассмотрения вопроса. Так, в №4 за 2015 г. на обложке представлен рисунок В. Мочалова к теме номера «Импортозамещение: ...не скоро дело делается». Герой сказки «По щучьему велению» Емеля сидит на сказочной русской печке с сотовым телефоном в руках, а печка «выпекает» ноутбуки, компьютерные диски, сотовые телефоны и т.п. Комический эффект возникает на контрасте: древний обогревательный прибор — и продукты современных технологий, которые этим древним оборудованием производятся. В публикациях номера рассматриваются проблемы, возникающие в связи с необходимостью развивать передовые отрасли производства. Тема №9 за 2015 «Внутренний туризм: как реализовать новую стратегию». Художник также использовал сказочный трюковой ход. На обложке

изображена избушка на курьих ножках, как положено в сказке, бревенчатая, крытая соломой, но на фасаде обозначение — «четыре звезды», к «отелю» ведет запутанная дорожка. Проблемы российского туристического бизнеса сразу же акцентированы. Художественное решение визуализирует проблему, задает тон обсуждению.

В массовом еженедельнике «Собеседник» в рубрике «На карандаш» художник В. Балабас изображает различных публичных персон, членов Государственной Думы РФ, министров и самого Президента России. Так, в 2014–2015 гг. героями рисунков были В. Путин, Д. Медведев, С. Шойгу, Э. Набиуллина, В. Жириновский и др. Однако здесь не анализируется позиция политиков в важных социально-политических вопросах, а демонстрируется реакция на отдельные моменты и «курьезы» их деятельности. Например, изблюбленный персонаж В. Жириновский показан в его борьбе с фаст-фудом (призывает бойкотировать «Макдональдс»), в борьбе с жарой в Москве (В. Жириновский искупался в фонтане), с употреблением кофе и чая, с долларом (потребовал установить курс в 65 копеек), с Украиной (предложил перекрыть Днепр, лишив воды территорию Украины) и т.п. Комизм создается за счет контраста между важностью, высокой ответственностью задач народных избранников и обсуждением ими малозначительных мелких тем, эксцентричными заявлениями и поступками.

В данной рубрике рисунок всегда оснащен текстовым комментарием, выступает карикатурной интерпретацией сообщаемого в тексте факта. Опорной пресуппозицией выступает репутация персонажа, а факт, послуживший поводом к появлению рисунка, дается непосредственно. Так, министр обороны С. Шойгу изображен в образе продавца, который предлагает дешево купить сапоги и телогрейки. В такой форме художник отразил приведенный здесь же факт: распродажу устаревшего армейского обмундирования и техники. Таким образом, в еженедельнике представляется насмешка над ситуациями, хотя за ней прослеживаются некие черты имиджа персонажей, которые поддерживаются карикатурами, а также отражено различное отношение к политикам и чиновникам: подчеркивается деловитость, активность одних, поверхностность, скандальность других. Причем карикатуры по-разному могут восприниматься читателями в зависимости от глубины осведомленности по данному вопросу.

В ином жанре карикатуры с портретным сходством работает К. Куксо. Шаржи на политиков, артистов, публичных персон иллюстрируют рубрику «Вопрос недели» в еженедельнике «Коммерсантъ. Власть». Поднимаются злободневные вопросы (социальные, политические) и приводятся отклики на них различные известных людей. Такие журналистские опросы традиционно иллюстрируются портретными фотографиями. В журнале реализовано иное решение: представлен шарж на одного из участников опроса или обсуждаемую персону. Выражение лица героя, его поза, некоторые

атрибуты на рисунке коррелируют с темой обсуждения и реакцией на нее участников опроса. В номере от 15.10.2015 г. был задан вопрос, связанный с ожидаемым повышением налогов: «Вы к повышению готовы?» В числе политиков, чиновников, ученых и артистов на него ответил и артист Ю. Стоянов. Его ответ: «Готов я или нет — неважно, повышение неизбежно». Это не самый информативный, протестующий или конструктивный отклик из представленной подборки, тем не менее, размещен шаржированный портрет артиста: с грустным лицом, обреченно опущенными плечами.

Обсуждение «вопроса недели» «Как договариваться с США?» (5.10.2015) о перспективах российско-американских переговоров проиллюстрировано шаржем на президента Б. Обаму. Российские участники опроса выражают сомнение в возможности в данных условиях договориться, хотя признают, что договариваться необходимо. Шарж представляет президента в ковбойской одежде героем вестерна: взгляд сосредоточен, губы сжаты, поза напряженная, рука лежит на расстегнутой кобуре, как в сцене дуэли из фильмов — кто успеет выстрелить первым? Шарж выступает аллегорической иллюстрацией к теме переговоров, демонстрируя напряженность, недоверие, готовность дать отпор.

Анализ рубрики показывает, что могут возникать различные семантические связи изображения и текстов публикаций. Информационная нагрузка иллюстрации может быть различной. Однако шарж как портретная форма самоценен, хотя используется в данном случае как иллюстрация.

В. Богорад, известный художник и идеолог карикатуры, описывает различные виды сатирической графики [6]. Так, нередко авторы создают сатирические или юмористические рисунки без вербального текста. В этом выражается особенность творческой манеры автора. Также в этом случае материал не требует перевода, может быть использован в СМИ других стран, востребован на сайтах в международном Интернете. Карикатуры такого характера, причем наполненные философским содержанием или представляющие политическую позицию, активно публиковались в СМИ, демонстрировались на выставках в период перестройки и постперестроечные годы. С другой стороны, вербальная часть делает рисунок более понятным для аудитории, раскрывает его сатирический смысл. Идиоматичность карикатуры может формироваться именно на пересечении изображения и вербальной части, которая может быть представлена надписями внутри рисунка, подписями, комментарием, сообщаящим фактологическую информацию, развернутым текстом журналистской публикации, по отношению к которой карикатура выступает в качестве иллюстрации. Именно такая форма взаимодействия иконической и вербальной составляющих поликодового текста — карикатуры — наиболее частотна сегодня в российских СМИ.

В газете «Новые известия» в рубрике «Политика» периодически публикуются рисунки М. Златковского, который является художником и политическим обозре-

вателем издания. М. Златковский известен как карикатурист «новой волны», участник и победитель международных выставок и конкурсов, на которые он переправлял рисунки вопреки запретам, существовавшим в советское время, мастер философской и политической карикатуры. Его работы в «Новых известиях» последних лет являются карикатурными иллюстрациями, тесно связанными с текстом материалов. Рисунок визуализирует политическую проблему, описанную в материале журналистом, нередко заостряя ее, показывает ее закулисные механизмы. Например, в материале А. Казанцева «Пока без нагайки» (НИ, 15 мая 2015 г.) сообщается о законопроекте, внесенном в Государственную Думу казачьим генералом В. Водолацким. Депутат предлагает штрафовать россиян за уклонение от подготовки к военной службе, от участия в военных спартакиадах и играх. Критикуя данное предложение, автор приводит целый ряд аргументов против таких мер. На иллюстрации М. Златковского к данной публикации гротескно изображен сердитый казак в папахе, черкеске, с саблей и — с розгами в руке. На него со страхом взирают двое ребятишек. Без освоения текста материала или хотя бы лида рисунок непонятен. В сочетании с содержанием материала и заголовком, намекающим на физические наказания, которые использовались когда-то в казачьей среде, иллюстрация становится понятной и обостряет тему: возможно, следующий шаг — переход от наказания рублем к физическому воздействию?

В «Московском комсомольце» представлены рисунки А. Меринова, художника с узнаваемой авторской манерой. Они также непосредственно связаны с достаточно объемным текстом публикаций социально-политической тематики. В карикатурах практически не используется портретное сходство, лишь иногда можно выделить намек на него. Ситуации представлены карикатурными персонажами (чиновник, обычный человек, а также герои сказок, библейские персонажи), традиционной символикой. Сатирически высмеивая действия политиков, критически оценивая непродуманные решения властных структур, рисунки Меринова все равно заставляют читателя улыбнуться..

Часть карикатур А. Меринова самодостаточны, а во взаимодействии с текстом приобретают дополнительный смысл, оценивая закулисные механизмы социально-политических ситуаций. Так, на рисунке — герои сказки про Колобка. Заяц, Волк и Медведь сидят вокруг Лисы, которая лежит, раскинув лапы с круглым вздувшимся животом. Трюковой ход — перевернутая ситуация сказки: удачливая Лиса, которой удалось съесть Колобка, оказалась пострадавшей, видимо, получила проблемы с пищеварением. Однако приводится реплика «Кто же знал, что скотина Колобок окажется фашистским шпионом...» (23 июня 2015 г.). Таким образом иллюстрируется критическая публикация Ю. Калининой «Изгоним пособников нацизма из гаражей и кухонь» о внесенном депутатом Госдумы Журавлевым предложении маркировать товары коммерческих фирм, сотрудничавших в 30–40-е годы прошлого века с фашистским режимом.

Палитра модальности карикатурных иллюстраций А. Меринова достаточно широка — это и юмористическая усмешка, ирония, и сарказм. Нередко модальность иллюстрации связана с характером публикации, позицией автора-журналиста. Так, сарказмом наполнены иллюстрации к серии публикации А. Минкина «Письма президенту», в которых поднимаются острые социально-политические вопросы.

Резко обличительная политическая карикатура в стилистике советского времени эпизодически появляется в газете «Советская Россия», так, в частности, отображается украинский кризис (приложение «Улики», №6 (69) от 2 июля 2015 г.).

В региональном еженедельнике «Честное слово» карикатурами иллюстрируются новостные сообщения из разных городов Сибири. Карикатурная иллюстрация в данном случае решает задачи иллюстрирования — небольшие рисунки разбросаны по номеру, визуализируя сообщения, и психологической разрядки. Например, в номере за 15 апреля 2015 года представлено 6 мини-карикатур, сопровождающих новости. Из Новосибирска сообщаются сведения об увеличении рождаемости — на иллюстрации изображен удивленный аист, который вынужден нести не один, а несколько голубых и розовых узелков с малышами. Из Алтайского края: корреспондент НТВ сообщил в программе «Сегодня» о скопившихся на алтайских складах сырах и масле, причем эта проблема уже ставилась в «верхах власти», но меры не приняты. Рисунок изображает мужчину, высунутый язык которого защемлен мышеловкой, а приманка в ней — кусочек сыра. Из Кемерово: оказывается, по данным опроса кемеровчане дают взятки городским чиновникам реже, чем в большинстве других городов России. Рисунок изображает «чиновника», зашивающего карманы, и т.д.

Функция психологической разрядки реализована рисунками в журнале «Итоги» в рубрике «Многогочие», где собраны нелепые высказывания и оговорки российских политиков. С ними соседствуют карикатурные рисунки, представляющие абсурдные ситуации. Юмористические карикатуры — изошутки — размещает «Литературная газета» на последней полосе. Изошутки на медицинскую тему — журнал «Здоровье».

Не всегда карикатуры удачны и уместны. Иногда создается представление о спешности создания иллюстраций, либо возникают двусмысленности, нарушаются нормы этики — именно при сочетании рисунков и текстов. Например, в газете «Честное слово» (№7, 2015 г.) размещен следующий рисунок: в кухне на полу лежит мужчина без сознания, а женщина рисует на венике звездочку (так во время войны летчики отмечали на борту своих «истребителей» количество сбитых самолетов). Рисунок можно понять так: в семейной ссоре победила жена, и помогло ей домашнее оружие — веник. Однако в тексте заметки сообщается о трагической ситуации — женщина избивала престарелого отца веником и скалкой, в результате он скончался. Так что

рисунок представляет насмешку над смертью реального человека, что не должно допускаться в журналистских публикациях.

Таким образом, несмотря на развитие современных технологий, позволяющих улучшить иллюстрирование печатных изданий, карикатура сохраняет свои позиции в печатной прессе России в силу своих визуально-содержательных возможностей воздействия на аудиторию. В прессе представлена социально-бытовая карикатура, политическая, юмористические изошутки, шаржи. Наиболее активно реализуются функции аттрактивная, информационная, сатирического обличения, психологической разрядки. В современных условиях преобладает карикатура-иллюстрация, взаимодействующая с журналистским комментарием или целым журналистским материалом. Рисунки визуализируют проблемы, описываемые журналистом, вносят оценочную информацию. Поликодовые тексты оказывают более значительное воздействие на аудиторию.

Являясь творческим продуктом, карикатура неразрывно связана с личностью художника: не случайно издания стремятся закрепить за собой талантливых авторов. В свою очередь, российские карикатуристы реализуют свой творческий потенциал и гражданскую позицию и в прессе — отечественной и зарубежной, и в интернете, где сегодня карикатура представлена наиболее ярко и разнообразно в силу возможностей этой коммуникационной среды.

Литература

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов — М.: Логос, 2006. — 384 с.
2. Дмитриев А. В. Социология юмора. Очерки. — М., 1996. — 224 с.
3. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 129 с.
4. Златковский М. «Юмор молодых»: из истории карикатуры в России 1953–2000 годы // Феноменология смеха. Карикатура. пародия. Гротеск в современной культуре: Сб. ст., М-во культуры РФ, Рос. Ин-т культурологии. — М., 2002. — 272 с.
5. Айнутдинов А. С. Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ. Автореф. канд. дис. Филол. наук... Екатеринбург, 2010.
6. Богорад В. Введение в проблемную графику в 84 абзацах. — URL: <http://www.cartoonia.ru/>