

**Медиа-образы российской власти в российских и зарубежных
политических карикатурах в период правления Д. Медведева
2008-2012 гг.**

Алена Раси
Тамперский университет
Институт современных языков, переводоведения и литературоведения
Отделение русского языка, культуры и перевода
Дипломная работа
Октябрь 2012

University of Tampere

Russian Language & Culture

School of Language, Translation and Literary Studies

RASI, ALENA: Media-obrazy rossijskoj vlasti v rossijskih i zarubezhnyh politicheskikh karikaturah v period pravlenija D. Medvedeva 2008 – 2012/ Media representations of Russian authorities in Russian and foreign political cartoons during the presidency of D. Medvedev 2008 – 2012.

Master's Thesis, 88 pages

Autumn 2012

Political cartoon is a democratic art form and part of political discourse. Like a “mirror of today” it reflects current political affairs on domestic and international arena in a humorous or sarcastic way. This study looks at the political cartoon as a complex multimodal text which conveys a certain message through its visual and verbal components.

The aim of the study is social-semiotic analysis of media representations of Russian political authorities in political cartoons in Russian and foreign printed as well as digital media during the presidency of D. Medvedev in 2008 – 2012 .This period is of particular interest since it was the time when a new form of governance in Russia, a “tandem V. Putin – D. Medvedev”, was born.

The theoretical basis of this study is the social semiotic theory of visual representation, which holds that a process of representation is motivated by cultural background of the sign-maker and realized in particular context. Images are seen within a realm of ideology and institutions of power.

The material for this study was collected from Russian and British printed newspapers as well as largest online freelance cartoonists' collections caricature.ru and politicalcartoon.com .

The material has been analyzed using Kress & Van Leeuwen's “Grammar of Visual Design” and Meshcherkina-Rozhdestvenskaya's approach to analyzing visual material. Furthermore, the analysis contains references to other Russian research practices such as explaining intertextual connections and looking for precedential phenomena. The interpretations of the cartoons have been made from the Cultural Studies point of view in the realm of recent political events in Russia.

The cartoons that have been analyzed create strong contrast between the power of D. Medvedev and the power of V. Putin. In fact, representations of V. Putin showed his dominant role during D. Medvedev's presidency. The findings have been discussed in detailed and grouped into 5 cases:

1. Putin and Medvedev: tandem or puppet theatre?;
2. Russian political power = monarchy;
3. V. Putin is Russian macho;
4. Bear as a symbol of Russian political power: the beast, the “Medved” or Winnie-the-Pooh?;
5. Political power is sex.

Keywords: cartoon, political cartoon, social semiotics, V. Putin, D. Medvedev, Russia

Оглавление

Оглавление.....	3
1. Введение.....	5
2. Определение основных понятий и контекст изучения.....	9
2.1 Определение базовых понятий.....	9
2.2 Обзор литературы и подходы к изучению текста политической карикатуры.....	11
2.3 Презентация материала.....	13
3. Карикатура как жанр.....	15
3.1 Жанрообразующие признаки политической карикатуры.....	15
3.2 Типология и функции политической карикатуры.....	17
3.3 Карикатура в советской России и ситуация в современных российских СМИ.....	19
3.4 Карикатура в интернете.....	23
3.5 Карикатура как «мультиmodalный» и «креолизованный текст».....	25
4. Методология и теория.....	27
4.1 Семиотика. Категории знаков (Ч. Пирс, Ф. де Сосюр).....	27
4.2 Социально-семиотическая теория репрезентации (Г. Кресс и Т. ван Леувен).....	29
4.3 Метод социально-семиотического анализа.....	31
5. Анализ.....	36
5.1 Структура анализа.....	36
5.2 Кейс 1. Путин и Медведев: тандем или кукольный театр.....	39
5.2.1 Тандем в России больше, чем тандем ¹	39
5.2.2 Медведев – марионетка, Путин – кукловод.....	41
5.3 Кейс 2. Власть=Царская власть, Президент =Государь-император.....	43
5.4 Кейс 3. Владимир Путин – русский мачо.....	47
5.5 Кейс 4. Медведь как символ политической власти в РФ: хищник, «медвед» или Винни Пух?.....	53
5.5.1 «Do not feed the Russian Bear».....	54
5.5.2 Винни-Пух.....	55
5.5.3 Медведь на символике «Единой России».....	56
5.5.4 «Превед Медвед!».....	57
5.6 Кейс 5. Политическая власть – это секс.....	59
5.6.1 Сексуальное насилие.....	60
5.6.2 Политическая проституция.....	62
5.6.3 Сексуальные извращения.....	63
6. Выводы.....	66
7. Библиография:.....	71
8. Приложение:.....	75
8.1 Кейс_1_Тандем.....	75

8.1.1 Кейс_1_марионетка/кукловод.....	77
8.2 Кейс_2_царь	79
8.3 Кейс_3_МАЧО.....	81
8.4 Кейс_4_медведь	84
8.5 Кейс_5_Политика это секс.....	87

1. Введение

«The political or editorial cartoon is a democratic art form that reflects the feelings of the community as much as it does the artist and the publication. It furnishes further insights into how society perceives public figures and issues»

Gilio J.N.1984

Данное исследование посвящено анализу медиа-образов или визуальных репрезентаций российской политической власти в политической карикатуре в период 2008-2012 годов. Интерес автора к СМИ и визуальной культуре повлиял на выбор темы данного исследования и определил его междисциплинарный характер.

Каково восприятие политического тандема Д. Медведева и В. Путина в глазах иностранных и российских художников? Был ли президент всего лишь марионеткой в руках премьер министра? Почему В.Путина называют русским мачо? Что общего у политика и проститутки? Ответы на эти и другие интригующие вопросы мы ищем путем анализа репрезентаций российской политической власти в карикатурах 2008-2012 годов.

Период пребывания на посту президента Российской Федерации Д.А.Медведева с 2008 по 2012 годы, на наш взгляд, достоин особого внимания и изучения. Именно в данный период на политической сцене РФ появился новый феномен – так называемый «политический тандем В.Путин-Д.Медведев», который продолжает успешно функционировать и по сей день. Этот период был богат и на крупные международные события: в 2008 году произошел вооруженный конфликт между РФ и Республикой Грузия, в 2009 году Россия оказалась в центре «газовых войн», в 2012 году Россия и Китай наложили вето на резолюцию ООН по Сирии, не допустив наложение санкций на режим Башара Асада. Все эти события нашли свое отражение в целом ряде политических карикатур.

М.Б Ворошилова (Ворошилова 2007, www) называет карикатуру своеобразным «зеркалом современности», правдиво отражающим изменения общественной и политической жизни. Большинство политических карикатур посвящены актуальным политическим событиям в стране и мире таким, как избирательные кампании, политические реформы, коррупция, бюрократия, международные и внутренние конфликты, финансовый кризис и др. и отличаются критическим характером.

Как правило, политическая карикатура является средством борьбы демократических сил, а ее расцвет связан с периодами крупных общественных конфликтов, с эпохами наибольшей активности народных масс. (БСЭ, www.) Моррис отмечает, что сам факт наличия политической карикатуры в СМИ и ее критическая направленность определяется характером политической власти: диктаторский режим ограничивает свободу творчества карикатуристов, принуждая их поддерживать существующий режим (как было в СССР), либо молчать. Условия демократических режимов обычно способствуют творчеству карикатуристов. (Morris, 1995:130.)



Oleg_Hromov_caricatura.ru_17_01_2008
действий – публикации карикатур на холокост.

Политические карикатуры представляют собой богатый материал для исследования социально-политических процессов в российском обществе, а также отношения народа к политической власти в лице чиновников и государственных лидеров. Как правило, содержание карикатуры юмористично и злободневно, а персонажи стереотипны и легко узнаваемы. Заметим, что персонажем политической карикатуры может выступать как конкретная политическая личность, так и некий стереотипный образ политика, депутата, чиновника или же прецедентная политическая ситуация.

Новаторство работы заключается в попытке исследования дигитальных карикатур, коими изобилует современное интернет-пространство. В отличие от полит-корректных карикатур, публикуемых на страницах периодических газет и журналов, дигитальные карикатуры, по крайней мере в РФ, носят остро-сатиричный характер и представляют особый интерес для нашего исследования, поскольку их, с нашей точки зрения, можно назвать современным народным творчеством.

Доказательством важной роли карикатуры в мировом медийном сообществе стала так называемая «карикатурная война» Ирана с Западным миром, вызванная публикациями карикатур на пророка Мухаммеда в одной из датских газет. Как известно, в Иране вспыхнули массовые акции протеста и выступления с инициативой ответных визуальных

Таким образом, интерпретация событий в тексте политической карикатуры несет на себе «отпечаток национального коллективного сознания» и является частью культурной памяти. (Ворошилова 2007, www) Следовательно, изучение и анализ политической карикатуры является значимым источником информации о культуре, политике и общественном сознании той или иной страны в ту или иную историческую эпоху.

Главный вопрос исследования звучит так: **какие визуальные репрезентации российской политической власти доминировали в российских и зарубежных политических карикатурах в период 2008-2012 годов?**

Объектом анализа является политическая карикатура как креолизованный (мультимодальный) текст и средство политической коммуникации.

Предметом исследования выступают составляющие политическую карикатуру визуальные и вербальные знаковые комплексы и формируемый ими смысл.

Цель исследования: выявить доминирующие медиа-образы российской политической власти в российских и зарубежных политических карикатурах в период 2008-2012 годов и повести их социоально-семиотический анализ.

Для выполнения поставленной цели в работе предполагается решить следующие задачи:

- определить жанрообразующие признаки российской политической карикатуры
- выработать комплексный методологический подход к анализу креолизованного текста политической карикатуры,
- найти и классифицировать российские и зарубежные карикатуры, где присутствуют медиа-образы политической власти в РФ

Для решения поставленных в исследовании задач мы прибегли к социально-семиотической теории репрезентации, а также методам понятийного и сопоставительного анализа, методу визуального дизайна, элементам контекстуального и семиотического анализа.

Объем и структура работы. Исследование состоит из шести основных глав. Теоретическая часть включает в себя введение и три главы: глава 2 посвящена определению основных понятий, контекста изучения и презентации материала; в главе 3 обсуждаются жанровые

особенности, функции и роль карикатуры в современных печатных СМИ и интернете; в главе 4 описывается социально-семиотическая теория репрезентации и метод визуального анализа согласно Г. Кресу и Т. Ван Леувену. Практическая часть содержит описание алгоритма и структуры анализа и собственно анализ медиа-образов российской политической власти с выделением 5 тематических кейсов. Далее следуют выводы, библиография и приложение из 60 карикатур.

Материалом для данного исследования послужили политические карикатуры из газет «[Московский комсомолец](#)», «Советская Россия», «[The Economist](#)», а также следующих онлайн собраний карикатуры: крупнейшая российская энциклопедия карикатуры www.caricatura.ru, ее американский аналог коммерческий сайт www.politicalcartoons.com, интернет-газета Полит.ру www.polit.ru.

Степень научной новизны. Если в зарубежной лингвистике систематическое изучение политической карикатуры началось еще 80-е годы прошедшего столетия, то в российской науке карикатуре не уделялось должного внимания, и она, как правило, являлась лишь сопутствующим материалом исследований (Ворошилова 2007, www). Степень научной новизны данной работы объясняется нехваткой серьезных исследований современной российской политической карикатуры и отсутствием исследования такого относительно молодого феномена, как интернет-карикатура. Согласно А.С. Айнутдинову, «научных работ по карикатуре, написанных на русском языке, крайне мало, а те, что есть, носят не системный, разрозненный характер» (Айнутдинов 2010, www).

«В целом и сам феномен «карикатуры», ее особый язык, типология, функции, основные приемы конструирования информации комической интенции в изобразительной форме, научным сообществом комплексно не рассматривались. Иначе говоря, до сих пор нет ни методологии, ни теории изучения феномена карикатуры в прессе...» (Айнутдинов 2010, www)

Трудность исследования заключается в том, что степень анализа творческой деятельности карикатуристов в России остается довольно низкой, из-за нехватки серьезной теоретико-методологической основы анализа дигитальных карикатур. Надеемся, что данная работа восполнит пробел в этой области научных знаний, дополнит изыскания современных российских исследователей политической карикатуры (Артемова Е.А., Чаплыгина Ю.С, Мамдух Х.) и предоставит актуальные сведения о медиа-образах российской политической власти в печатных и дигитальных карикатурах в период 2008-2012 годов.

2. Определение основных понятий и контекст изучения

В данной главе мы обращаемся к понятиям «визуальная культура», «*caricature*», «*cartoon*», «процесс репрезентации», и концепту «власть» в русской лингвокультурологии. Мы делаем обзор исследований русских и зарубежных авторов, посвященных политической карикатуре, а также делаем краткий обзор собранного материала, источников и авторов.

2.1 Определение базовых понятий

С. Айнутдинов рассматривает карикатуру в качестве одного из факторов формирования и развития «**визуальной культуры**», под которой он подразумевает «совокупность информационных, публицистических и художественных «изображений» различной технологии производства как продуктов целенаправленной творческой деятельности людей, имеющих материальную и духовную ценность» (Айнутдинов 2010, [www](#)).

Слово **карикатура** происходит от итальянского слова *caricare* – нагружать, преувеличивать. Популярная Художественная Энциклопедия определяет карикатуру как «способ художественной типизации, использование средств шаржа и гротеска для критически целенаправленного, тенденциозного преувеличения и подчеркивания отрицательных сторон жизненных явлений или лиц; сатирическое или юмористическое изображение, дающее критическую оценку каким-либо общественно-политическим и бытовым явлениям или конкретным лицам и событиям» (ПЭХ, т. 1:311).

В более узком смысле карикатура — это особый жанр изобразительного искусства (как правило, графики; гораздо реже используются средства живописи и скульптуры), являющийся основной формой изобразительной сатиры и обладающий ясной идейной социально-критической направленностью (БСЭ: [www](#)).

В английском языке слово карикатура имеет два перевода – *caricature* и *cartoon*. Чем же различаются эти два понятия? В книге J.Edwards, посвященной исследованию политических карикатур в американской президентской кампании 1988 года, автор разграничивает понятия

caricature и *cartoon*, основываясь на суждении L.Streicher: «Caricatures are not political cartoons. The caricature employs graphic exaggerated representations of a subject to the point of “grotesque” which is characteristically negative and debunking in function. A political cartoon, in contrast, is value-neutral and may employ debunking or elevating functions». (цит. по Edwards 1997: 91.)

Подчеркнем, что в настоящее время русское понятие карикатура и объект нашего исследования описывается в мировой практике словом *cartoon* или *editorial cartoon*, а понятие *caricature* относится в основном к шаржам, утрированным портретам и др.

Процесс репрезентации – это процесс, мотивированный интересом «создателя знака» (*sign-maker*), определяемый его культурным, социальным, психологическим прошлым и фокусируемый в конкретном контексте. (Kress and van Leeuwen 1996: 5-7.)

Применительно к теме данного исследования, процесс репрезентации в политической карикатуре может зависеть как от гражданской и политической позиции художника-карикатуриста, так и от позиции издательства газеты, журнала и др. Нередко противоборствующие идеологические лагеря заказывают карикатуры на своих оппонентов, с целью высмеять и выставить их в нелестном свете в глазах читателей. Таким образом, политическая карикатура имеет не только развлекательную функцию, но и служит оружием в политической борьбе, формируя общественное мнение.

Для анализа медиа-репрезентаций российской политической власти в карикатуре, важно рассмотреть содержание понятия «власть». В научных трудах по политологии и социологии власть предстает как многоаспектное явление, которое проявляется в различных сферах жизни. Прежде всего, это три ветви государственной власти – законодательная, исполнительная, судебная, четвертой ветвью власти часто называют СМИ. Власть также бывает административная экономическая, политическая, духовная, военная и др. Подчеркнем, что в данном исследовании мы рассматриваем именно политическую и государственную власть в Российской Федерации.

В диссертации «Семиотика политического дискурса» кандидат филологических наук Шейгал Е.И. (Шейгал 2000, www) относит концепты «Власть» и «Политик» к базовым концептам политического дискурса. Автор утверждает, что в русской лингвокультуре

содержательный минимум концепта «Власть» составляют следующие компоненты: «господство», «право», «способность», «влияние», «контроль», «авторитет». Что касается метафоры власти, то в ней сосуществуют два противоречивых образа: власть как механизм и власть как живое существо. Согласно Шейгал, концепт «Власть» обладает негативной морально-этической оценкой. (Шейгал 2000, www)

2.2 Обзор литературы и подходы к изучению текста политической карикатуры

В начале XXI века в центре внимания российских исследователей политического дискурса оказались такие виды формы креолизованных текстов, как политический плакат, агитационная листовка, политическая карикатура, коллаж, инфо-графика и др. В статье «Креолизованный текст в политическом дискурсе» М.Б. Ворошилова выделяет несколько сформировавшихся подходов к анализу политического креолизованного текста:

1. семиотическое направление, в том числе работы по концептуальной метафоре;
2. структурно-риторическое направление, посвященное вопросам взаимодействия языковой и иконической составляющей креолизованного текста;
3. коммуникативное направление, в центре внимания исследователей проблема коммуникативных стратегии и тактик. (Ворошилова 2007, www.)

Исследованиями в области концептуальной метафоры занимались Э.В. Будаев, А.П. Чудинов, Н.М. Чудакова, Edwards J и др. В исследовании «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры» А.П. Чудинов (Чудинов 2001, www) выделяет метафорическую модель ПОЛИТИКА – ЭТО СЕКС, которая легла в основу классификации карикатур в кейсе 5 данной работы.

Элементы структурно-риторического анализа были использованы в диссертации российской исследовательницы, кандидата филологических наук Артемовой Е.А. «Карикатура как жанр политического дискурса» (Артемова 2002, www). Автор рассматривает карикатуру как один из вторичных жанров политического дискурса и дает систематическое описание политической карикатуры как вербо-иконического сообщения. Артемова устанавливает жанрообразующие признаки политической карикатуры, раскрывает ее специфику в сопоставлении с такими разновидностями креолизованного текста, как плакат и комикс; сравнивает политическую карикатуру с политической

частушкой, анекдотом и пародией; а также выявляет специфику понимания и интерпретации политической карикатуры в межкультурном аспекте. Исследования Артемовой легли в основу теоретической части данной работы.

Семиотический подход лег в основу диссертации «Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ» Айнутдинова А.С, сына известного российского карикатуриста и мультипликатора Сергея Айнутдинова. Ученый выдвигает гипотезу о том, что карикатура на страницах печатных СМИ является «самостоятельным, специфическим информационным продуктом, выраженным в знаковой форме, основной целью которого является репрезентация объектов с помощью комических приемов» (Айнутдинов 2010, www).

Автор рассматривает изобразительные компоненты печатных СМИ как фактор формирования и развития визуальной культуры, а также на основании семиотического подхода описывает морфологию карикатуры, её особый язык, типологию, функции, основные приёмы конструирования информации комической интенции в изобразительной форме. Анализируя работы по дизайну и газетно-журнальному производству, автор описывает алгоритм карикатурного творчества в медийном профессиональном сообществе, средства создания «комического» в карикатуре, а также формулирует основные проблемы, с которыми сталкиваются карикатуристы в ходе сотрудничества с современными российскими печатными СМИ. (Айнутдинов 2010, www)

Современные средства массовой информации и особенно интернет перенасыщены графикой и визуальной риторикой, для восприятия и дешифровки которых от пользователей требуются минимальные усилия. Представитель коммуникативного направления российский ученый А.В. Колосов (Колосов 2006, www) в статье «Визуальные коммуникации в социально-политических процессах» подчеркивает важность визуальных коммуникаций и их влияние на повседневное, потребительское и политическое поведение человека. По мнению автора, люди ориентируются не столько на сами вещи, сколько на образы вещей, людей, событий, которые, в свою очередь, создаются путем использования специальных «коммуникативных «технологий» – семиотических, лингвистических, визуальных и идеологических. (Колосов 2006, www.)

Мы согласны с Колосовым, что политический успех визуальной коммуникации во многом определяется адекватностью ее восприятия. Таким образом, интерпретации визуальных данных зависят от принадлежности отдельного индивида к той или иной культуре,

особенностей социального, религиозного, эстетического, идеологического и т.д. развития.

Следует отметить диссертацию Anni Kangas "The Knight, the Beast and the Treasure. Semeiotic Enquiry into the Finnish Political Imagery on Russia 1918-1930". Автор анализирует визуальные репрезентации России в финских карикатурах периода 1918-1930 годов в русле семиотических практик.

2.3 Презентация материала

Для достижения цели исследования и выявления основных медиа-образов репрезентирующих понятие «политическая власть в России», нами было просмотрено большое количество карикатур в российских и зарубежных печатных и интернет источниках. В результате была собрана и классифицирована коллекция, состоящая более чем из 60 карикатур для анализа (см. Приложение).

При отборе материала мы руководствовались следующими принципами: если и в российских и зарубежных политических карикатурах прослеживается очевидная тенденция изображения российской политической власти посредством некоего образа, то данный образ становится ключевым в том или ином кейсе. В каждом кейсе должно содержаться от 10 и более карикатур на одну тематику. Более того, внутри каждого кейса мы выделили разновидности или составляющие элементы ключевого образа. Например, ключевой медиа-образа Кейса 4 – это медведь. Однако в российских и иностранных карикатурах медведь как символ российской власти репрезентирован по-разному, поэтому в качестве разновидностей образа медведя мы выделили изображения хищника, Винни-Пуха и «Медведа» и привели соответствующие примеры. К тому же в каждом кейсе мы разобрали одну карикатуру во всех деталях в соответствии с выработанным нами подходом. Кейсы пронумерованы порядковыми числительными, а названия карикатур каждого кейса начинаются с первых пяти букв латинского алфавита: кейс 1 А, кейс 2 В, кейс 3 С, кейс 4 D, кейс 5 Е.

Источниками материала послужили некоторые российские и зарубежных печатные издания, а также дигитальные карикатуры, размещенные на специализированных интернет-сайтах и в интернет-галереях художников-карикатуристов.

The Economist — влиятельная еженедельная англоязычная газета, которая публикуется в Великобритании с 1843 года. Издание регулярно публикует политические карикатуры и освещает политические события, международные отношения, финансовые, экономические и деловые новости, а также сферы науки и культуры. Редакция журнала придерживается позиций классического либерализма.

Газета «**Московский комсомолец**» рассчитана на широкую аудиторию и издается большим тиражом. Ее читатели – представители среднего и высшего среднего класса. Газета отличается независимостью суждений и стиля, однако иногда ее относят к «желтой прессе». Штатный художник «Московского комсомольца» вот уже много лет работает известный российский карикатурист Алексей Меринов. Материалом для данного исследования послужили работы из его персональной галереи карикатур <http://www.mk.ru/merinov/16-vslast.html>

«**Советская Россия**» издание КПРФ. Редакция газеты активно сотрудничает с оппозицией левого звена, депутатами-коммунистами и патриотами всех уровней законодательной власти. В газете представлен самый широкий спектр мнений, постоянно ведутся дискуссии о государственности, социальной справедливости и народовластии. На главной странице интернет сайта газеты говорится, что экономически газета не зависит ни от каких властных структур, партий и финансовых группировок

Сайт www.PoliticalCartoons.com позиционирует себя как самый крупный интернет ресурс в Америке по он-лайн продаже политических карикатур, в том числе для авторитетных печатных изданий. Архив сайта содержит постоянно обновляемую коллекцию из 40,000 карикатур, созданную профессиональными художниками со всего мира.

Каталог российской карикатуры <http://www.caricatura.ru> — самое полное информационное электронное издание, где представлены работы современных российских художников-карикатуристов, работающих в жанре юмора, гротеска и комикса. Здесь собраны творения классиков современной карикатуры и совсем новые работы молодых художников, работающих в этом жанре. Сайт обновления ежедневно и принадлежит креативному агентству caricatura.ru.

Новостной интернет-портал www.polit.ru отличается своей оппозиционной направленностью. Почти ежедневно на сайте появляется актуальная карикатура от художника-карикатуриста Сергея Елкина.

3. Карикатура как жанр

В этом разделе мы рассмотрели жанрообразующие признаки политической карикатуры, обусловленные взаимодействием вербальных и изобразительных компонентов, а также ее типологию и функции. Мы также охарактеризовали карикатуру советского периода и проследили ее развитие до сегодняшнего дня. Отдельная глава посвящена особенностям цифровой карикатуры или карикатуры размещенной в виртуальном пространстве интернета.

3.1 Жанрообразующие признаки политической карикатуры

Кандидат филологических наук Артемова Е. (Артемова 2002, www) рассматривает политическую карикатуру как вторичный жанр политического дискурса. «Существование жанра политической карикатуры и специфика его жанрообразующих признаков обусловлена конструктивным взаимодействием вербального и изобразительного компонентов сообщения» (Артемова www, 2002). Ее диссертация «Карикатура как жанр политического дискурса» основывается на уже доказанном положении, что креолизованные и вербальные тексты обладают одинаковыми базовыми текстовыми категориями, однако автор подчеркивает, что креолизованный текст политической карикатуры имеет ряд специфических особенностей:

1. политическая тематика,
2. сатирическая направленность авторской интенции и содержательно-концептуальной информации,
3. креолизованный характер формальных средств интеграции текста,
4. возможность членения однокадровой политической карикатуры,
5. отсылка к прецедентным феноменам политического и общекультурного характера в вербальной и в невербальной частях текста политической карикатуры. (Артемова 2002, www.)

Артемова выделяет основные жанровые характеристики политической карикатуры, базируясь на шести параметрах модели речевого жанра, предложенных Т.В. Шмелевой. Эта модель состоит из шести содержательных признаков: (1) коммуникативная цель жанра, (2)

концепция автора, (3) концепция адресата, (4) событийное содержание, (5) фактор коммуникативного прошлого, (6). Рассмотрим каждый из них подробнее.

Коммуникативная цель жанра проявляется в сатирической критике политиков и значимых политических событий.

Концепция автора политической карикатуры предполагает критическое отношение художника или заказывающего работу средства массовой информации к определенным политическим событиям и их участникам. Автор стремится подчеркнуть недостатки персонажей карикатуры и выставить их в комической ситуации.

Концепция адресата политической карикатуры подразумевает, что адресат располагает необходимыми фоновыми знаниями, узнает ведущих политических лидеров, владеет информацией об актуальных политических событиях в своей стране и в мире. Это необходимо для адекватной интерпретации смысла политической карикатуры.

Событийное содержание представляет собой комическое сообщение о текущем или недавно произошедшем политическом событии, к которому обращается художник. Таким образом, предметом жанра политической карикатуры является злободневное общественно-политическое событие, например, избирательная кампания, политический скандал, высказывания или действия политиков, которые репрезентируются в сатирическом умышленно искаженном виде.

Под **фактором коммуникативного прошлого** подразумевается "реактивный" характер жанра политической карикатуры, который представляет собой реакцию на реальные события в мире политики.

Фактор коммуникативного будущего предполагает, что политические карикатуры уже после публикации и прочтения их адресатом продолжают свое существование в других жанрах или упоминается в речи участников политического дискурса. (Артемова www, 2002.)

Седьмой формальный признак, представлен комбинацией языкового воплощения с графическим и параграфическим. Под изобразительным рядом карикатуры понимается графика, представляющая собой один или несколько рисунков, обрамленных рамками и образующих отдельный кадр или кадры, которые отмечают границы семиотического пространства текста. В изобразительном ряду карикатуры обычно присутствуют портретное или стереотипное изображение политических деятелей, аллюзия и квазиаллюзия на актуальные политические события, стилистические приемы анимализации, персонификации и др. Стоит обратить внимание, что в карикатуре зачастую графически выражаются и невербальные составляющие конкретной речевой ситуации: мимика, жестика и

пантомимика. (там же)

Цветовая палитра рисунка политической карикатуры, зачастую зависит от средства массовой информации, в котором она публикуется. Например, в газетных карикатурах преобладает монохромная техника (использование черного, белого, серого цвета), а цветные карикатуры чаще встречаются на страницах журналов и в интернете.

Вербальный ряд карикатуры состоит в основном из речи персонажей и речи автора, к которой относятся заголовки, подписи и комментарии в кадре карикатуры или за ее пределами. Речь персонажей располагается непосредственно в кадре карикатуры и, как правило, помещается в диалоговое окно или филактер. Под **филактером** (balloon text) понимается прямоугольное или овальное пространство, в котором размещается речь персонажей. Языковой ряд воплощается в использовании разнообразных стилистических средств в рамках карикатуры: цитации и квазицитации, аллюзии и квазиаллюзии, авторского там же преобразования фразеологического оборота, каламбура, метафоры, иронии и антитезы. (там же)

Карикатуры разделяются на однокадровые и многокадровые. Однокадровая карикатура отличается небольшим объемом информации, заключенном в единые рамки, и наличием одной сюжетной линии. В многокадровой карикатуре, например, в comic strip деление на кадры показывает изменение сюжетной линии и делает ее подобной тексту комикса. По мнению Артемовой, преобладающим типом в России является однокадровая карикатура, тогда как в Европе и США соотношение однокадровых и многокадровых политических карикатур примерно одинаково, что связано с более динамичным характером западной медиа-культуры. (Артемова www, 2002.)

3.2 Типология и функции политической карикатуры

Айнутдинов использует типологический метод для выявления и фиксирования признаков карикатур. В статье «Типология и функции карикатуры в прессе» Айнутдинов (Айнутдинов 2008: 25) выделяет шесть категорий карикатур, которые образуют искусство журнально-газетной и проблемной графики: шаржи и портреты, «strip», изюшутка, философская, социально-бытовая и политическая карикатура. Мы не видим необходимости давать

характеристику каждой из них, поскольку данное исследование посвящено исключительно политической карикатуре. Отличительной особенностью категории политической карикатуры является злободневность, присутствие образов известных политиков, тематика, посвященная внешней и внутренней политике страны. Нередко политические карикатуры являются оружием политической борьбы, специальным «заказом» тех или иных идеологических сил особенно в период предвыборных кампаний. Отсюда вытекает и целый ряд функций карикатуры. Согласно Айнутдинову, карикатура в прессе выполняет следующие функции:

1. Информационная функция объясняется тем, что карикатура призвана информировать аудиторию СМИ в «визуальной, образно-художественной, публицистической форме» о событиях и явлениях в обществе;
2. Коммуникативная функция карикатуры проявляется в стремлении редакции наладить диалог с читателями, получить обратную связь. Она входит в нормальный процесс обмена информацией в обществе;
3. Функция психологической разрядки (рекреативная) призвана отвлечь от проблем и развлечь человека, вызвать улыбку;
4. Эстетическая функция присуща карикатуре как виду графики и изобразительного искусства;
5. Гносеологическая функция заключается в том, что сатирический рисунок посредством визуальной и вербальной информации дает читателю знания о разных сферах жизни.
6. Эвристическая функция отличается преемственностью рисунков в освещении той или иной темы, что вызывает своего рода «волнообразный эффект»
7. Воспитательная функция призвана формировать нравственные убеждения и высмеивать отрицательные черты и явления в обществе, тем самым, стремясь к идеальному. (Айнутдинов 2008: 25-26.)

Что касается всего жанра политической карикатуры, то его функции являются проявлением отдельных функций политического дискурса в целом. Артемова выделяет сатирическую функцию, эмотивную, регулятивную, креативную, иллюстративную и функцию культурной памяти. Остановимся подробнее на двух основополагающих функциях политической карикатуры – сатирической и эмотивной. **Сатирическая** функция выражается в создании сатирического эффекта как следствие разоблачения и осмеяния значимых для

представителей определенной культуры общественно-политических явлений. **Эмотивная** функция заключается в воздействии на эмоции адресата, причем эмоции, которые переживаются при прочтении политической карикатуры, не всегда носят позитивный характер целом (Артемова 2002, www.)

3.3 Карикатура в советской России и ситуация в современных российских СМИ

Некоторые карикатурные персонажи настолько широко вошли в медиа пространство, что стали национальными символами и даже стереотипами, например, дядюшка Сэм символизирует США; изображенные Томасом Настом осел и слон символизируют соответственно американские партии демократов и республиканцев, медведь традиционно символизирует Россию, панда – Китай и др.



рис.1

В качестве первой американской политической карикатуры признается работа Бенджамина Франклина "Join or Die" (рис.1), на которой изображена расчлененная змея, отдельные части которой символизируют разные части колоний. Франклин использовал эту карикатуру для призыва к объединению колоний на Албанском Конгрессе в 1764 году (Baker 1996, www).

В царской России предшественниками карикатуры были «потешные листы» в жанре лубка. Они представляли собой юмористические картинки часто с подписями. Содержание этих картинок изначально имело фольклорный характер, но со временем приобрело общественно-политическое направление. Большая часть крестьян не умели читать, поэтому лубковые картинки были доступным способом донесения информации до неграмотного населения царской России.

Первой карикатурой в российской печати называют графическую работу «Вельможа» художника Венецианова в «Журнале карикатур на 1808 год, в лицах». Революция 1917 года дала мощный толчок для развития жанра карикатуры в России. Большевики часто обращались к политической карикатуре как мощному средству воздействия на массы народа и пропаганды коммунистических ценностей и образа жизни. Советские карикатуры

использовалась в листовках, газетах и плакатах и носили ярко выраженный воспитательный характер, являясь орудием обличения «тлетворного влияния» капитализма западных государств.



Одной из главных целей советских карикатур было сплочение рабоче-крестьянского класса перед лицом внешнего врага. Враги коммунизма в разное время персонифицировались в образах царя, меньшевиков, казаков, генералов белой гвардии, капиталистов, священников, пьяниц, лодырей, лентяев, «кулаков» и других «вредителей». Главным идеологическим врагом был, пожалуй, буржуй, которого, как правило, изображали хорошо упитанным жадным глуповатым мужчиной в модном костюме и цилиндре с мешками золота под мышкой (рис.2).

рис.2, В.Дени plakat.ru

Зооморфная репрезентация образа врага была особенно характерна для периодов правления Сталина и Хрущева. Швейцарский ученый Д. Вайс в статье «Животные в советской пропаганде: вербальные и графические стереотипы» анализирует зооморфные метафоры в советской карикатуре. Автор отмечает, что для характеристики «своих» применялись образы орла и сокола, тогда как для обозначения врага использовалось около 20 зооморфных образов, в частности, насекомые и ползучие гады. В дальнейшем роль вербальной и невербальной зоосимволики в плакатах и карикатурах заметно сократилась (Вайс 2009, www).



Мы уверены, что знакомство с советскими карикатурами и плакатами необходимо для адекватного понимания современной карикатуры, поскольку они глубоко укоренились в сознании россиян и даже вошли в современное виртуальное пространство: их персонажи и лозунги часто используются в рекламе, коллажах и служат источниками аллюзий и прецедентных феноменов, например, рис.3.

Известными художниками-карикатуристами, работавшими над пропагандистскими плакатами и карикатурами в советских газетах в 1917-60-е годы, были: Виктор Дени (газета «Правда»),

рис.3 <http://pepsimist.ru/mat-kuzmy/>

Борис Ефимов (газета «Известия»), Дмитрий Моор («Атеистические издания»). В период второй Мировой войны и послевоенный период ведущим политическими карикатуристами считались Бродэти, Елисеев и Ганф, а творческий коллектив советских графиков и живописцев: Куприянов М. В., Крылов П. Н. Соколов Н. А., приобрел большую популярность под псевдонимом Кукрыниксы (по первым слогам фамилий). Кукрыниксы заняли ведущее место не только в советском искусстве, но и получили всемирную известность.

В 1960-1970-ые годы в СССР начали проникать западные модели изобразительной сатиры, и сообщество художников-карикатуристов страны оказалось поделенным на два идеологических лагеря. С одной стороны, в СМИ как и раньше печатались картинки про пагубное влияние Запада, а с другой стороны, появилась плеяда прогрессивно мыслящих карикатуристов, которые выступали за формирование гражданского общества, высмеивая недостатки советской идеологии (Айнутдинов, 2010). Так называемый «юмор молодых» связан с именами таких художников, как И. Макаров, В. Бахчанян, В. Песков, Ф. Куриц, С.Т юнин, Л. Тишков, М. Златковский, О. Теслер, А. Некрасов, И. Воробьев, В. Скрылев, В. Богорад, В. Дубов и др.

В 80-е годы на сцену вышло новое поколение карикатуристов: А.Меринов, А.Бильжо, А.Сергеев, С. Айнутдинов, И.Варченко, В.Дружинин, И.Анчуков и др. В 1990-2000 годы стали известны имена Н. Кращина, С.Елкина, А.Попова, С.Дергачева, В.Мисюка, М.Серебрякова, Д.Полухина и др. Последующее десятилетие было богатым на сатирические рисунки, критикующие российских политиков. Однако с началом так называемой Путинской эры количество политических карикатур в российских СМИ заметно сократилось.

По мнению Айнутдинова на конец первой декады XX века политическая карикатура приобрела характер случайности в прессе. В редакциях, как правило, нет штатных художников, вместо этого частные карикатуристы получают «заказы» от СМИ. Изучив большинство печатных СМИ России (без учета специализированных юмористических изданий) за 2007-2009 годы, Айнутдинов пришел к следующим выводам о присутствии в них карикатуры:

- издания не публикующие (за редким исключением) карикатуры совсем: «Аргументы и факты», «Коммерсант», «Независимая газета», «Российская газета»;

- печатные СМИ, не систематически использующие карикатуры: «Литературная газета», «Правда», «Трибуна», «Труд»;
- издания, публикующие карикатуры в регулярном режиме: «Ведомости», «Известия», «Комсомольская правда», «Московский Комсомолец», «Наша Версия», «Новая газета», «Новые Известия», «Собеседник», «Советская Россия». (Айнутдинов 2010, www.)

Некоторые российские карикатуристы признают, что золотой век российской карикатуры остался в прошлом, ибо современная карикатура в России переживает не самый плодотворный период. Например, осенью 2010 года в музее политической истории Санкт-Петербурга прошла выставка "Россия - США. Политическая карикатура вчера и сегодня". Как сообщил российский телеканал «Вести» (Vesti.ru 2010, www), количество американских и российских политических карикатур было не совсем сбалансировано: если ретро-раздел русской карикатуры изобиловал революционными и антифашистскими агитплакатами, то в современном разделе – «редкие шаржи и ощутимый дефицит тем». Виновата ли в этом цензура и ограничение свободы слова в российских средствах массовой информации? Как мы уже говорили во введении, наличие политической карикатуры в прессе свидетельствует о свободе слова и уровне демократичности правящего режима. Для сравнения приведем ситуацию в СМИ Беларуси, чьи позиции в международных рейтингах свободы СМИ ухудшаются год от года. Возьмем на себя смелость утверждать, что политической карикатуры, высмеивающей действующий режим, в белорусских государственных печатных изданиях нет. Даже в оппозиционных изданиях и в интернете появление карикатуры, направленной на высмеивание политических реалий, – явление весьма редкое. Это еще раз подтверждает идею о прямой зависимости наличия политических карикатур на медийной арене той или иной страны от уровня свободы прессы.

По мнению Айнутдинова (Айнутдинов 2010, www), скудное видовое разнообразие карикатур в российской печати связано, с одной стороны, с внутренней цензурой, а, с другой стороны, с финансовыми ограничениями изданий. Сегодня на страницах печатных СМИ практически нет авторских рубрик карикатуриста (за исключением «Московского комсомольца»). Издания время от времени заказывают или покупают карикатуры у штатных художников. Таким образом, творчество карикатуриста зависит от финансового положения издания и законов рынка.

Согласно Айнутдинову, «публицистический потенциал карикатуры, имеющий давние исторические традиции в отечественной практике, реализуется современными редакциями в незначительном объеме» (Айнутдинов 2010, www).

Позволим себе заметить, что Айнутдинов изучал карикатуру только в печатных СМИ, а следовательно, в его исследовании не был учтен тот огромный потенциал, которым обладает виртуальное пространство интернета. Особенности цифровой карикатуры мы описали в следующей главе.

3.4 Карикатура в интернете

Традиционные техники создания карикатуры, такие как литография и офорт остались далеко в прошлом – в виртуальном дискурсе доминирует цифровая карикатура. На наш взгляд, анализ репрезентаций российской власти только лишь на основе карикатур в печатных СМИ был бы не полным. В связи с этим назрела необходимость изучать цифровую политическую карикатуру.

До недавних пор карикатуры традиционно печатались на страницах уважаемых печатных изданий, у которых были штатные художники-карикатуристы. Следовательно, критическая и идеологическая направленность визуального юмора определялась – используя терминологию Кресса и Ван Люевена – не столько интересом создателя знака (карикатуриста), сколько интересами института власти (редактора издания, политической партии, финансирующей газету, и др.)

«На протяжении прошлого века происходил стремительный переход от графических изображений к фотографическим, которые ныне вытесняются «постфотографическими» – так начинают именоваться цифровые (цифровые) технологии, переводящие ментальную визуальность в виртуальную» (Круткин, Романов, Ярская-Смирнова, 2007: 10). Новые информационные технологии, получившие бурное развитие в конце прошлого века, способствовали коренному изменению процесса создания, обработки, передачи и хранения информации. Сегодня любая страница в интернете отличается высокой степенью креолизации, то есть сочетает в себе не только вербальный текст, но и множество изображений, фотографий, инфографики, как правило, с видео и звуковым сопровождением. (Лутовинова 2008:39.)

Возможности интернета колоссально расширили наши ежедневные коммуникативные привычки, способы получения и восприятия информации. Сегодня все крупные российские издания имеют электронную версию, что позволяет им публиковать самую последнюю информацию, оперативно обновлять страницы и вести диалог с читателем, получая обратную связь в виде комментариев. Интернет как средство массовой информации настолько прочно вошел в нашу повседневную жизнь, что существуют прогнозы о том, что в будущем большинство печатных СМИ будут полностью заменены электронными. Общение коммуникантов в виртуальной реальности посредством различного рода текстов Лутовинова О.В. называет **виртуальным дискурсом** (Лутовинова 2008, 39).

Мы предполагаем, что в течении первого десятилетия XXI века российская политическая карикатура ушла в подполье – интернет. Виртуальное пространство интернета, отсутствие цензуры и использование псевдонимов обеспечивают плодородную почву для расцвета небывалого в российской истории поколения карикатур: остросатирических, иронических, с ярко выраженной критической направленностью в отношении современной политической власти.

Интерактивность, быстрота, относительная дешевизна и многообразие технических средств производства дигитальных карикатур позволяют любому пользователю интернета создавать и распространять свои карикатуры и коллажи. В интернете размещают свои работы авторы «из народа», художники-любители и начинающие карикатуристы, многие из которых используют псевдонимы. К примеру, радиостанция «Эхо Москвы» регулярно проводит конкурсы карикатур на актуальные политические темы, в которых принимают участие простые слушатели, авторы-непрофессионалы. На наш взгляд, анализ таких карикатур может послужить ценным источником информации, отражающим общественное мнение. Крупнейшая российская он-лайн коллекция таких карикатур расположена на сайте caricatura.ru, откуда и были взяты материалы для данного исследования.

Разумеется, большинство современных российских художников-карикатуристов имеют персональные галереи карикатур в интернете, многие из которых не были опубликованы в печатных СМИ. Интернет-платформа дает карикатуристам целый ряд преимуществ. Во-первых, не каждый художник может себе позволить издать печатную версию альбома карикатур, тогда как дигитальные альбомы ничего не стоят и доступны широкому кругу интернет-пользователей. Во-вторых, персональная дигитальная галерея карикатур является идеальным способом рекламы и промоушена самого художника. В-третьих, цифровые

возможности создания изображения по значительно сэкономить время на создание рисунка и разместить его он-лайн как мгновенную реакцию на актуальное событие в мире политики.

Однако интернет таит в себе и некоторые риски, связанные, например, с копированием и перепечаткой авторских работ, другими словами, нарушением авторских прав. Необходимо признать, что в российском интернет пространстве нарушение копирайта – это повсеместно распространенное явление.

3.5 Карикатура как «мультиmodalный» и «креолизованный текст»

Под **текстом** в русской лингвистике традиционно понимается "произведение речевого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической, логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку" (Гальперин, 1981:18).

Нельзя не согласиться с Артемовой, что данное определение не совсем применительно к тексту карикатуры, поскольку карикатура состоит как из вербальных, так и невербальных элементов. (Артемова 2006, [www.](#)) Центральным понятием для определения и анализа текста политической карикатуры в русской лингвистике стало понятие креолизованного текста.

В статье «Креолизованный текст: аспекты изучения» Ворошилова отмечает, что в современной лингвистике наблюдается повышенный интерес к невербальным средствам коммуникации и визуальной культуре а также организации «семиотически осложненного, видеовербального, составного, поликодового, креолизованного текста» (Ворошилова 2006, [www.](#)). Термин **«креолизованный текст»** был впервые введен русскими исследователями Сорокиным Ю.А. и Тарасовым Е.Ф.: «тексты, фактура которых состоит из двух негетерогенных частей: вербальной (языковой, речевой) и невербальной (принадлежащей к другим системам, нежели естественный язык)» (цит. по Ворошилова 2006, [www.](#)). Мы относим карикатуру, в которой присутствует буквенный текст, к креолизованным текстам, поскольку в ней сочетаются как изображение, так и вербальные элементы (речь персонажей, подписи автора, комментарии и др.).

Подчеркнем, что понятие креолизованный текст не ограничивается только лишь сочетанием визуальной и вербальной составляющих. В зависимости от рассматриваемого материала в креолизованном тексте могут использоваться также звуковые, тактильные, жестовые и другие знаковые системы. Примерами креолизованных текстов могут послужить средства наглядной агитации и пропаганды, плакаты, рекламные тексты, комиксы и карикатуры, кинотексты, тексты радиовещания. Исходя из вышеперечисленных характеристик креолизованного текста, мы приходим к выводу, что это понятие однородно понятию мультимодальный текст, широко используемому в западной лингвистике.

Мультимодальный текст — одно из центральных понятий социально-семиотической теории репрезентации, которое представляет большой интерес для нашего исследования. Г.Кресс и Т. ван Лювен (Kress G. and van Leeuwen T. 1996: 183) в книге «Reading images. Grammar of visual design» определяют **мультимодальный текст** как текст, в котором реализуется более одного семиотического кода.

«Whether in the print or electronic media, whether in newspapers, magazines, CDROMs or sites, whether as public relations materials, advertisements or as informational materials of all kinds, most texts now involve a complex interplay of written text, images and other graphic or sound elements, designed as coherent (often at the first level visual rather than verbal) entities by means of layout» (Kress G. and van Leeuwen T. 1996: 17).

Другими словами, в мультимодальных текстах комбинируются два и более семиотических кода, например, текст, изображение и другие графические элементы, звук, фактура, жест, воплощенные на страницах газет, телевизионном или компьютерном экране и другие. Таким образом, мы относим политическую карикатуру к мультимодальным текстам, т.к. в ней представлены две знаковые системы: вербальная и визуальная. Невербальный ряд карикатуры представлен изобразительными, графическими элементами, а вербальный — лингвистическими: речь или мысли героев, подписи к карикатурам и др. Таким образом, мы приходим к выводу о том, что «мультимодальный» и «креолизованный» текст представляют собой однородные понятия.

4. Методология и теория

«Все участвующие [---] в политической жизни общества связаны сложной системой взаимоотношений и опосредований, среди которых не последнюю роль играют образные репрезентации, приписываемые различным субъектам власти»
(Захаров 1998, www)

Какие медиа-образы российской политической власти доминировали в политической карикатуре в период президентства Д. Медведева 2008-2012 годов? Чтобы ответить на главный вопрос исследования, нам пришлось выработать комплексный подход, для интерпретации и декодирования смысла мультимодального текста российских и зарубежных политических карикатур данного периода. В качестве теоретической основы мы использовали социально-семиотическую теорию репрезентации (social-semiotic theory of representation), основные положения которой изложены Гюнтером Крессом и Тео ван Леувенем (Kress and van Leeuwen 1996) в книге «Reading images. The grammar of Visual Design».

4.1 Семиотика. Категории знаков (Ч. Пирс, Ф. де Соссюр)

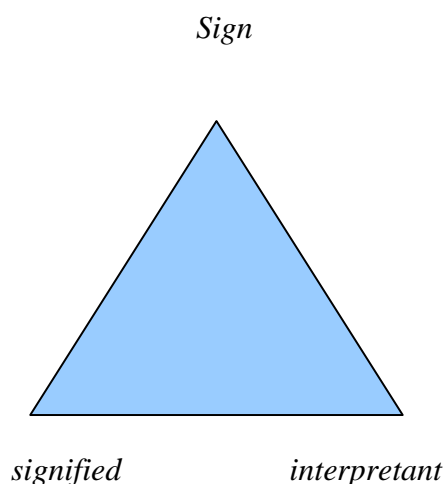
Кресс и Ван Леувен представляют теорию социально-семиотической репрезентации и метод «грамматики визуального дизайна» в рамках теоретических основ «социальной семиотики». Для адекватного понимания социально-семиотической теории репрезентации и позиции авторов, необходимо дать краткое описание школе семиотики, которая зародилась в начале XX века.

Семиотика – это наука изучающая знаки и их взаимодействие. Отцом американской семиотики считается логик и философ Чарльз Пирс, тогда как отцом европейской семиологии считается швейцарский лингвист Фердинанд де Соссюр. основополагающие идеи Соссюра были изложены в его работе «Course in General Linguistics» и легли в основу Парижской школы семиотики.

Одно из основных положений теории Ф. де Соссюра— различие между языком (la langue) и речью (la parole), он также ввел такие понятия, как «signifier», «signified», «arbitrary», «motivated signes», «syntagmatics», «paradigmatics» и др. По определению Соссюра, знак

состоит из двух частей: означающее («signifier») и означаемое («signified»)(Sassure, 1983, pp.66) Означающее – это физическая форма знака, например, изображение или звук, а означаемое – это ментальная концепция, смысл, порождаемый этим знаком (Fiske 1990, 44). Отношения между означающим и означаемым Соссюр называет мотивированными («constraint»)и немотивированными («arbitrary»). Мотивация отражает ту степень, до которой «означаемое» определяет «означающее» (Fiske 1990, 44). В Соссюровском знаке означающее и означаемое не связаны друг с другом, а отношения между ними автор называл произвольными или немотивированными. Например, лингвистическое слово ни как ни связано с понятием, которое это слово выражает (Sassure, 1983, 67-68). Соссюра часто критикуют за «логоцентричность» или выделение языка в качестве приоритетной знаковой системы, что ограничивает возможности использования его теории применительно к визуальной коммуникации (Moriarty 2005, 231)

Ч.Пирс определяет знак в виде модели треугольника, во главе углов которого стоят знак (*sign*), обозначаемый им объект (*signified*) и интерпретируемый смысл целого знака в сознании человека (*interpretant*).



Интерпретируемый смысл знака может варьироваться в зависимости от кругозора и жизненного опыта человека. Все три составляющие знака взаимозависимы. (Fiske 1990, 42.)

Ч. Пирс разработал также первоначальную классификацию знаков, подробно описанную Дж. Фиске в книге «Introduction to Communication Studies»:

- 1) знаки-иконны (icon) – это изобразительные знаки, в которых означаемое и означающее подобны. Например, фотография, изображение мужчины и женщины на дверях туалета — это знаки-иконны;
- 2) знаки-индексы (index)—знаки, в которых означающее напрямую связано с означаемым объектом. Например, дым—это индекс огня, курительная трубка и усы—индексы И. В. Сталина;
- 3) знаки-символы (symbol) – это знаки, в которых означаемое и означающее связаны между собой в рамках некоторой конвенции, социальной договоренности или правил. Например, языки, слова, числа, некоторые знаки дорожного движения;
- 4) коды (codes)—это системы организации знаков, в основе которых лежат правила, известные всем членам сообщества, использующим данный код. Например, уголовный кодекс, компьютерный код программирования. (Fiske 1990: 46-49.) Теория Пирса послужила основой для последующих изысканий в области семиотики и визуальных исследований.

4.2 Социально-семиотическая теория репрезентации (Г. Кресс и Т. ван Леувен)

В работе «Reading images. The grammar of visual design» Г. Кресс и Т. ван Леувен, с одной стороны, сравнивают, а с другой, – противопоставляют свой подход подходу Парижской школы семиотики (в дальнейшем – семиотика). В отличие от школы семиотики, концепция «знака» у Кресса и ван Леувена, представляет собой процесс «создания знака». Авторы принимают во внимание как изобразительные формы («signifiers»), такие, как цвет, перспектива, линия, так и способы, с помощью которых данные формы воплощают смысл («signifieds») в процессе создания знака. По мнению авторов, знаки являются не произвольными, как в семиологии, а мотивированными по отношению к создателю знака и тому контексту, в котором они возникают. (Kress and van Leeuwen 1996: 6.)

«In social semiotics the sign is not the pre-existing conjunction of a signifier and a signified, a ready-made sign to be recognized, [...] in the way that signs are usually thought to be 'available for use' in 'semiology'. Rather we focus on the process of sign-making, in which the signifier (the form) and the signified (the meaning) are relatively independent of each other until they are brought together by the sign-maker in a newly made sign». (Kress and van Leeuwen 1996:5-7.)

В соответствии с определением Кресса и ван Люевена, **процесс репрезентации** – это процесс, мотивированный интересом «создателя знака» (sign-maker), определяемый его культурным, социальным, психологическим прошлым и фокусируемый в конкретном контексте (там же). По мнению авторов, знак появляется в результате метафорического процесса, конструктивную роль в котором играет принцип аналогии (Kress G. and van Leeuwen T. 1996, 8).

С ними соглашается и Walt Werner называя процесс аналогии одним из основных принципов построения политической карикатуры. «Visual analogies consist of simplified situations, characters or objects designed to stand for more complex issues [---] by bringing two things together and implying a likeness between them», пишет автор в статье «On Political Cartoons and Social Studies Textbooks: Visual Analogies, Intertextuality, and Cultural Memory» (Werner 2004, www). Таким образом, персонажи карикатуры изображаются не по принципу похожести, а по принципу аналогии, а он в свою очередь, основывается на интересах художника или издательства, или некой политической партии, заказавшей карикатуру на своего конкурента. Именно от этой мотивации «создателя знака» в большей степени зависит критическая направленность карикатуры и интерпретация ее смысла читателем.

Кресс и ван Леувен подчеркивают, что именно от социальных институтов власти зависит, какие метафоры станут конвенциональными, а впоследствии и натуральными: «we see images of whatever kind as entirely within a realm of the realizations and instantiations of ideology [---] for the articulation of ideological positions» (Kress and van Leeuwen 2006:14). Таким образом, процесс создания знака – это процесс установления знака или метафоры, который регулируется социальными отношениями власти и идеологии (там же).

До недавних пор карикатуры традиционно печатались на страницах уважаемых печатных изданий, у которых были штатные художники-карикатуристы. Следовательно, критическая и идеологическая направленность визуального юмора определялась – используя терминологию Кресса и Ван Люевена – не столько интересом создателя знака (карикатуриста), сколько интересами института власти (редактора издания, политической партии, финансирующей газету, и др.). С развитием цифровых технологий в интернете появились коллекции карикатур независимых художников-любителей, которые смело выражают свое видение политической ситуации в стране и мире, а также создают комические и правдивые медиа-образы политических лидеров, посредством которых можно судить о восприятии народом власти.

4.3 Метод социально-семиотического анализа

Используя термины М. Халлидея, Кресс и Ван Люевен утверждают, что визуальный дизайн, как и язык, и все семиотические модули выполняют три основные метафункции:

1. идеационную (ideational) – репрезентация мира вокруг и внутри нас
2. межличностную (interpersonal) – социальные взаимодействия и отношения
3. текстуальную (textual) – «мир текста», элементы которого взаимосвязаны как между собой, так и с окружающим миром – контекстом (Kress and van Leeuwen 2006: 16.)

В уже упомянутом исследовании Кресса и ван Люевена авторы называют свой подход к анализу визуальных материалов «грамматикой визуального дизайна». Они рассматривают мультимодальный текст, в нашем случае состоящий из вербальных и визуальных элементов, как интегрированный текст: «We seek to break down the disciplinary boundaries between the study of language and the study of images, and we seek, as much as possible, to use compatible language, and compatible terminology to speak about both» (Kress and van Leeuwen 2006: 17). Авторы утверждают, что визуальная составляющая мультимодального текста дополняет вербальную, но не зависит от него: «the visual component of a text is an independently organized and structured message, connected with the verbal text, but in no way dependent on it—and similarly the other way around» (Kress and van Leeuwen 2006: 16).

Следовательно, любые средства коммуникации, содержащие визуальную составляющую, могут быть подвергнуты такому же серьезному и глубокому анализу, как и средства вербальной коммуникации. С целью такого анализа визуальной информации Кресс и ван Люевен разработали метод «грамматика визуального дизайна». Мы выборочно опишем понятия и те инструменты данного метода, которые, на наш взгляд, наилучшим образом подходят для анализа мультимодального текста политической карикатуры.

Кресс и Ван Люевен называют изображенные объекты **изображенными персонажами** (represented participants) и отделяют их от **интерактивных участников** (interactive participants), которые вовлечены в коммуникационный процесс посредством данного изображения, например, художник и зритель. Авторы утверждают, что визуальные структуры репрезентации бывают двух видов: **нарративные**, т.е. изображающие

разворачивающиеся действия, и **концептуальные**, т.е. более статичные изображения общей сути, класса или структуры изображенных персонажей. (Kress and van Leeuwen 1996, 48.)

В политических карикатурах, как правило, изображаются лидеры политических партий, рядовые чиновники, стоящие на разных ступенях политической иерархии, и представители народа; все эти участники находятся в определенных межличностных отношениях, взаимодействиях или диалоге. На этих основаниях мы полагаем, что большинство российских и зарубежных политических карикатур имеют нарративную, нежели концептуальную структуру репрезентации.

Нарративные структуры служат для репрезентации «разворачивающегося действия, процесса изменения, транзитивной организации пространства» (Kress and van Leeuwen 1996: 59). Показателем нарратива считается **вектор** или имеющая направление линия, соединяющая изображенные элементы. Вектор – это четкая геометрическая либо воображаемая линия, сформированная самими изображенными участниками, их конечностями или другими предметами. Авторы называют участника изображения, от которого посылается вектор, **дейтелем** (Actor), участника, к которому направлен вектор, **целью** (Goal), а отношения между ними – **транзакцией** (transaction). В языке такие отношения могли бы быть выражены переходными глаголами (там же).

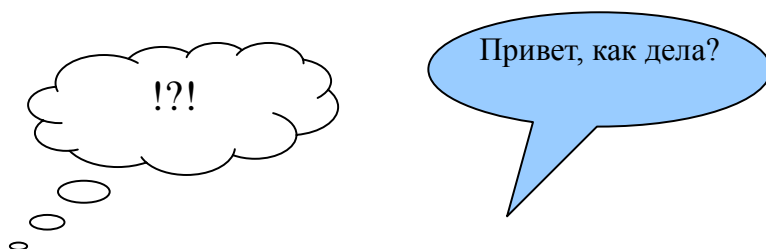
Если же на изображении представлен только деятель, но нет цели, то такая структура называется **нетранзитивной** (non-transactional) и аналогична непереходным глаголам в языке. Изображения действий, где присутствует только цель, но нет деятеля называются **событиями** (events). (Kress and van Leeuwen 1996: 63.)

Если вектор сформирован направлением взгляда одного или нескольких изображенных персонажей, то изображенный процесс называется **реакцией**, персонаж, который направляет взгляд называется **реагирующим** (reactor), а то, на что направлен взгляд, – **феноменом** (phenomena). (Kress and van Leeuwen 1996: 67.)

Особое внимание следует уделить способам изображения речевого и мыслительного процесса, поскольку в карикатуре они имеют графические различия. Если персонажи, изображенные на карикатуре, находятся в диалоге, то их речь, как правило, представлена так называемым диалоговым пузырем или филлактером: «A special kind of vector can be observed in comic strips: the oblique protrusions of the thought balloons and dialogue balloons that connect

drawings of speakers or thinkers to their speech or thought» (Kress and van Leeuwen 1996: 67). Диалоговый пузырь с небольшим хвостиком или клинышком направлен ко рту **говорящего** (speaker). Авторы «Грамматики визуального дизайна» утверждают, что диалоговый пузырь – является ни чем иным, как видоизмененным вектором.

В отличие от речевого процесса, содержание внутреннего процесса мышления или проявление эмоций (удивление, страх, влюбленность) заключено в так называемое облачко мыслей, которое посредством цепочки еще меньших облачков направлено к голове **сенсора** (sensor) (там же).



Данный способ изображения мыслительного и речевого процессов уходит корнями в средневековое искусство, когда на некоторых рисунках изо рта говорящего струилась лента с текстом. В настоящее время speech balloons все чаще переносятся и в другие контексты, например, для цитирования знаменитых людей в школьных учебниках или на экранах банковских автоматов, поскольку с их помощью подчеркивается интерактивность текста (там же).

В нарративных структурах репрезентации между изображенными персонажами существует целый ряд различных взаимодействий и взаимоотношений. К тому же не менее комплексные взаимоотношения наблюдаются между самим изображением и зрителями или интерактивными участниками. Остановимся на основных типах репрезентации данных взаимодействий. Прямой взгляд изображенного персонажа на зрителя предполагает некий **вызов или требование** «demand», а отсутствующий взгляд или взгляд в сторону – **предложение** «offer». Разумеется, для реализации данного типа взаимодействия, в качестве изображенного персонажа в карикатуре должна выступать некая человекоподобная фигура или животное с хорошо выраженными глазами и зрачками. (Kress and van Leeuwen 1996: 140-148.)

Посредством переднего плана «frontal angle» и перспективы «oblique angle» зрения создатели знака могут создать иллюзию, что зритель соответственно вовлечен в происходящее или

является сторонним наблюдателем. Угол зрения изображения наделяет зрителя той или иной степенью значимости по сравнению с изображенными персонажами, позволяя смотреть на них свысока «high angle», снизу вверх «low angle» или на равных «eye-level angle» (там же).

Крупный, средний и дальний планы репрезентации изображенных персонажей определяют дистанцию между ними и зрителем. Соответственно дистанция может быть весьма интимная/личная (close shot), социальная (middle shot) и объективная или отдаленная (long shot) (там же).

Важной составляющей визуального дизайна является **композиция** или расположение элементов в пространстве. В зависимости от расположения в композиционном пространстве изображенные персонажи и объекты наделяются различной информационной ценностью. Кресс и Ван Люевен выделяют три принципа пространственной композиции, на основе которых можно судить о соотношениях элементов изображения внутри композиции:

1. информационная ценность (расположение в центре или с края, справа или слева, внизу или сверху)
2. существенность (расположение на первом или втором плане, размер, цвет и др.)
3. фрейминг (наличие или отсутствие фрейминговых линий). (Kress and van Leeuwen 1996: 177.)

По расположению элементов в различных зонах изображения можно судить об их соотношении между собой, а также со зрителем. Изображенный в центре элемент считается ядром всего изображения и наделяется большей **информационной значимостью**, чем элементы, расположенные по краям. В соответствие с горизонтальной осью изображения, элементы, находящиеся справа, представлены как «данное» (Given) или информация уже известная для зрителя, служащая отправной точкой в послании. Расположенные слева элементы представлены как нечто «новое» (New), еще не известное читателю или заслуживающее особого внимания. Следует принять во внимание, что такое деление по горизонтальной оси имеет силу только в тех культурах, где направление чтения текста традиционно идет слева направо. (Kress and van Leeuwen 1996: 181.)

По вертикальной оси элементы композиции разделяются на верхние и нижние. Изображенные сверху элементы представляют идеализированную или обобщенную информацию, а нижние элементы – реальную, «приземленную» или более практическую

информацию. Вертикальная ось изображения может также стать основой для иерархии значений: доминирующий элемент располагается вверху, а менее важный внизу. (Kress and van Leeuwen 1996: 187.)

Необходимо отметить, что изображенные элементы могут привлекать больше или меньше внимания, казаться более или менее существенными, не зависимо от места их расположения в композиции. **Существенность** (saliency) – это та степень, в которой изображенный элемент привлекает к себе внимание зрителя. Она реализуется с помощью таких факторов, как расположение элемента на первом или втором плане, размер, контрастность оттенков и цветов, резкость или размытость изображения. Например, если на изображении присутствует перспектива, то элементы на первом плане рассматриваются как более существенные, по сравнению с элементами на заднем плане. Элементы, частично перекрывающие другие элементы, расцениваются как более важные. Присутствие человеческой фигуры или культурного символа также является мощным фактором привлечения внимания. Таким образом, в зависимости от степени значимости изображенных элементов, между ними создается иерархия значений. (Kress and van Leeuwen 1996:201-203.)

Третий ключевой элемент в композиции – **фрейминг**. Изображенные элементы могут быть объединены вместе или отделены друг от друга в результате наличия или отсутствия элементов фрейминга. Например, элементы изображения воспринимаются как не связанные между собой, если между ними – большое пустое пространство, отчетливое обрамление, (линии здания, дерева, реки) резкое изменение и цвета и формы. И наоборот, элементы рассматриваются как взаимосвязанные, объединенные посредством вектора, однородности цвета и формы, и за отсутствием фрейминга. Чем сильнее фрейминг, тем отчетливее изображенный элемент представлен в качестве отдельного блока информации. Например, в трех-кадровой карикатуре содержание каждого кадра ограничено четкими рамками (там же).

Таким образом, перечисленные в данном разделе «инструменты» и принципы композиции применимы для анализа мультимодальных текстов, сочетающих в себе как изображение, так и текст, будь то на бумажной странице, компьютерном или телевизионном экране.

5. Анализ

В данной главе приведена подробная структура анализа визуального материала и дано объяснение каждой из его фаз на конкретном примере. Основная часть данной главы посвящена практическому социально-семиотическому анализу визуальных репрезентаций российской политической власти в период 2008-2012 гг., в результате которого было выделено несколько доминирующих медиа-образов, объединенных в 5 тематических кейсов.

5.1 Структура анализа

В качестве методологии для анализа политических карикатур нами был разработан комплексный подход, с элементами социально-семиотического и структурно-риторического направлений. За основу был взят методический подход к анализу изображения, изложенный Еленой Мещеркиной-Рождественской в статье «Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений», где автор выработала лейтмотив анализа, состоящий из трех фаз: 1) дескрипция; 2) акрибическая реконструкция; 3) социокультурная интерпретация. (Мещеркина-Рождественская 2007: 31.)

Следуя за Мещеркиной-Рождественской, поясним, что включают в себя данные фазы применительно к нашему материалу. **Дескрипция** включает в себя вербальное парафразирование текстовых и изобразительных посылов, описание цветов и их контрастов, перспективы планиметрии изображения (на переднем, на заднем плане, в центре), обозначение ценности места и объема текста и изображения, а также их пространственные и графические взаимоотношения. Для дескрипции мы воспользовались «инструментами» метода социально-семиотического анализа или «грамматики визуального дизайна», разработанного Крессом и Ван Люевеном (Kress and van Leeuwen 1996).

Реконструкция предполагает поиск прецедентных феноменов и анализ значений символического содержания текстовых и изобразительных материалов, и основных стилистических приемов: метафора, метонимия, синекдоха, аллюзия (квазиаллюзия), цитация (квазицитация), каламбур, авторское преобразование фразеологической единицы, гипербола, ирония, антитеза и др.

Социокультурная интерпретация заключается в поиске исторического контекста для той или иной карикатуры, трактовке символического и смыслового содержания визуально-текстового единства, комического эффекта и соотношений образов власти в политической карикатуре.

Рассмотрим, как работает эта схема на примере карикатуры С. Елкина на polit.ru



1. **Дескрипция.** На карикатуре изображены телефонный разговор между персонажами, в которых зритель легко узнает премьер-министра России В. Путина и президента Беларуси А. Лукашенко. Их изображения иконичны, т.е. построены по принципу визуального сходства. В композиции карикатуры оба политика изображены на переднем плане и занимают одинаковый объем пространства, что говорит об их одинаковой информационной значимости.

Композиционное пространство карикатуры четко разделено на две половины с помощью линии вектора. Такой очевидный фрейминг дает понять, что персонажи далеки друг от друга и находятся в разных странах и на разных идеологических позициях. Небольшой зигзаг посередине вектора указывает на некое взаимодействие – диалог. Обращаем внимание, что направление коммуникации имеет одностороннюю направленность: речь звучит только из уст В.Путина, в то время как А.Лукашенко остается бессловесным. На наш взгляд, отсутствие вербального воплощения ответной фразы белорусского лидера делает его позицию слабее, словно ему нечего ответить на упрек. По сравнению с отсутствующим взглядом Путина, прямой взгляд Лукашенко на зрителя предполагает некий вызов или требование «demand». Данная реакция белорусского президента отчетливо показана с помощью изобразительной риторики. На изображении лицо Путина невозмутимо, не выражает особых эмоций, что контрастирует с лицом Лукашенко. Его мимика явно выражает скрытые негативные эмоции: брови сдвинуты, глаза навывкате, уголки губ опущены, правая рука сжата в кулак. Особое внимание привлекает к себе жест левой руки, сжимающей телефон: персонаж держит ее вдалеке от уха! Таким образом, на уровне изображения реализуется метафора «пропускать мимо ушей». Этот жест (средство невербальной

коммуникации) явно дает понять о нежелании персонажа участвовать в коммуникационном процессе и напряженный внутренний монолог.

2. Реконструкция. В узком смысле это деловые переговоры двух политических деятелей, а в широком – переговоры двух стран. Из уст Путина звучит замечание-упрек: «Вы у нас все заимствуете: нефть, газ и мою прекрасную идею насчет «дубинкой по башке». Слова «нефть» и «газ» аллюзия на широкий дискурс «газовых и нефтяных войн» между двумя странами, а также многолетних торгов и переговоров насчет льготных поставок этих ресурсов. Путин употребляет глагол «заимствуете», т.е. берете в долг, что посредством реминисценции намекает на задолженность Беларуси России.

«Прекрасная идея» – ирония; «дубинкой по башке» – прецедентная квазицитата из интервью Путина газете «Коммерсант», где он предлагает всем несогласным за несанкционированные собрания давать «дубинкой по башке». В контексте данной карикатуры фраза «дубинкой по башке» представляет собой аллюзию на прецедентное событие – жестокое подавление оппозиционной демонстрации в декабре 2010 года в Минске.

3. Социокультурная интерпретация. Данная карикатура появилась вскоре после событий связанных с президентскими выборами в Беларуси, когда многотысячная демонстрация белорусских оппозиционеров была жестоко подавлена силами ОМОНа, сотни людей, журналистов и кандидатов в президенты были избиты и задержаны. Изображенные персонажи обладают относительно одинаковой информацияоной значимостью, однако, отношения между ними напряженные. На наш взгляд, образ Путина наделяется большей властью, поскольку он позволяет себе упрекать Лукашенко, приводя веские аргументы, на которые президенту соседней страны нечего ответить. Нефть и газ всегда являлись средствами экономической манипуляции РФ по отношению к Беларуси: Беларусь получает эти ресурсы по льготным ценам, поэтому ссориться с богатым соседом ей невыгодно.

Комический эффект заключается в следующем: в то время, как мировое сообщество критикует жестокое подавление народной демонстрации в Беларуси, Путин называет это «прекрасной идеей». Таким образом, «дубинка» как символ силовых мер для подавления народных восстаний одобряется президентами РФ и Беларуси. Следовательно, предметом критического осмеяния являются недемократичные политические режимы обеих стран.

5.2 Кейс 1. Путин и Медведев: тандем или кукольный театр

На рубеже XX-XXI веков главными фигурами на российской политической сцене стали харизматические лидеры: М.С.Горбачев, Б.Н. Ельцин, В.В. Путин. В 2006 году по сообщениям в СМИ стало ясно, что Путин готовит на роль своего неофициального преемника Дмитрия Медведева. В декабре 2007 года Партии «Единая Россия», «Справедливая Россия», Аграрная партия и «Гражданская сила» предложили Д.Медведева в качестве единого кандидата на пост президента РФ. В 2008 году Д.А.Медведев был избран президентом РФ, а В.Путин, в свою очередь, вступил на должность премьер-министра страны.

Период с 2008 по 2012 годы можно назвать периодом двоевластия, когда характер политического взаимодействия между президентом Медведевым и премьером Путиным получил название «тандем». Однако представители оппозиции называют Д. Медведева всего лишь марионеткой в руках В.Путина. Эти политические реалии нашли отражение в политических карикатурах, которые появились в начале президентского срока Д.Медведева.

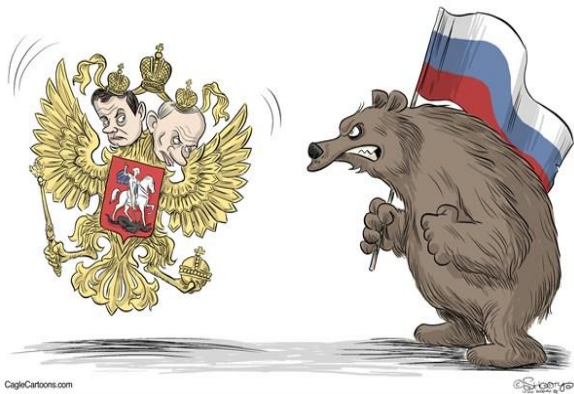
5.2.1 Тандем в России больше, чем тандем ¹

Кандидат политических наук Тихонова В.В. пишет о популизме политического тандема: «Взаимодополняемые и взаимозаменяемые функциональные роли в тандеме позволяют обоим субъектам гибко использовать возможности популизма в работе с различными аудиториями». (Тихонова 2011, www.)

На наш взгляд, тандем Путин-Медведев был популяризирован посредством визуальных и PR технологий. Еще до выборов 2008 года в официальных российских СМИ начал конструироваться медиа-образ, где оба политика выступали как единое целое: Д.Медведев стал все чаще фигурировать рядом с В.Путиным; можно было заметить сходство в риторике, интонации, стиле одежды и даже походке президента и премьера.

Анализ найденного материала показал, что в политической карикатуре тандем Путин-Медведев изображается по принципу визуального сходства и отождествления изображаемых персонажей. Например, на карикатуре А7 и А3 (см. приложение) В.Путин и Д.Медведев изображены в абсолютно идентичных костюмах и позах. Довольно часто в карикатурах встречается квазиаллюзия на ценностно-значимый артефакт – двуглавый орел с головами В.Путина и Д.Медведева А5.

¹ Заголовок статьи в журнале "Коммерсантъ Власть", 28.03.2011



A5_Martin_Sutovec_Slovakia politicalcartoons.com_2011



A7_ politicalcartoons.com

Политический тандем Путин-Медведев обусловлен наличием совместных стратегических целей, преемственности в реализации политического курса (Лейченко 2010, www). Концепция преемственности власти отразилась в на карикатуре А6, где Путин и Медведев ходят по кругу и меняются креслами.

Единство и согласие Путина и Медведева артикулируются также и в вербальном ряде многих карикатур. Например, на карикатуре А1 смена власти в Кремле представлена следующим диалогом: «It's a great day for Russia. Wouldn't you agree Mr. President?» – спрашивает Путин. «Anything you say, Mr. Prime Minister», – отвечает Медведев. Слово «тандем» часто присутствует на карикатурах Сергея Елкина А2, А4.

Рассмотрим одну из карикатур данного кейса подробно. Описание. На карикатуре А10 изображены В.Путин и Д. Медведев в виде гигантских антропоморфных комаров, которые с помощью длинных хоботков пьют кровь друг друга.



A10_A.Merinov MK.ru

Лица изображенных персонажей иконичны, т.е. визуально напоминают В.Путина и Д. Медведева. Отношения изображенных персонажей абсолютно равные. Тела комаров визуальны похожи друг на друга и примерно одинакового размера, что говорит о том, что они в равной степени наделены властью. Длинные комариные хоботки – это векторы, направленные от одного персонажа к другому,

показывая таким образом их непосредственную связь. Путин в данном случае феномен, а Медведев реактор, поскольку глаза первого закрыты, а взгляд второго направлен на его «кровного брата».

Композиционно оба персонажа изображены по центру и на первом плане, что придает им центральное значение. Внизу под ними темное болото, а на заднем плане заросли травы и камыша, очертания которых напоминают Кремль.

Реконструкция. Лингвистическая составляющая карикатуры – это прецедентная цитата из книги «Маугли» Р.Киплинга. Фраза «Теперь мы одной крови» заключена в диалоговое окно с двумя клинышками, т.е. персонажи говорят в один голос; местоимение «мы», и словосочетание «одной крови» говорят о единстве их политических идей и стратегий. Визуальный ряд содержит аллюзию на сакральный языческий ритуал братания кровью, который связывает его участников крепкими духовными узами.

Социокультурная интерпертация. Идеологическая близость медиа- образов двух политиков репрезентирована как с помощью средств композиции, так и посредством риторики. Коммический эффект основывается на идентичном изображении обоих политиков в виде кровососущих насекомых, т.е. приход одного кровопийцы на смену другому не принесет большого облегчения для народа.

В 2012 году В.Путин и Д.Медведев снова поменялись местами, а руководитель администрации президента РФ Сергей Нарышкин назвал тандем эффективной и устойчивой политической конструкцией («Единая Россия» официальный сайт 2012, www). В последнее время появились карикатуры, намекающие на раскол тандема. Однако есть основания полагать, что тандем В. Путин-Д.Медведев сохранит свою актуальность и в будущем.

5.2.2 Медведев – марионетка, Путин – кукловод

Наряду с образом политического тандема в карикатурах часто используется абсолютно потивоположный подход к репрезентации союза Путина и Медведева – образ марионетки и кукловода. Эти образы довольно прозрачны и не требуют глубокой интерпретации: марионетка – симуляция демократического лидера, кукловод – тот, в чьих руках сосредоточены реальные ниточки власти.



A14_Peter_Lewis_Australia_Politicalcartoon
s.com_3_2008



На всех карикатурах данной категории отношения между изображенными персонажами подчиняются строгой иерархии: кукловод находится в доминирующей позиции по отношению к марионетке. Как правило, В.Путин изображается в роли кукловода, а Д. Медведев – марионетки. Например, на карикатуре A14 используется аллюзия на прецедентный текст и образы Пинокио и папы Карло. Зарубежные карикатуристы часто изображают сцену международных переговоров, на которой присутствуют иностранный политик и В.Путин, в руках которого пальчиковая кукла, похожая на Д.Медведева (A20, A16).

Принцип иерархии образов власти сохраняется также и в карикатурах, где присутствуют и другие вариации на ту же тему: Путин – дрессировщик, а Медведев – цирковая собачонка A17, Путин – кормчий и капитан лодки, а Медведев стоит у сломанного руля A12, Путин – управляющий роботом Медведевым A15.

Визуальный образ марионетки присутствует и на вербальном уровне. В этом плане примечательна многокадровая карикатура A1, где образ марионетки «marionette» укрепляется с помощью четырех синонимов: «Putin's stand-in» «stooge», «lackey», «puppet». Карикатура A16 пополняет вербальный ряд еще одним синонимом «dummy».

Выводы: в начале президентского срока Д.Медведева, между президентом и премьером РФ сложились специфические отношения, которые нашли свое отражение в политических карикатурах. Самыми типичными репрезентациями российской политической власти стали два противоположных образа: политический тандем и марионетка/кукловод. Для медиа-образа политического тандема В.Путин-Д.Медведев характерны следующие черты:

визуальное сходство изображенных политиков, отсутствие маркеров иерархии власти, принцип преемственности власти, единство целей и идеологических позиций. Напротив, визуальные репрезентации В.Путина в роли кукловода, а Д. Медведева – марионетки, подчиняются строгой иерархии: кукловод находится в доминирующей позиции по отношению к марионетке, управляет ею.

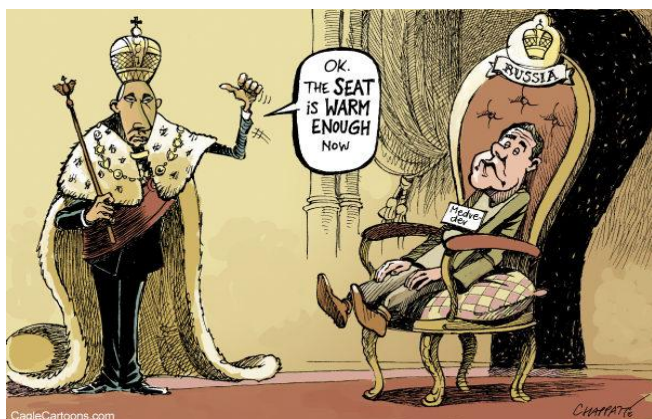
5.3 Кейс 2. Власть=Царская власть, Президент =Государь-император

Иван Грозный, Петр I, Сталин, Горбачев – в истории России не мало примеров великих правителей. В умах русского народа сложилась уверенность, что Россия-матушка – огромная страна, у которой должен быть сильный правитель, монарх. Как показал анализ российских и зарубежных карикатур, современная политическая власть в Российской Федерации до сих пор ассоциируется с царской властью, а президент часто изображается в роли государя-императора. С одной стороны, это государь-батюшка, который взошел на трон милостью Божией и призван быть заступником народа русского, а с другой стороны, – тиран и самодур.

Визуальный образ монарха архетипичен. Он создается с помощью традиционных атрибутов царской власти: корона, красная мантия, отделанная мехом, скипетр и держава и иногда православный крест. Царь, как правило, восседает на высоком троне, а действие, разворачивается во дворце или крепости, которые часто напоминают красные стены Кремля. Образ монарха собирателен или иконичен, то есть имеющий визуальное сходство с реальной политической фигурой.

Изображение президента в роли царя или грозного монарха характерно для карикатур российских авторов, поскольку этот образ глубоко укоренился в сознании нации. В статье «Народные образы власти» Захаров отмечает, что «образы власти были проникнуты в значительной мере теми же фольклорными мотивами, которые были известны почти каждому россиянину из популярных житий святых и из традиционных сюжетов народных сказок» (Захаров 1998, www) Подчеркнем, что образ царя или короля в карикатуре, как правило, ассоциируется с отрицательным героем сказки, часто одержимым манией власти.

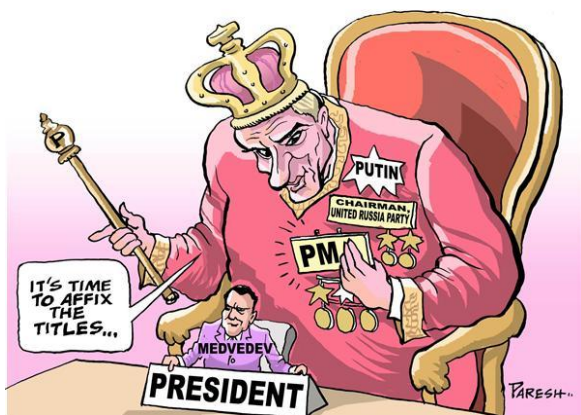
Как в российских, так и в зарубежных карикатурах прослеживается общая тенденция – в большинстве случаев в роли монарха изображен В. Путин, несмотря на то, что официально его президентский срок закончился.



B4_Patrick_Chappatte_The_International_Herald_Tribune_ politicalcartoons.com 28_9_2011

власти – короной, скипетром, собольей мантией и жестом приказывает Медведеву освободить трон. Взгляд царя (reactor) направлен на его преемника (fenomenon), который сидит сложа руки и молчит. Это нарративная структура, показателем которой является вектор, сформированный большим пальцем царя, направленным назад. Социо-культурная интерпретация этого изображения говорит о том, что преемник, только лишь временно нагревал местечко для настоящего правителя и вскоре должен уйти. Текст в диалоговом пузыре подтверждает эту мысль на вербальном уровне: «Ок. The seat is warm enough now».

С точки зрения композиции, в большинстве карикатур данной категории изображенный персонаж В. Путина обладает большей существенностью и информационной значимостью, нежели персонаж Д. Медведева.



B3_Paresh_Nath_The_National_Herald_1_5_2008_ politicalcartoons.com

На карикатуре В4 два изображенных персонажа Путин и Медведев. Они ничем не связаны друг с другом, о чем говорит пустота композиционного пространства между ними, а также очевидный фрейминг в виде колон, словно разделяющих картину на две половины. Образ Путина на данной карикатуре обладает ярко выраженной «существенностью» (saliency): он обладает всеми визуальными атрибутами царской

На карикатуре В3 эта особенность визуально показано с помощью принципов композиции, размера, цветовой гаммы, символов и др. Помимо отдаленного визуального сходства изображенные персонажи сопровождаются надписями в виде фамилий Путина и Медведева. Изображение Путина занимает подавляющее большинство пространства рисунка, он смотрит на крохотного Медведева

свысока (high-angle). Насыщенный красный цвет одежды, атрибуты царской власти, плюс ордена и медали, подчеркивают существенность этого персонажа и сразу привлекают внимание зрителя.

В тех случаях, когда Д. Медведев изображается в образе царя, то, как правило, визуальный или вербальный ряд карикатуры подчеркивают его невысокую существенность (saliency). Например, в галерее А.Меринова встречаются карикатуры, где во рту у царя соска, корона ему слишком велика, в троне проделано круглое отверстие для ночного горшка и др. Все эти детали в комической манере указывают инфериальную позицию персонажа Д.Медведева.



A10_Anatolij_Dmitriev_caricatura.ru_22_01_2011

Например, на карикатуре В10 Медведев, действительно, изображен в образе царя со всеми присущими ему атрибутами. Но все же на лице Медведева (reactor) читается неуверенность, а взгляд с опаской направлен на (fenomenon) Председателя Высшего совета партии «Единая Россия» Бориса Грызлова. Последний доносит царю глас народа: «Народ на площади собрался! Говорят, царь не настоящий!». Это прецедентная фраза и прямая цитата из кинофильма «Иван Васильевич меняет профессию». Помещенная в

новый контекст, эта фраза посредством аллюзии создает комический имидж Медведева как царя-самозванца.



B2_A.Merinov_MK.ru

Для создания полного образа царской власти в политических карикатурах часто изображаются и другие, ставшие уже традиционными в народном фольклоре персонажи: придворный шут, царский военный генерал, судья и собирательный образ народа (B2). Особого внимания заслуживает часто изображающийся на карикатурах

балаганный шут, скоморох, клоун. Он выполняет в карикатуре двойную функцию: с одной стороны, несмотря на шутовской колпак, он предстает единственным здравомыслящим персонажем в королевстве безумцев. С другой стороны, шут может играть роль «серого

кардинала», в чьих руках сконцентрирована реальная власть. Однако зачастую – это простой обыватель, представитель народа, который как и все, не доволен царским режимом.

Все вышеупомянутые образы лейтмотивом проходят в работах художника-карикатуриста Алексея Меринова в газете «Московский комсомолец». Рассмотрим, карикатуру Вб



Вб_ А. Merinov MK.ru

подробней. Дескрипция: на карикатуре изображен В.Путин в обличье царского генерала, который сидит на троне и качает на ноге Д. Медведева в образе царя. В отдалении за этим наблюдает свита. Лица изображенных персонажей иконичны. Путин репрезентирован в обличье царского генерала или регента, о чем свидетельствует головной убор, погоны сапоги со шпорами. Отношения между

изображенными персонажами не равны. Сразу же в глаза бросается два фактора, наделяющих персонаж Путина большей силой и властью: во-первых, его размер, а во вторых, тот факт, что именно он восседает на троне, а не маленький по сравнению с ним Медведев. Несмотря на мантию и корону, традиционные атрибуты царской власти, изображенный персонаж Медведева напоминает дитя, «царька в пеленках», на на лице у которого беззаботная улыбка. Оба изображенных персонажа связаны вектром, в виде ноги генерала, а их взгляды направлены друг на друга, что делает их, на наш взгляд, единым феноменом. Кто же тогда реагирующий? На втором плане за этой картиной с умилением наблюдает серая свита в шутовских колпаках. Именно таким предстает ближайшее окружение царя: чиновники и депутаты.

Реконструкция: прецедентная фраза «По кочкам, по кочкам... в ямку бух!» – часть русской забавы качать ребенка на ноге – намекает на то, что падение власти нового царя не за горами. Если заглянуть еще глубже в историю Российской Империи, то в изображенной ситуации можно угадать реминисценцию на прецедентное имя царевича Дмитрия, который в результате дворцовых интриг был убит в юном возрасте.

Социокультурная интерпретация: комический эффект в карикатуре создается с помощью аллюзии на политическую ситуацию в РФ в 2008 году: Медведева изображен в образе царька, который еще не дорос до трона, т.е. не обладает реальной властью, а В. Путина – в роли генерала или регента, который может играть царем, как ему заблагорассудится.

Выводы: анализ зарубежных и российских политических карикатур данного периода показал, что политическая власть в РФ репрезентируется посредством архетипичного образа монарха, царя. Визуальный образ монарха создается с помощью традиционных атрибутов царской власти: корона, красная мантия, скипетр и держава, трон, дворец, свита и др. В подавляющем большинстве карикатур в роли царя выступает В.Путин. Д. Медведев изображается в образе царя довольно редко, причем визуальный или вербальный ряд карикатуры подчеркивают его невысокую существенность и инфериальную позицию.

5.4 Кейс 3. Владимир Путин – русский мачо

«Путин искусным образом лавирует между идеалами старой царистской и социалистической России, а также образами новой глобальной эстетики, где политик выступает как медийная звезда».

Jeanette Kohl, Süddeutsche Zeitung 06.08.2011

В данной главе, мы рассмотрели целый ряд карикатур, где политическая власть в РФ персонифицируется в образе субъекта, обладающего верховной властью. Центральной фигурой, этого кейса стал вовсе не действующий на тот момент президент Д.Медведев, а премьер-министр В.Путин. В России имидж Путина как сильного, волевого мужчины создавался целенаправленно при помощи визуальной риторики и публикаций в СМИ. Иностранные СМИ иронично прозвали российского президента русским мачо.

Слово «мачо» появилось в лексиконе россиян сравнительно недавно. Большой толковый словарь русского языка дает следующую трактовку: мачо [исп. *tacho* «самец»] сильный, мужественный мужчина/грубый, неотёсанный человек (БТС, 1998). В зависимости от интонации и контекста слово «мачо» может иметь как нейтральное значение «мужчина», так и положительно-эмоциональное крутой парень, настоящий мужчина, а также негативное «кобель», «мужлан», женоненавистник" и др.

В начале 2008 года на официальном сайте премьер министра РФ В.Путина в рубрике «Без галстука» появилось множество фотографий, сделанных во время визита премьера в заповедник на Дальнем Востоке России. На снимках он предстает в героическом образе мускулистого наездника, спортсмена, охотника, рыбака, мастера на все руки.



фото 1: источник: news.ru

На фотоснимках Путин скачет верхом на лошади с обнаженным торсом, стреляет из ружья с транквилизатором в амурского тигра, осматривает тело хищника, преодолевает сибирскую реку вплавь, рыбачит, проявляет себя как настоящий мужчина. Подчеркнем, что идеализированные изображения правителя часто встречаются и в классических произведениях искусства. Например, в

эпоху итальянского ренессанса правителей часто изображали верхом на коне, с оружием в руках, причем анатомические символы мужского достоинства играли не последнюю роль.

Более того, в средствах массовой информации то и дело появляются новости о геркулесовских подвигах российского премьер-министра: он спускается на военной подводной лодке на дно Байкала, садится за штурвал пожарного самолета, а также пробует себя в качестве гонщика «Формулы 1».

Не секрет, что все крупные политики имеют целую команду PR-специалистов и имиджмейкеров, которые охотно используют приемы визуального дизайна для создания определенного имиджа высокопоставленной персоны в глазах общественности. Возьмем на себя смелость предположить, что PR-команда В.Путина специально разработала имидж мачо, с русским характером, чтобы вселить в народ уверенность, что 56-летний на тот момент Путин – это человек дела, настоящий мужчина «в самом расцвете сил».

Этот имидж собирателен и объединяет в себе стереотипные маскулинные черты. В российских СМИ. Путин репрезентирован в роли сильного правителя и защитника нации, супер-агента и супер-героя, мужа и семьянина, и даже секс-символа. Данные визуальные репрезентации, на наш взгляд, выполняют три основных задачи:

1. укрепить репутацию В. Путина как физически и духовно сильного лидера (России нужен именно такой сильный и грозный правитель, который наведет порядок в стране)
2. повысить рейтинг Путина на предстоящих выборах 2012
3. заставить Запад уважать и бояться российскую власть или «знай наших».

Действительно, Запад быстро отреагировал на PR- стратегию российского премьер-министра: фотографии В.Путина с обнаженным торсом быстро разлетелись по интернету и были опубликованы в авторитетных зарубежных изданиях. В то же время эти снимки послужили толчком для сотен карикатур, шаржей и демотиваторов как в России, так и за рубежом. Имидж русского мачо, в политической карикатуре, на наш взгляд, негативен и ироничен. Рассмотрим основные черты медиа-образа русского мачо на нескольких примерах.



C1_Tom_Janssen_The_Netherlands 7.12.2011 Politicalcartoon.com C2_Iain_Green_Scotland_7_5_2008_ Politicalcartoons.com C3_Cardow_The_Ottawa_Citizen Politicalcartoons.com

Анализ карикатур показал, что составляющей частью образа мачо является **красивое тело**. Изображение мужской груди с развитой мускулатурой, которая зачастую визуальнo гипертрофизирована, присутствует на подавляющем большинстве карикатур данной категории. Карикатуры C1, C2, C3, C5 довольно однотипны. Основную нагрузку здесь несут визуальные составляющие, тогда как вербальные элементы скудны или отсутствуют. Изображенный персонаж Путина с обнаженным торсом имеет центральное значение, **существенность** (salience). Информационная существенность фигуры Путина усиливается с помощью средств композиции: фигура изображается на первом плане в центре карикатуры на фоне почти пустого пространства (C3, C4, C2), т.е. предстает ее в качестве отдельного блока информации.

Комичность и ироничность образа мачо показаны на карикатуре C1: Путин-силач – только в кривом зеркале, тогда как в реальности он хилый человек с пивным животом. На рисунке C3 на груди у изображенного персонажа – татуировка в виде серпа и молота, аллюзия на ценностно-значимый артефакт, отсылающий к патриархальности и авторитарности советского режима.

На рис. C2 зритель смотрит на изображаемых персонажей снизу вверх **«low angle»**. Два изображенных персонажа связаны между собой линией вектора (удочка). На фоне великана-Путина Медведев кажется мальчишкой, который только учится держать в руках

удочку. Доминантное положение Путина усиливается также покровительственной фразой «That's my boy!». Прецедентным феноменом для этого ряда карикатур послужили упомянутые выше фотографии премьер-министра.



C9 [the economist](#) 2011

аллюзию на старинный рисунок Л. Да Винчи, где изображается так называемый Витрувианский человек с идеальными пропорции тела. В.Путин облачен в униформу для дзюдо – белые штаны и черный пояс. Обнаженный торс и отличное телосложение снова отсылает зрителя к прецедентным фотографиям премьера. Задний план состоит из трех слоев: древняя рукопись Л. Да Винчи, советский флаг с серпом и молотом и современный флаг РФ. Фигура Путина словно воплощает в себе ценности эпохи возрождения, советского периода и современного этапа в истории России.

Таким образом, художник использовал приемы иронии и аналогии, что бы показать неограниченную власть премьера. Спортивную тему продолжает и рисунок С7. Это многокадровая карикатура, где Путин изображается в роли атлета-победителя.



C12_Paresh_Nath_The_Khaleej Times,
UAE [politicalcartoons.com](#)

Другим качеством и составляющей частью медиа-образа русского мачо являются **спортивные достижения**. О спортивных достижениях В. Путина уже давно широко известно: он обладатель чёрного пояса и шестого дана в дзюдо. В России был даже выпущен мастер-класс на DVD под названием «Давайте учиться дзюдо с Владимиром Путиным». Рисунок С9, опубликованный в газете «The economist» представляет собой прямую

гиперболизированной мускулатурой, в которого вонзилось ироничное перо западной прессы.

В процессе анализа найденного материала мы выделили еще две черты, присущие образу мачо, – **героизм и лидерство**. В западных карикатурах Путин иногда изображается в роли Джеймса Бонда, намекая на его прошлый опыт работы в КГБ. На карикатуре

С 12 В.Путин изображается в облике супер-мена, помогающего тушить пожар Рязанской области во время засухи, однако, его усилия не приносят результатов. На любительской карикатуре С10, найденной в интернете, Путин изображается в роли горе-байкера. Данная карикатура отсылает нас к прецедентному байкерскому фестивалю в Севастополе в июле 2010 года, где Путин, облачившись в черный кожаный костюм, прокатился на мотоцикле Harley-Davidson. Карикатура С14 Сергея Елкина отсылает к еще одному нашумевшему «подвигу» Путина, напоминающего о лидерских качествах русского мачо: полет на дельтаплане, с целью научить журавлей стерхов следовать за лидером в косяке. Таким образом, в карикатурах показан героизм русского мачо, который либо никому не нужен, либо приносит больше вреда, чем пользы.



C11_Pat_Bagley_Salt_Lake_Tribune_8_27_2008 politicalcartoons.com

Образ мачо неразрывно связан с амплуа **героя-любовника**, мужественного и сексуального мужчины, покорителя женских сердец. На карикатуре С11, выполненной в нежно-розовых тонах, страдающий от ревности Дж. Буш младший рвет фотографию предмета своего обожания. Обнаженный торс, томный взгляд и мужественная поза создают соблазнительный и сексуальный портрет Путина. Намек на тайные любовные отношения содержится также в

вербальных элементах каркатуры: фраза Буша «Pooty, I thought we had something special!!!», употребление уменьшительно-ласкательной формы «Pooty», а также плюшевый медведь с запиской «Russia with love».

На двухкадровой карикатуре С6 изображенный персонаж Путина фотографирует себя с обнаженным торсом в позе силача со словами «Justin Bieber, eat your heart out!». Здесь он сравнивается с кумиром девочек-подростков популярным 18-летним поп-певцом Джастином Бибером. Карикатура критикует самовлюбленность и тщеславие изображенного персонажа. Заметим, что в России популяризации романтического имиджа мачо среди женской половины населения осуществлялась посредством шоу-бизнеса. Например, в нашумевшей песне [«Такого, как Путин»](#) исполнительницы группы «Поющие вместе» на всю страну заявили, что хотят мужчину «такого, как Путин, полного сил, такого как Путин, чтобы не пил».

Рассмотрим одну из типичных карикатур этой категории С13 в деталях. Дескрипция: это однокадровая монохромная карикатура, выполненная в виде географической карты. На рисунке несколько изображенных персонажей: В.Путин, скачущий верхом на медведе вдоль кавказской границы.



C13_KAL_the_economist_13_08_2009

В правом нижнем углу крохотные жители Кавказа возмущаются и недовольно машут кулаками. В центре карикатуры – колосс с обнаженным торсом и гиперболизированной мускулатурой, несущий на себе колоссальную смысловую и информационную нагрузку, **существенность** (salience).

Заметим, что изображение фигуры человека с мускулистым телом само по себе является мощным фактором привлечения внимания.

О транзитивности данной карикатуры свидетельствуют линии вектора: поводок соединяет изображения Путина и медведя; фрейминг, образованный клубами пыли, четко обрамляет наездника и медведя, делая их единым феноменом, но в то же время, отделяя от географической России. Это говорит о том, что политика Путина в отношении Кавказского региона не находит поддержки у большинства граждан РФ. Географическая кавказская граница четко очерчена линией вектора, немного дистанцируя фигурки людей от происходящего.

Информационная существенность фигуры Путина усиливается с помощью средств композиции: фигура в самом центре и занимает подавляющее пространство рисунка (голова наездника даже выходит за рамки кадра), что говорит о ее доминирующем значении. Крохотные фигурки кавказцев, похожие на лилипутов, имеют лишь второстепенное значение.

Реконструкция: прецедентным феноменом для создания карикатуры, очевидно, послужили фотографии, сделанные во время визита Путина в заповедник на Дальнем Востоке, где премьер-министр демонстрирует свои навыки верховой езды, плавания, стрельбы и др. Художник использовал принцип аналогии: Путин верхом на лошади – Путин верхом на медведе. Данная аналогия усиливается также на вербальном уровне при помощи игры слов

«horse-back riding» и «bear-back riding»: «This time of the year, there is nothing I enjoy more than a round of bear-back riding».

Социокультурная интерпретация: образ всадника с обнаженным торсом при помощи квазиаллюзии изображение отсылает нас к уже упомянутой поездке Путина на Дальний Восток. Такие визуальные элементы, как воинственная поза наездника, автомат Калашникова у него за плечом, острые когти и зубы медведя отсылают к вооруженному конфликту 2008 года между РФ и Грузией, говорят о военной угрозе, брутальности и беспощадности фигуры Путина. Энергетически насыщенный образ всадника с обнаженным торсом на уровне реминисценции напоминает типаж воина-одиночки из кинофильмов «Рэмбо» и «Командос».

Выводы: в данном разделе мы рассмотрели репрезентации российской политической власти в лице В. Путина, которые образуют собирательный медиа-образ русского мачо. Имидж русского мачо в политической карикатуре, на наш взгляд, негативен и ироничен и, как правило, имеет отсылку к прецедентному феномену. Карикатуристы высмеивают стереотипные маскулинные черты, присущие медиа-образу мачо: физическая сила – это брутальность, беспощадность, склонность к насилию красивое тело – это всего лишь иллюзия, любовь к спорту – на показ, героизм – приносит больше вреда, чем пользы, сексуальность – это тщеславие, патриархальность. Стереотипный образ мачо конструируется в основном посредством визуальных элементов (гипербализированная мускулатура, образ героя), тогда как вербальные составляющие создают комический эффект посредством обманутого ожидания.

5.5 Кейс 4. Медведь как символ политической власти в РФ: хищник, «медвед» или Винни Пух?

Сегодня можно говорить о том, что Медведь – традиционный символ России. Когда изображение медведя появилось на символике правящей партии «Единая Россия», то образ медведя приобрел вполне идеологическое значение. А в 2008 году, когда главой государства стал президент с «медвежьей» фамилией, Д. Медведев, то образ медведя приобрел новые, на наш взгляд, любопытные интерпретации.

Старый как мир стереотип западного обывателя о том, что в России медведи по улицам гуляют разошелся по Европе, благодаря случаю, упомянутому австрийским дипломатом Сигизмундом фон Герберштейном в рукописи «Записки о Московии» еще в 16 веке. Медведь как символ России присутствует в западной политической карикатуре уже в 18 столетии. На Руси медведя издавна уважали. Бурый медведь – один из крупнейших наземных млекопитающих, обитающих на территории РФ. В русских народных сказках его называли Михайло Потапычем, Топтыгиным, хозяином леса, косолапым и др.

А вот на политической сцене РФ медведь стал важной фигурой накануне выборов 1999 года, когда он появился на логотипе Межрегионального движения «Единство», а позже и на символике партии «Единая Россия». Популяризация этого символа в обществе основывалась на вполне логических ассоциациях. Во-первых, медведь олицетворяет огромные размеры страны, ее силу и мощь. Во-вторых, можно также провести параллель между медведем и «русскостью»: медведь – существо добродушное и справедливое, порою ленивое (увалень), однако шутить с ним опасно. Если медведя разозлить или разбудить зимой, то его буйству и ярости не будет предела.

В политической карикатуре международные отношения традиционно изображаются как дружба или вражда между различными зооморфными персонажами, олицетворяющих ту или иную страну, нацию. Причем образы эти весьма стереотипны. Например, на рисунке D12 Россию олицетворяет не совсем трезвый медведь в шапке ушанке, украшенной серпом и молотом. Если в сознании русского народа медведь – положительный персонаж, то на Западе медведю издавна приписывались такие стереотипные качества, как российское варварство и агрессия. Рассмотрим различные визуальные репрезентации медведя как символа российской политической власти на примерах зарубежных и российских карикатур.

5.5.1 «Do not feed the Russian Bear»

В зарубежных карикатурах медведь зачастую изображается диким и непредсказуемым хищником, представляющим серьезную угрозу для членов международного сообщества. Главными чертами характера русского медведя является сила, агрессивность, непредсказуемость, прожорливость. Стремление Запада обуздать, контролировать Россию нашло отражение в изображениях медведя, запертого в клетку или посаженного на цепь, как на карикатуре D6. Однако вырвавшийся на свободу хищник повергает страны НАТО в панику.



D6_KAL *The Economist* dec_2008

В подавляющем большинстве собранных нами зарубежных карикатур медведь воплощает прямую или потенциальную угрозу и склонность к насилию. Об этом свидетельствуют ярко выраженные визуальные маркеры опасного хищника: обнаженные, иногда окровавленные клыки, острые когти, шерсть дыбом, поза

атаки и др. На карикатурах D5 и D14 изо рта медведя виднеются кости, съеденных им жертв. На рисунке D7 исполинский по размерам медведь держит в пасти географические очертания Грузии.

Только один человек может укротить опасного хищника – В.Путин, который часто изображается рядом с медведем в роли его хозяина или дрессировщика. Оба персонажа связаны посредством линий вектора, фрейминга, вербальных и других элементов. Например, на карикатуре D8 Путин скачет на медведе, как на диком жеребце, держа в руках уздечку (вектор); на рисунке D9 Путин держит медведя, как собаку, на поводке (вектор); на карикатуре D 14 Путин поглаживает медведя рукой (вектор), приговаривая «My bear has delicate stomach» (притяжательное местоимение «мой»).

С точки зрения композиции медведь, как правило, обладает большей существенностью, занимает подавляющее пространство карикатуры и значительно превосходят по размерам других изображенных персонажей (D5). Дистанция между персонажами и фрейминг намекают на дипломатическую пропасть между Россией и Западом. На многих карикатурах медведь – это единственный зверь среди людей, персонажей, олицетворяющих цивилизованные европейские страны.

Отождествление образа медведя с Россией и авторитарным режимом проявляется и на вербальном уровне, например, на клетке с медведем написано «Do not feed the Russian Bear» (D6), на теле медведя написано «Monopolistic presidential power» (D9) и «Russia» (D7).

5.5.2 Винни-Пух

В отличие от зарубежных карикатур, где медведь репрезентируется как опасный хищник, российские карикатуристы часто изображают медведя глуповатым, толстым, жадным увальнем, который разворовывает улья и обижают слабых. Например, на карикатуре D3 веселый медведь пляшет под балалайку, на которой играет В. Путин; на рисунке А.Меринова D13 медведь – это прожорливый похотливый самец.



D10_S.Elkin polit.ru october 2008

Широкое распространение получил образ Винни-Пуха из сказки А. Милна (D10, D11). Прожорливый, неуклюжий, глупый медвежонок, у которого в голове одни опилки, в большинстве случаев имеет визуальное сходство с Д.Медведевым. В карикатурах Сергея Елкина (www.polit.ru) В.Путин, изображенный в образе Пятачка, и Д.Медведев, изображенный в образе Винни-Пуха, стали уже постоянными персонажами. Комический

эффект создается посредством квазиаллюзии на прецедентные образы из советского мультфильма, а также квазичитаций прецедентного текста, высказываний персонажей мультфильма, которые получают новые комические интерпретации в политическом контексте данного периода. Например, песенка Пятачка (D10) «Куда идем мы с медведем? Большой, большой секрет...»; Пятачок, прицеливается из ружья в летящего на воздушном шарике Винни-Пуха и восклицает: «Ты не волнуйся, что взлетишь слишком высоко. У меня все под контролем!».

5.5.3 Медведь на символике «Единой России»

Оппозиция в России отождествляет медведя с самоуправством, деспотизмом и коррумпированностью правящего режима. Символика «Единой России» используется карикатуристами с осторожностью. К карикатуре D1 художник оставил такое примечание:

Давно покоя не даёт вопрос:

Куда же мы, в конце концов, приедем,

Таща крысиного отребья воз

И чучело протухшее медведя? (Мартын Балалаев)



D1_Vladimir_Popov caricatura.ru 16_10_2009



D2_A.Merinov MK.ru

Комический эффект здесь вызывает квазиаллюзия на ценностно-значимый артефакт – символика «Единой России» – основанная на эффекте обманутого ожидания. Медведь репрезентирован не в виде грозного хищника, а в виде «протухшего чучела», в котором управляют крысы, низшие животные олицетворяющие образ врага или вредителя.

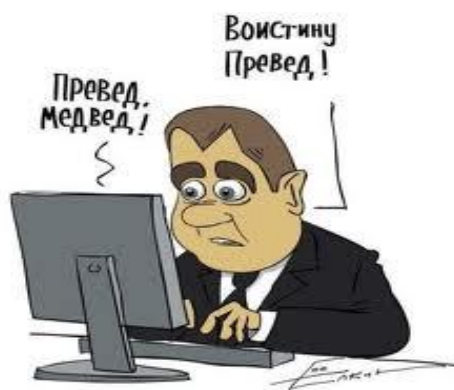
Карикатура D2 представляет собой почти полную копию официальной символики с добавлением лишь одной визуальной детали – капли слюны изо рта медведя, говорящей о его прожорливости и вороватости. Комический эффект создается посредством вербальных элементов: лозунг «все улья будут наши» на фоне российского флага – это квазицитация прецедентного текста. Речь идет об общероссийском патриотическом молодежном движении «Наши», созданном администрацией президента РФ в 2005 году.

5.5.4 «Превед Медвед!»

«Медвед» – это изображение медведя с задранными вверх лапами, восклицающего «Превед!», которое стало настоящим феноменом современной российской интернет-культуры. Образ «медведа» широко распространился в блогосфере, на форумах и социальных сетях рунета и даже вышел за пределы виртуального пространства, в «офлайновую среду». Все началось в феврале 2006 года, когда в русскоязычной редакции коллективного блога Dirty.ru был опубликован шуточный акварельный рисунок (D16) «Bear Surprise» Джона Лури (John Lurie). Сюжет картины таков: застав туристов за занятием сексом на природе, медведь задирает передние лапы вверх и произносит: «Surprise!» (в русской версии: «Превед!»). Картина и фраза получили широкий резонанс в как в рунете, так и в официальных СМИ.



4_Sergej_Korsun_caricatura.ru_12_12_2007



D10_Sergej_Elkin_polit.ru_2008

Изначально фраза «Превед, медвед!» служила шуточным приветствием в среде блогеров, а в интернет коммуникациях появился даже новый смайлик виде буквы Y – графический знак, визуально напоминающий «медведа». Однако с избранием на должность президента РФ Д.Медведева образ «медведа» получил новые комические интерпретации, став шуточным прозвищем президента, что отразилось в большом количестве карикатур (D4, D15), демотиваторов и креолизованных коллажей. Слово «медвед» имеет следующие коннотации: нечто внезапное, нечто абсурдное, Д. А. Медведев.

Слово «медвед» иногда относят к так называемому «олбанскому йезыку» или языку «падонкафф». С точки зрения русского языка слово «медвед» называют эрративом, для которого характерно намеренно орфографически искаженное написание при сохранении фонетической подобности. Данное явление описано филологом Гасаном Гусейновым в статье «Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику» (Гасан Гусейнов 2005, www).

Таким образом, можно утверждать, что «медвед» как знак – оригинальное изображение медведя с задранными вверх лапами – ассоциируется с фигурой Д.Медведева и является абсолютно новым образом медведя в истории русской политической карикатуры.

Выводы: в данном разделе был проведен мультимодальный анализ образа медведя как символа российской политической власти в период 2008-2012 годов. Анализ показал существенные различия между репрезентациями медведя в зарубежных и российских карикатурах. В зарубежных карикатурах медведь традиционно изображается как опасный хищник, склонный к насилию, агрессии, силовым решениям, который воплощает прямую или потенциальную угрозу для членов международного сообщества. Об отождествлении медиа-образа медведя с политической властью в России свидетельствует тенденция изображения В. Путина в роли хозяина, владельца, дрессировщика «русского медведя».

В отличие от зарубежных карикатур, в работах российских карикатуристов медведь часто изображается глуповатым, толстым, жадным увальнем, который разворовывает улья и обижает слабых. Самыми характерными визуальными репрезентациями медведя в российских карикатурах данного периода стали медведь как ценностно-значимый артефакт на символике «Единой России», Винни-Пух, «медвед».

5.6 Кейс 5. Политическая власть – это секс

В данной главе мы рассмотрели политические карикатуры, содержащие визуальные и вербальные сексуальные метафоры. В данной главе представители политической власти репрезентируются в довольно негативном свете: в роли насильников и проституток.

В книге «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры», А.П.Чудинов (Чудинов 2001, www) приводит классификацию политических метафор и выделяет следующую метафорическую модель: ПОЛИТИКА – ЭТО СЕКС. Согласно Чудинову, «слова, относящиеся в первичном значении к сексуальной понятийной сфере (в том числе обозначающие различные виды секса, взаимоотношения между партнерами, сексуальные расстройства и венерические болезни, половые органы и т. п.) метафорически обозначают социальные процессы, взаимоотношения политических организаций и конкретных политиков, моральные и деловые качества субъектов общественной борьбы". (Чудинов 2001, www.)

Таким образом, в соответствии с данной моделью проявление политической власти ассоциируется с сексуальным поведением, причем сексуальная потенция власть имущего прямо пропорциональна объему власти в его руках. И наоборот, сексуальная неполноценность, импотенция, означает слабость, неспособность удержать власть.

Сексуальная метафора издавна присуща русскому языку, особенно таким стилям речи, как жаргоны и просторечие, однако, в литературной речи и СМИ употребление подобных выражений довольно ограничено. По наблюдениям Чудинова, употребление сексуальной метафоры в политическом дискурсе в последние десятилетия значительно увеличилось. Автор связывает такую активизацию с освобождением средств массовой информации от цензуры, расширением сексуального образования и необходимостью артикуляции эмоций особенно в период обострения социальных взаимоотношений в обществе. (Чудинов 2001,

www.) Проанализировав собранный материал, мы пришли к выводу, что эти когнитивные сексуальные метафоры имеют визуальные эквиваленты в креолизованных текстах политических карикатур

5.6.1 Сексуальное насилие

К данной группе относятся карикатуры, содержащие прямой или косвенный намек на сексуальное поведение, для которого характерны силовые методы, насилие. Как показал анализ этой категории карикатур, сексуальное насилие отождествляется с злоупотреблением властными полномочиями, причинением духовного, морального, физического, экономического вреда менее защищенным слоям населения.



E3_Polevoj_Artur caricatura.ru 27.05.2012

абсолютно не равны Сексуальный подтекст присутствует только в вербальной части креолизованного текста – надписях на транспарантах «Мы ждем оргазма». Таким образом, вертикаль власти и все продиктованные свыше политические процессы репрезентированы как продолжительный не приносящий удовлетворения акт насилия власти над народом.

Подобная структура наблюдается также на карикатуре E10, где изображен огромный тучный медведь, представитель власти, который, глядя на избушку на курьих ножках с кремлевской звездой на крыше (квазиаллюзия) просит ее повернуться к нему задом. Как и в предыдущем примере, сексуальный подтекст здесь присутствует только в вербальной части креолизованного текста, однако, в качестве жертв насилия выступает сам аппарат власти. На

карикатуре Е4 акт сексуального насилия присутствует в изобразительной части, причем все участники процесса – мужчины.



Е5_A.Merinov MK.ru

Проведем подробный анализ карикатуры Е5. Описание: действие происходит в магазине или на рынке, где маленький мальчик, просит купить ему игрушечных «депутатиков». Папа в приличном костюме тянется за кошельком. На втором плане изображен продавец, довольный собой, поскольку его товар пользуется спросом и отвечает

потребностям современного рынка. На третьем плане – солдатики, индекс военной славы и силы страны, однако, это игрушки прошлого столетия, их вряд ли можно найти на прилавках современных магазинов.

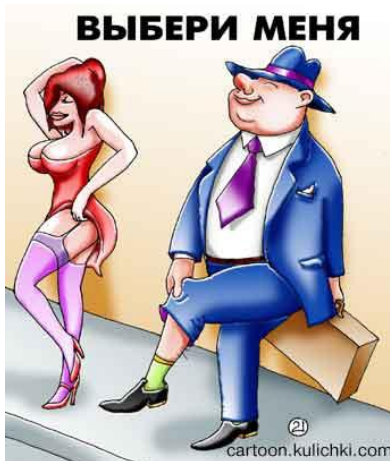
Несмотря на малый объем занимаемого композиционного пространства фигурки «депутатиков» несут на себе основную смысловую нагрузку и комический эффект карикатуры. Часть из них изображена в позах, характерных для ораторских выступлений: за трибуной, с поднятой рукой, что визуальнo воплощает процесс политической коммуникации. Другая часть изображена в пассивных позициях «Камасутры». Эта визуальная сексуальная метафора показывает, что депутаты подвергаются насилию «сверху», а значит, играют пассивную роль в политическом процессе. Образ насильника в данной карикатуре визуальнo не представлен, однако он ассоциируется с образом диктатора, обладающего гораздо большей властью.

Реконструкция. На вербальном уровне комический эффект производит построенное по аналогии со словом «солдатики» слово «депутатики». Суффикс «ик» имеет уменьшительно-ласкательное значение, что минимизирует политический вес слова «депутат». Фраза мальчика «Папа, купи депутатиков», отсылает к проблеме коррупции в стране, где депутатов можно «купить», «насиловать», «иметь», с которыми можно «играть».

Социокультурная интерпретация. В данной карикатуре с помощью визуальной сексуальной метафоры формируется негативный медиа-образ депутата как представителя

законодательной власти в России, которые играют пассивную роль в политическом процессе и подвергаются насилию свыше.

5.6.2 Политическая проституция



E9_Evgenij_Kran_cartoon_kulichki_com



E8_Brian_Adcock_The_Scotlan_politicalcartoons.com 9_18_2009

Традиционная русская мораль осуждает занятия сексом за деньги, а потому в народном сознании проститутка воспринимается как безнравственное создание.

Клише «политическая проститутка» часто используется в политической риторике применительно к неискреннему, беспринципному политику, который меняет свою позицию и взгляды, в зависимости от обстоятельств. Выражение типично для языка публицистов левых партий России начала XX века. (Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2003, www.) В России бытует мнение, что политической проституткой В.И. Ленин называл Троцкого.

В политических карикатурах исследуемого нами периода образ политической проститутки встречается довольно редко. На карикатуре E8 потепление отношений («a thawing of relations») между РФ и США метафорически репрезентировано в виде интимных отношений между лидерами двух стран. Персонажи изображены в сравнительно равных позициях. Фраза изображенного персонажа Б.Обамы «Now what are you going to do for me?» свидетельствует о том, что эти отношения основаны на прагматичном расчете, а не романтической любви

Карикатура E9 появилась в преддверии парламентских выборов в России 2011 года. На рисунке проведена четкая аллегорическая параллель между девушкой легкого поведения и кандидатом в депутаты. Медиа-образ политической проститутки конструируется с помощью таких индексов, как портфель и деловой костюм (атрибуты чиновника), характерная поза с

согнутой в колене оголенной ногой (индекс проститутки). Подпись к карикатуре «Выбери меня» – это аллюзия на агитационные листовки кандидатов в депутаты в период предвыборной борьбы. Бытует мнение, что депутаты щедро раздают обещания, но впоследствии легко могут поступиться своими принципами и долгом перед народом ради собственной выгоды.

Таким образом, медиа-образ политической проститутки акцентирует продажность, беспринципность и аморальные качества субъектов общественной борьбы, как самого высокого уровня, так и мелкого звена. Зачастую международные отношения репрезентируются в политической карикатуре как сексуальные отношения между лидерами стран.

5.6.3 Сексуальные извращения



E2_Roman_Serebrjakov caricatura.ru 11_12_2011

В книге «Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры», А.П. Чудинов (Чудинов 2001, www) выделяет слот «извращения», куда автор относит такие, понятия, как нетрадиционная ориентация, групповой секс, сексуальное самоудовлетворение, противоестественное использование животных и другие. Подчеркнем, что название этого слота условно, поскольку далеко не все вышеупомянутые понятия относятся к сексуальным извращениям, однако они традиционно осуждаются в русском

сознани. Карикатуры данной категории были обнаружены только в российских интернет источниках.

Карикатура Е2. появилась в преддверии парламентских выборов в России 2011 года. Она представляет собой квазиаллюзию на избирательный бюллетень, где лидеры политических партий изображены в образе представителей нетрадиционной ориентации. Рисунок насыщен визуальной риторикой и нецензурной лексикой:

- специфическая одежда, например, кожаное нижнее белье, сексуальные игрушки, пирсинг – это стереотипные индексы гей-сообществ;
- видоизмененная символика политических партий – квазиаллюзии на ценностнозначимые артефакты, например, на символике КПРФ вместо молота изображен презерватив;
- искаженные по принципу созвучия названия политических партий – квазицитация прецедентных имен, например, «Яблоко»= «Ебанько», «Единая Россия»= «Педривая Россия»;
- подпись к карикатуре: «Выборы, выборы, кандидаты – п...ры» на вербальном уровне укрепляет ассоциации лидеров российских политических партий с представителями нетрадиционной ориентации.



Е6_ А. Merinov MK.ru
деловые качества субъектов.

И сексуальная, и предвыборная тематика прослеживается и в карикатуре Е6, где кандидат обращается к продавцу секс-шопа со словами «Мне бы что-нибудь для электоральных утех».

Таким метафорически обозначают социальные процессы, взаимоотношения политических организаций и конкретных политиков, моральные и

Выводы. В данном разделе мы рассмотрели ряд политических карикатур, где российская политическая власть репрезентирована как различные формы сексуального поведения: насилие, проституция, сексуальные извращения. Отношения между представителями власти и народом часто изображаются как акт сексуального насилия, который отождествляется со злоупотреблением властными полномочиями, причинением морального, физического, экономического вреда. Жертвы насилия – менее защищенные слои населения, избиратели,

интеллигенция, мелкие чиновники и страна в целом. Сексуальная потенция, насильника прямо пропорциональна объему власти в его руках.

Медиа-образ политической проститутки воплощает беспринципность и продажность субъектов политики. В роли политической проститутки изображаются президенты, депутаты, субъекты, стоящие на нижних ступенях политической иерархии и др.

Медиа-образы, относящиеся к условной теме «сексуальные извращения» – например, репрезентации политиков в образе представителей нетрадиционной ориентации – обнаружены только в российских дигитальных карикатурах. Данные образы традиционно осуждаются в русском сознании и акцентируют моральную распущенность, агрессивность и противоестественное поведение. Хотелось отметить еще одну особенность: почти все персонажи, изображенные на карикатурах данной категории мужского рода. Женские образы, репрезентирующие политическую власть в РФ, не были выявлены.

6. Выводы

Мы начали данное исследование с объяснения актуальности темы и определения основных понятий. Напомним, что новаторство и трудность данного исследования заключалась в анализе дигитальных или цифровых карикатур, без которых исследование было бы не полным. Подчеркнем, что виртуальное пространство интернета, его интерактивность, быстрота, дешевизна и отсутствие цензуры создали плодородную почву для развития, как нам кажется, нового поколения карикатур, молниеносно реагирующих на актуальные события на международной политической арене, которые частично послужили материалом исследования. В главе 3 мы рассмотрели карикатуру как *мультиmodalный* и *креолизованный* текст, ее жанровые особенности и исторические предпосылки. В главе 4 мы описали социально-семиотическую теорию репрезентации и метод социально-семиотического анализа, полагаясь на исследования Г. Кресса и Т. ван Леувена.

В процессе исследования автором были выполнены поставленные задачи. Во-первых, были определены жанрообразующие признаки политической карикатуры; во-вторых, мы разработали комплексный методологический подход к анализу креолизованного текста политической карикатуры, состоящий из трех фаз: описания, реконструкции и социально-культурной интерпретации; в-третьих, мы собрали коллекцию политических карикатур иностранных и российских художников, классифицировали материал по категориям и провели анализ более 60 политических карикатур.

В результате проведенного анализа был найден ответ на главный вопрос: какие медиа-образы российской политической власти характерны для периода президентства Д.Медведева 2008-2012 годов. Доминирующие медиа-образы российской политической власти были подробно охарактеризованы и сгруппированы в пять тематических кейсов.

Кейс 1. Путин и Медведев: тандем или кукольный театр

В кейсе был проведен сравнительный анализ медиа-образов президента РФ Д. Медведева и премьер-министра В. Путина. Основное внимание было акцентировано на специфике отношений между образами власти: президентом и премьер-министром РФ. Самыми типичными репрезентациями этих отношений стали два противоположных образа: **политический тандем** и **марионетка/кукловод**. Тандем В.Путин-Д.Медведев – новый феномен в политическом дискурсе: Путин и Медведев репрезентируются как единое целое, с

целью доказать единство их целей и идеологических позиций, принцип преемственности власти и вызвать доверие у народа. Для медиа-образа политического тандема В.Путин-Д.Медведев в карикатуре характерны следующие черты: равнозначность, визуальное сходство изображенных политиков, отсутствие маркеров иерархии власти, объединяющий фрейминг и др. В карикатурах данной категории часто встречаются образы близнецов, двуглавого орла, замкнутого круга, говорящие о том, что с приходом к власти Д.Медведева в стране ничего не изменилось.

Другой тип отношений между представителями власти – строгая иерархия, говорящая о неравенстве между участниками тандема. Почти во всех источниках были найдены медиа-образы, репрезентирующие В.Путина в роли кукловода, а Д. Медведева – марионетки. Разумеется, кукловод находится в доминирующей позиции по отношению к марионетке, управляет ею. Эта аналогия – прозрачно намекает на то, что Д.Медведев – это просто подставная утка, марионетка, игрушка в руках В. Путина, который обладает реальной властью в стране. Анализ медиа-образов показал, что премьер министр обладает гораздо большей властью, чем президент.

Кейс 2. Власть=Царская власть, Президент =Государь-император

Анализ зарубежных и российских политических карикатур показал, что политическая власть в РФ репрезентруется посредством архетипичного образа **монарха, царя**. Визуальный образ монарха создается с помощью традиционных атрибутов царской власти: корона, красная мантия, скипетр и держава, трон, дворец, свита и др. В подавляющем большинстве карикатур в роли царя выступает В.Путин, что говорит об авторитарном, шовинистском, самодержавном характере его власти. Д. Медведев изображается в образе царя довольно редко, причем визуальный или вербальный ряд карикатуры подчеркивают его невысокую существенность и инфериальную позицию.

Кейс 3 Владимир Путин – русский мачо

Здесь мы рассмотрели репрезентации российской политической власти в лице В. Путина, которые образуют собирательный медиа-образ русского мачо. Имидж русского мачо в политической карикатуре, на наш взгляд, негативен и ироничен и, как правило, имеет отсылку к прецедентным фотографиям Путина с обнаженным торсом. Карикатуристы высмеивают стереотипные маскулинные черты, присущие медиа-образу мачо: физическая сила – это брутальность, беспощадность, склонность к насилию, красивое тело – это всего лишь иллюзия; любовь к спорту – популизм; героизм – на показ, никому не нужен и не

приносит пользы; сексуальность – это тщеславие, патриархальность. Стереотипный образ мачо конструируется в основном посредством визуальных элементов (например, гипербализированная мускулатура, костюм супермена), тогда как вербальные составляющие создают комический эффект посредством обманутого ожидания. Персона Д.Медведева не ассоциируется с образом мачо, а следовательно, и не фигурирует в данном кейсе.

Кейс 4 Медведь как символ политической власти в РФ: хищник, «медвед» или Винни Пух?

В этом кейсе был проведен анализ образа медведя как символа российской политической власти в период 2008-2012 годов. Анализ показал существенные различия между визуальными репрезентациями медведя в зарубежных и российских карикатурах. В зарубежных карикатурах медведь традиционно изображается как опасный хищник, склонный к насилию, агрессии, силовым решениям, который воплощает прямую или потенциальную угрозу для членов международного сообщества. К тому же в зарубежных карикатурах прослеживается тенденция изображения В. Путина в роли хозяина, владельца, укротителя, дрессировщика «русского медведя».

В отличие от зарубежных карикатур, в российских карикатурах медведь часто изображается глуповатым, толстым, жадным увальнем, который разворовывает улья и обижает слабых. Самыми характерными визуальными репрезентациями медведя в российских карикатурах данного периода стали медведь как ценностно-значимый артефакт на символике «Единой России», Винни-Пух, «медвед».

В Кейсе 5. Политическая власть – это секс

В этом кейсе был рассмотрен ряд политических карикатур, содержащих визуальные и вербальные сексуальные метафоры. Согласно метафорической модели А.П. Чудинова «Политика – это секс», деятельность политической власти репрезентирована как различные формы сексуального поведения: насилие, проституция, сексуальные извращения.

Отношения между представителями власти и народом часто изображаются как акт **сексуального насилия**, который отождествляется со злоупотреблением властными полномочиями, причинением морального, физического, экономического вреда. Жертвы насилия – менее защищенные слои населения, избиратели, интеллигенция, мелкие чиновники и страна в целом. Сексуальная потенция, насильника прямо пропорциональна объему власти в его руках.

Медиа-образ **политической проститутки** воплощает беспринципность и продажность субъектов политики. В роли политической проститутки изображаются президенты, депутаты, субъекты, стоящие на нижних ступенях политической иерархии и др.

Медиа-образы, относящиеся к условной теме «**извращения**» – например, репрезентации политиков в образе представителей недрадиционной ориентации – обнаружены только в российских дигитальных карикатурах. Данные образы традиционно осуждаются в русском сознании и акцентируют моральную распущенность, агрессивность и противоестественное поведение. В зарубежных источниках карикатуры этой категории не найдены. Это говорит об их полит-корректности и отличной от российской системе ценностей. Например, нетрадиционная сексуальная ориентация во многих западных странах не считается извращением, тогда как в России слова «гомосексуал», «пидарас» считаются ругательными и имеют яркую негативную окраску.

Хочется отметить еще одну особенность: почти все персонажи, изображенные на карикатурах данной категории мужского рода. Образ женщины пассивен и второстепенен, женские образы, репрезентирующие политическую власть в РФ, не были выявлены, напротив, Это говорит о патриархальности политического уклада в РФ, где бытует мнение, что политика – это мужское дело.

Таким образом, мы пришли к выводам, что во всех пяти кейсах прослеживается тенденция изображения отношений между В.Путиным и Д.Медведевым как неравных. Доминирующая роль и властные полномочия В. Путина репрезентированы в карикатурах посредством таких образов, как царь, кукловод, мачо, насильник, укротитель медведя. Репрезентации Д.Медведева (марионетка, самозванец, Винни-Пух) подчеркивают невысокую существенность и инфериальную позицию этого персонажа. Данные наблюдения верны как для российских, так и для зарубежных карикатур.

Мы уверены, что исследования избранного нами материала можно продолжать и дальше, поскольку некоторые медиа-репрезентации российской политической власти остались за рамками нашего исследования. Например, предлагаем рассмотреть тенденцию изображения России и представителей российской политики, в частности В.Путина, в зарубежных карикатурах как военную и угрозу на международной арене. Медиа-образ военного агрессора связан с двумя прецедентными историческими ситуациями: во-первых, вооруженный конфликт РФ с республикой Грузия и в 2008 году, во-вторых, тот факт, что в

2012 году Россия и Китай наложили вето на резолюцию ООН по Сирии, заблокировав при этом наложение санкций на режим Башара Асада. Все эти события нашли свое отражение в целом ряде острых политических карикатур.

Другим интересным кейсом мог бы стать медиа-образ российской власти и в лице В.Путина как виновника так называемых «газовых войн» между Москвой и Киевом зимой 2009 года, в результате которых сократились поставки российского газа в страны Европейского союза.

Итак, в креолизованном тексте карикатуры отражаются не только стереотипы и актуальные социально-политические процессы в стране и мире, но и менталитет народа, коллективное национальное сознание. Политическая карикатура, как часть политического дискурса идет в ногу со временем, а, следовательно, представляет собой богатый материал для дальнейших политических, медийных и культурных исследований

7. Библиография:

Первичные источники

Daryl Cagley www.PoliticalCartoons.com [Просмотрен 1.10.2012]

Dave Granlund, *Editorial cartoons and illustrations* <<http://www.davegranlund.com/cartoons/>>. [Просмотрен 1.10.2012]

Каталог российской карикатуры <<http://caricatura.ru/>>. [Просмотрен 1.10.2012]

«Московский комсомолец» электронная версия газеты <<http://www.mk.ru/merinov/16-vslast.html>>. [Просмотрен 1.10.2012]

Полит.ру <<http://www.polit.ru/>>. [Просмотрен 1.10.2012]

Советская Россия электронная версия газеты <http://www.sovross.ru/>. [Просмотрен 9.10.2012]

Англоязычные источники

Edwards, J. 1997. *Political cartoons in the 1988 presidential campaign. Image, Metaphor, and Narrative*. New York & London.

Fiske, J. 1990. *Introduction to communication studies*. 2-nd ed. Routledge: London & New York.

Gilio, J.N and Thielen, Greg G. 1984. *Truman in cartoon and caricature*. the Iowa State University Press.

Kangas, Anni 2007. *The King, the Knight and the Treasure. A Semiotic Inquiry into the Finnish Political Imaginary on Russia, 1930 – 1930s*. Academic dissertation UTA.

Kress, G. and van Leeuwen, T. 1996. *Reading images. The grammar of visual design*. Routledge: London.

Moriarty, S 2005. *Handbook of visual communication research: theory, methods and media*. edited by Ken Smith [et al.] Lawrence Erlbaum Associates, Inc: New Jersey.

Morris, Raymond N. 1995. *The carnivalization of politics Quebec Cartoons on Relations with Canada, England, and France, 1960-1979*. McGill-Queen's University Press: Montreal and Kingston.

Sassure F. de 1983. *Course in General linguistics*. Gerald Duckworth & Co. Ltd: London.

Русскоязычные источники

Айнутдинов, А.С. 2008. Типология и функции карикатуры в прессе. *Вестник Челябинского государственного университета*. № 21, с. 20-28.

Барт, Р. 1994. *Удовольствие от текста*. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. - Г.К. Косинова - М.: Прогресс.

Гальперин, И.Р. 1981. *Текст как объект лингвистического исследования*. - М.: Наука.

- Дмитриев, А.В. 1996 *Социология юмора. Очерки* / РАН Отд. Философии, социологии, психологии и права. – М.
- Карасик, В.И. 2002. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. – Волгоград: Перемена.
- Круткин, Романов, Ярская-Смирнова 2007 Интеллектуальное поле визуальной антропологии. *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность*: Сб. науч. ст. / Под ред. Е. Ярской-Смирновой, П. Романова, В. Круткина. ~ Саратов: Научная книга, с. 7-18.
- Мещеркина-Рождественская Е. 2007 Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений. *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность*: Сб. науч. ст. / Под ред. Е.Р. Ярской-Смирновой, П.В. Романова, В.Л. Круткина. – Саратов: Научная книга, С. 30-31.
- Шейгал, Е. 2000. *Семиотика политического дискурса*. дисс. ... док. фил. наук, Волгоград.

Материалы, опубликованные в интернете:

- Backer, Dan 1996. *A Brief History of Political Cartoons*. American Studies, University of Virginia. <<http://www.cartage.org.lb/en/themes/Arts/drawings/Cartoonography/history/history.htm>>. [Просмотрен 19.10.2012]
- Valenius, J. 2000. Ethnic Bodies. Visual Representations of Finland and Russia in the Early 20th Century Finland. *4th European Feminist Research Conference Body Gender Subjectivity. Crossing Disciplinary and Institutional Borders*. Bologna, Italy. Workshop 9: Gender, Ethnicity and Nationalism: European Perspectives. <<http://www.women.it/cyberarchive/files/valenius.htm>>. [Просмотрен 19.10.2012]
- Werner, W 2004. On Political Cartoons and Social Studies Textbooks: Visual Analogies, Intertextuality, and Cultural Memory. *Canadian Social Studies*, Vol. 38m, Number 2, <http://www.quasar.ualberta.ca/css/Css_38_2/ARpolitical_cartoons_ss_textbooks.htm>. [Просмотрен 19.10.2012]
- Айнутдинов, А.С. 2010. *Карикатура как тип изображения комической интенции в современных российских печатных СМИ*. Автореф. дис: ... канд. фил. наук. Екатеринбург. <<http://elar.usu.ru/bitstream/1234.56789/2672/1/urgu0767s.pdf>>. [Просмотрен 03.03.2012]
- Артемова, Е.А. 2002. *Карикатура как жанр политического дискурса*. Автореф. дис. ...канд. фил. наук. Волгоград. <<http://www.dissercat.com/content/karikatura-kak-zhanr-politicheskogo-diskursa>>. [Просмотрен 19.10.2012]
- Большая Энциклопедия Карикатуры, 2006. Международная конференция "*Катарсис и трагедия*". Институт культурологии Мин культа РФ. <http://cartoonia.net/index.php?option=com_content&task=view&id=563&Itemid=1> [Просмотрен 26.02.2012]
- Вайс, Д. 2009. Животные в советской пропаганде: вербальные и графические стереотипы. Перевод Таратыновой, Т.В. *Политическая лингвистика* 1 (27), Цюрих Швейцария, с.39-46. <http://journals.uspu.ru/i/inst/ling/ling27/ling_27_04.pdf>. [Просмотрен 3.5.2010]

Ворошилова, М. Б. 2007. Креолизованный текст в политическом дискурсе. *Политическая лингвистика*. Вып. 3(23) Екатеринбург: с. 73-78.

<<http://www.philology.ru/linguistics1/voroshilova-07b.htm>>. [Просмотрен 16.01.2010]

Гусейнов, Г.Ч. 2005. *Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику*.

<http://www.speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm>. [Просмотрен 12.10.2012]

Захаров, А.В. 1998. Народные образы власти. Журнал «ПОЛИС», №1, б.м.

<http://sociologist.nm.ru/articles/zaharov_06.htm>. [Просмотрен 12.10.2012]

Колосов, А.В. 2006. Визуальные коммуникации в социально-политических процессах. *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Политология.– №1(6)– с.81-87.

<<http://www.humanities.edu.ru/db/msg/81466>>. [Просмотрен 10.01.2010]

Лейченко, О.Ф. 2010. *Политическое лидерство в России на рубеже XX-XXI веков*. Автореф. дис. ...канд. полит. наук. Владивосток.

<<http://www.dissercat.com/content/politicheskoe-liderstvo-v-rossii-na-rubezhe-xx-xxi-vekov#ixzz29IkzflXN>>. [Просмотрен 14.10.2012]

Тихонова, В.В. 2011. *Политическое "пралидерство" и популизм в современной России*. Автореф. дис. ... канд. полит. наук. Москва.

<<http://www.dissercat.com/content/politicheskoe-praliderstvo-i-populizm-v-sovremennoi-rossii#ixzz29Hz5E7rh>>. [Просмотрен 14.01.2012]

Чудинов, А.П. 2001. *Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000)*. Екатеринбург.

<<http://www.philology.ru/linguistics2/chudinov-01.htm#240>>. [Просмотрен 19.10.2012]

Газеты и журналы

Kohl, Jeanette 06.08.2011 *Süddeutsche Zeitung* перевод на русский

<<http://inosmi.ru/politic/20110806/172954406.html>>. [Просмотрен 19.10.2012]

"*Коммерсантъ Власть*", 2011. Тандем в России больше, чем тандем. Журнал №12 (916),

28.03.2011. <http://www.kommersant.ru/Doc/1605559>. [Просмотрен 29.10.2012]

Официальные и специализированные сайты:

Партия «Единая Россия» официальный сайт

<<http://er.ru/news/2011/9/25/naryshkin-tandem-putin-medvedev-ustojchiv-i-effektiven/>>.

[Просмотрен 19.10.2012]

Коммунистическая партия Российской Федерации официальный сайт <<http://kprf.ru/>>.

[Просмотрен 29.10.2012]

История XX века в агитационном плакате. <<http://www.davno.ru/posters/>>. [Просмотрен 19.10.2012]

Vesti.ru, телеканал 2010. *В Петербурге проходит выставка политических карикатур России и США*. 11.10.2010 <<http://www.vesti.ru/doc.html?id=398961&cid=460>>. [Просмотрен 19.10.2012]

Словари

БТС 1998 = *Большой толковый словарь русского языка* Гл.ред. С.А.Кузнецов СПб.: Норинт.

ПЭХ 1986 = *Популярная художественная энциклопедия*. Под ред. Полевой В.М. и др., в 2 т. - М.: «Советская энциклопедия».

Энциклопедический словарь крылатых слов и выражений 2003. Составитель Вадим Серов. © Издательство «Локид-Пресс», <<http://www.biserris.ru/15/127.htm>>. [Просмотрен 18.10.2012]

8. Приложение:

8.1 Кейс_1_Тандем



A1_Kal [the economist](http://theeconomist.com) 10.05.2008



A2_S.Elkin polit.ru april 2011



A3_Riber_Hansson_Svenska_Dagbladet_Swe
de politicalcartoons.com/28_8_2008



A4_S.Elkin polit.ru 2011



A5_Martin_Sutovec_Slovaki politicalcartoons.com/28 2011



A6_Petar_Pismestrovic_Kleine_Zeitung_Aus_ politicalcartoons.com/24_9_2011



A7_Caglecartoon.com

El Nuevo Día (Puerto Rico)



VLADIMIR PUTIN (and Dmitri Medvedev) ©Taylor Jones

A8_Talor_Jones_ politicalcartoons.com/



A9_ caricatura.ru

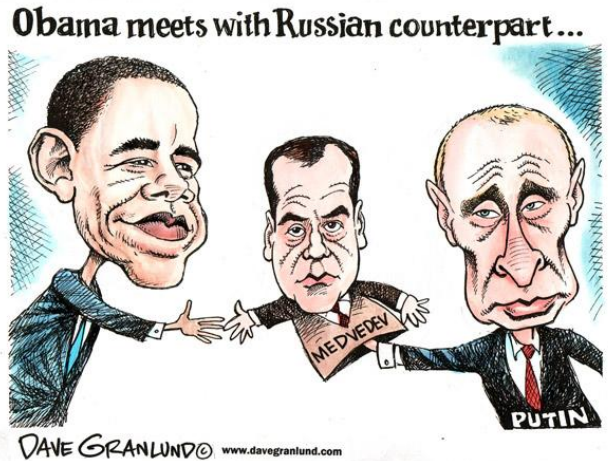


A10_ A.Merinov_ MK.ru

8.1.1 Кейс_1_марионетка/кукловод



A18_Olle_Johansson_Sweden.politicalcartoon.com/ 11 2007



A20_Dave_granlund politicalcartoons.com/

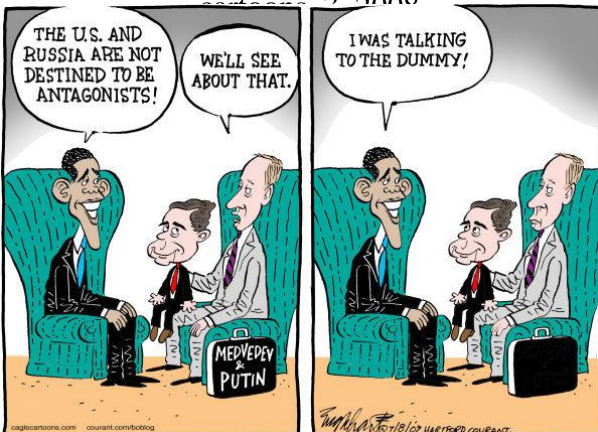


A14_Peter_Lewis_Australia_Political_... 2 2008

Я пульт потерял от действующей модели президента! Сделайте что-нибудь...



A15_S.Elkin polit.ru oct 2011



A16_Bob_Englehart_The_Hartford_Courant_ politicalcartoons.com/ 8_7_2009



A17_Taylor_Jones politicalcartoons.com/



A11_KAL [the economist](#) 01_10_2011

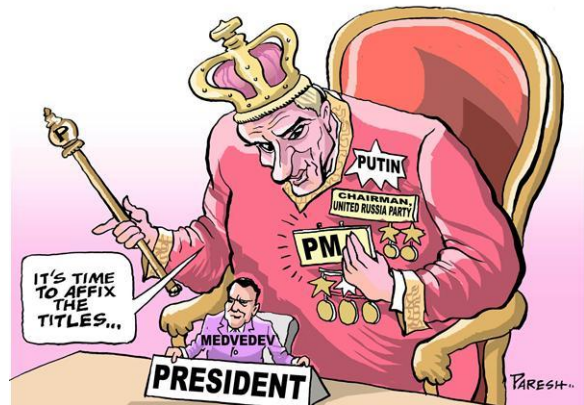


A12_A.Merinov [MK.ru](#)

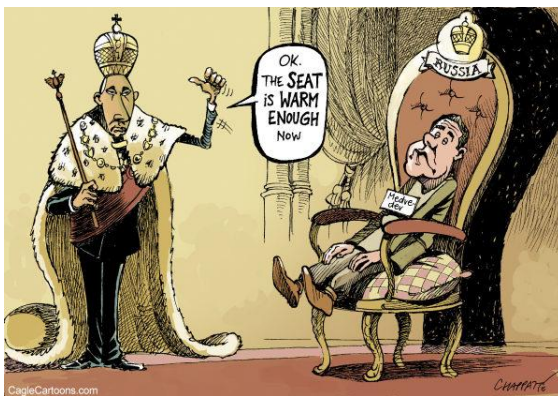
8.2 Кейс_2_царь



B2_ A.Merinov MK.ru



B3_Paresah_Nath_The_National_Herald_ politicalcartoons.com/1_5_2008



B4_Patrick_Chappatte_The_International_Herald_Tribune_ politicalcartoons.com/28



B5_putin-xexdxqdx3



B6_ A.Merinov MK.ru



B7_ A.Merinov MK.ru



B8_ A.Merinov MK.ru



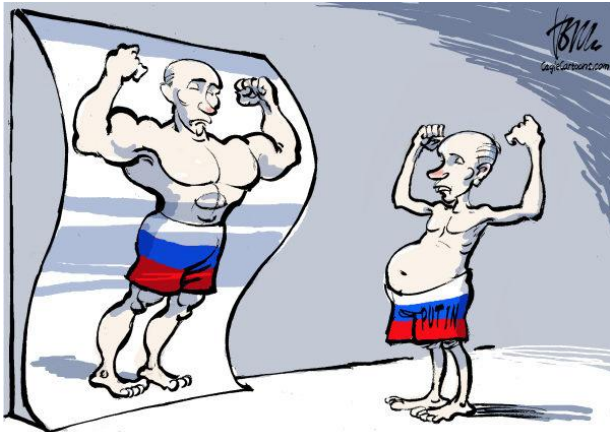
B9_ A.Merinov MK.ru

Народ на площади собрался !
Говорят, царь не настоящий !



B10_Anatolij_Dmitriev caricatura.ru 22_01

8.3 Кейс 3 МАЧО



C1_Tom_Janssen_The_Netherlands politicalcartoons.com/7_12_2011



C2_Iain_Green_Scotland politicalcartoons.co 17_5_2008

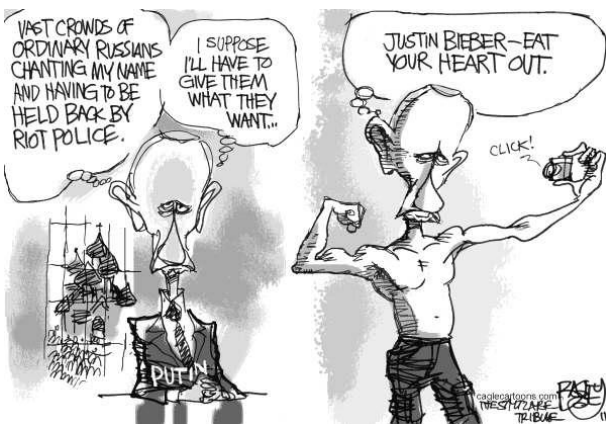


PUTIN TAKES HIS SHIRT OFF FOR RUSSIAN VOTERS

C3_Cardow_The_Ottawa_Citizen politicalcar



C5_Sergej_elkin polit.ru 23_09_2011



C6_Pat_Bagley_Salt_Lake_Tribune_ politicalcartoons.com/12_12_2011



C7_Kal [the economist](http://theeconomist) 21.08.2008



©Taylor Jones - Hoover Digest

caglecartoons.com

C8_Taylor_Jones_hoover_digest_politicalcarto
ons.com/2_5_2012



C9_the_economist_2011



C10_cartoonharry_toonpool.com



C11_Pat_Bagley_Salt_Lake_Tribune_politic
alcartoons.com_8_27_2008



C12_Paresh_Nath_The_Khaleej Times, UAE



C13_KAL [the economist](http://theeconomist.com) 13_08_2009



C14_Sergej_Elkin polit.ru

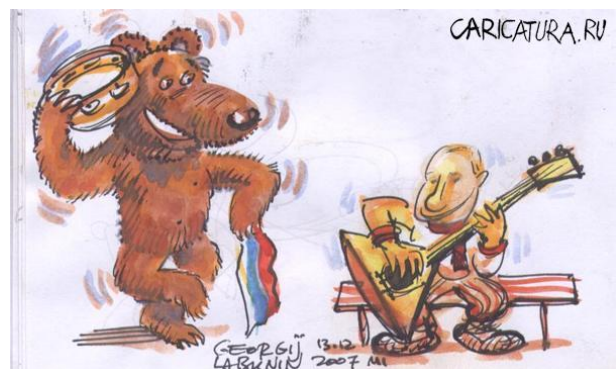
8.4 Кейс_4_медведь



D1_Vladimir_Popov_ caricatura.ru 16_10_2009



D2_ A.Merinov_ MK.ru



D3_Georgij_Labunin_ caricatura.ru 23_12_2007



D4_Sergej_Korsun_ caricatura.ru 12_12_2007



D5_The_economist



D6_KAL_the Economist_dec_2008



D7_RJ_Matson_The_St_Louis_Post_Dispatch
_politicalcartoons.com/_12_8_2008



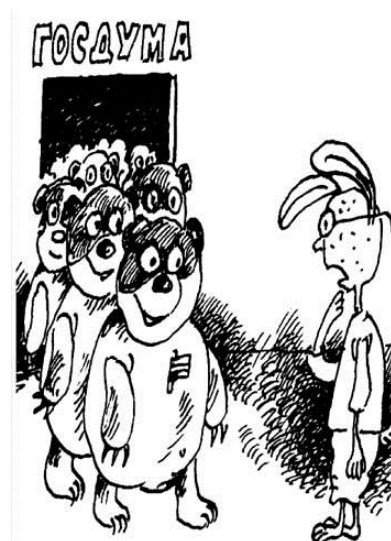
D8_Petar_Pismestrovic_Kleine_Zeitung_Aust
ria politicalcartoons.com/18_12_2011



D9_Paresh_Nath_The_Khaleej_
Times_UAE politicalcartoons.com/4_3_2012



D10_S.Elkin_polit.ru_october_2008



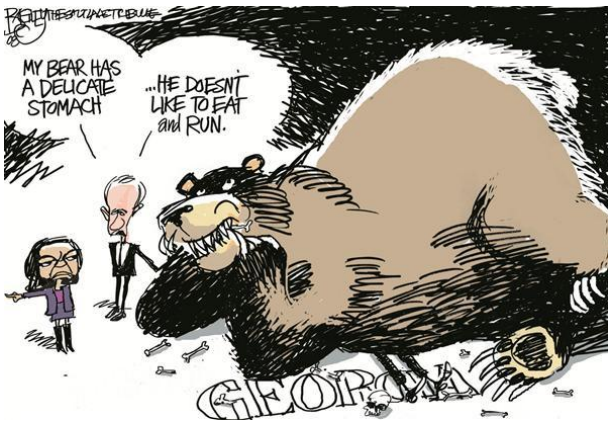
D11_Sovetskaya_Rossia_2008



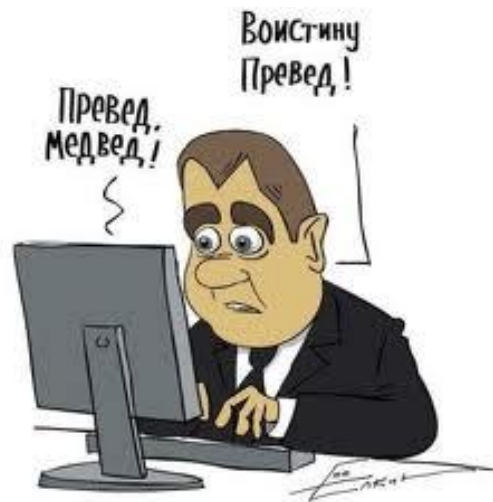
D12_Daryl_Cagle_MSNBCcom [politicalcarto](#)
05_2010



D13_ A.Merinov [MK.ru](#)



D14_Pat_Bagely_Salt_Lake_Tribune [political](#)
[cartoons.com/08_18_2008](#)



D15_ S.Elkin [polit.ru](#)



D16_John_Lurie_dirty.ru_2006

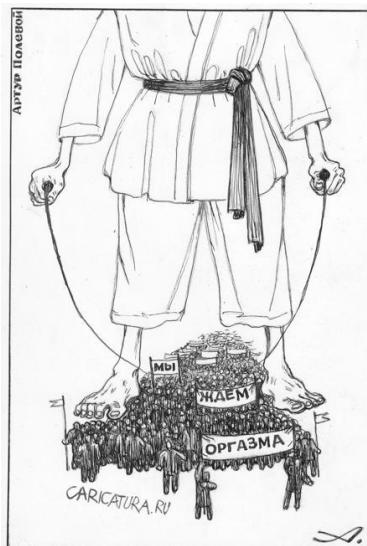
8.5 Кейс_5_Политика это секс



E1_Evgenij_Kran caricatura.ru 15_05_2012



E2_Roman_Serebrjakov caricatura.ru 11_12_2011



E3_Polevoj_Artur caricatura.ru 27_05_2012



E4_A.Merinov MK.ru



E5_A.Merinov MK.ru



E6_A.Merinov MK.ru



E7_Evgenij_Kran_caricatura.ru



E8_Brian_Adcock_The_Scotlan_9_18_2009



E9_Evgenij_Kran_cartoon_kulichki.com



E10_A.Merinov_MK.ru