СОВРЕМЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕМАТИКА И ПРОБЛЕМАТИКА

Балакина Юлия Владимировна, PhD, доцент департамента литературы и межкультурной коммуникации, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижний Новгород, Россия; e-mail: julianaumova@gmail.com

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КАРИКАТУРА В ЗАРУБЕЖНЫХ МЕДИА[1]

Актуальность представляемой теоретической работы обусловлена растущей популярностью разнообразных форм визуального контента современных СМИ, в которых традиционные мультимодальные тексты конкурируют с новыми формами. Таким образом, цель исследования заключается в необходимости продемонстрировать уникальность и непреходящую актуальность жанра политической карикатуры. В рамках работы было проведено сравнение карикатуры и мема, представлен перечень социально значимых событий, триггером которых явились карикатуры, а также обзор современных зарубежных исследований по теме. Результаты исследования показывают, что карикатура – сатирический жанр, обладающий политическим потенциалом, – сегодня занимает свою нишу в СМИ. Таким образом, несмотря на разнообразие средств визуализации современных СМИ, возможность дальнейшего развития жанра карикатуры в сети Интернет не вызывает сомнений.

Ключевые слова: *политическая карикатура, мем, визуализация, мобилизация, карикатурный скандал.*

Julia V. Balakina, PhD in Philology, Associate Professor, Department of Literature and Cross-Cultural Communication, National Research University Higher School of Economics, Nizhny Novgorod, Russia; e-mail: julianaumova@gmail.com

POLITICAL CARTOONS IN FOREIGN MEDIA

The timeliness of the present theoretical study is determined by the growing popularity of various forms of visual content in modern media, where traditional multimodal texts compete with emerging new forms. Thus, the article aims at revealing the uniqueness and undying relevance of political cartoons as a traditional genre of media communication. To achieve the aforementioned goal, a comparative analysis of cartoons and memes was conducted, a list of socially important events triggered by cartoons was presented, and a review of foreign research on this subject was made. Taking into account the results achieved, the author concludes that despite a wide variety of visualization means, cartoons as a genre fill their own niche

in the media as a complex mechanism of satire production, possessing political potential. Therefore, there seem to be no obstacles on the way to further development of this genre on the Internet.

Key words: *political cartoon, meme, visualization, mobilization, cartoon scandal.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2021.95115

Введение

В эпоху Интернета, интенсивного развития современных технологий и непрерывно увеличивающегося потока информации основная задача СМИ – представить данные максимально просто, быстро и наглядно. Этому способствуют современные формы визуализации: рисунки, инфографика, фотографии, типографика и многие другие. Визуальный контент непрерывно обновляется, пополняется все более замысловатыми формами, способными удовлетворить потребности современной аудитории, которой свойственно «клиповое мышление» – «познание действительности через мгновенное выделение главного» (Симакова, 2017: 136), а именно по принципу «изображение – заголовок – текст».

Смещению акцента с текста на изображение способствовал так называемый «иконический», или «визуальный», поворот (Boehm, Mitchell, 2009), когда языковых ресурсов перестало хватать для отображения действительности. Однако поворот вовсе не означает замещения текста графическими объектами. Иконический поворот расширил возможности языка, позволив представлять факты в соответствии с вызовами времени новых технологий и растущего объема информации, а также наделив аудиторию эффективным инструментом для обработки сообщений. Кроме того, со смещением акцента с текста на изображение частично был снят вопрос языкового барьера, что представляется особенно актуальным в эпоху глобализации и доступности информации. Таким образом, для первичной обработки сообщения и выделения смысла читателю достаточно декодировать изображение, которое берет на себя основную смысловую нагрузку. Данная возможность позволила существенно расширить аудиторию современных СМИ.

При этом следует отметить, что производство изображений в современных СМИ поставлено на поток. В итоге утрачивается уникальность, индивидуальность, которую мы так ценим в изобрази-

тельном искусстве или, например, в фотографии. Это приводит к тому, что некоторые виды визуализации утрачивают популярность из-за невозможности тиражирования, а также значительных финансовых затрат. Одним из таких уникальных авторских жанров, вытесняемых более современными аналогами, является карикатура, первые упоминания которой датируются XVII в., а У. Хогарт, гравюры и картины которого созданы в XVIII в., считается основоположником нового жанра в журналистике[2].

С появлением Интернета карикатура как жанр традиционных печатных СМИ перекочевала в онлайн-издания, составив конкуренцию новым формам визуализации информации политического характера, таким как, например, мемы. Однако, принимая во внимание тенденцию сокращения количества карикатур в изданиях, а также тот факт, что должности штатных карикатуристов были упразднены в большинстве изданий, как экономически невыгодные, зададимся следующими вопросами: устарела ли карикатура как жанр, утратила ли популярность, какую функцию выполняют карикатуры в жизни социума? Для ответа на них в представляемой обзорной статье с элементами критического анализа будет проведен сравнительный анализ карикатуры и визуальной формы мема, набирающей популярность, представлены факты, подтверждающие действенность политической карикатуры, а также обзор современных зарубежных исследований, посвященных политической карикатуре.

Политическая карикатура и мемы: конкуренция и/или сосуществование

Чтобы ответить на вопрос о сосуществовании двух жанров в современном медиапространстве, необходимо обратиться к их особенностям, выделив общие черты и различия. При этом мы будем опираться на работы О. А. Никитиной, О. А. Гудковой, Ф. Зандер (2018), П. Колозариди (2016), Е. М. Лысенко (2016), С. В. Канашиной (2016), содержащие классификации анализируемых жанров.

Карикатура – уникальный авторский продукт, представляющий собой мультимодальный текст с выраженным комическим эффектом, основанный на преувеличении за счет вербально-визуальных метафор и «узнаваемости» изображения.

Мем – мультимодальный текст, единица интернет-коммуникации, чаще юмористической направленности, реализуемой

с помощью разнообразных стилистических приемов или графических средств, обладающий способностью к мимикрии и редупликации.

С точки зрения формальных признаков и свойств карикатура и мем имеют много общего. Так, карикатуры и мемы можно найти как в онлайн-изданиях, так и в печатных СМИ. Оба жанра отличает то, что они позволяют создавать серии со схожей тематикой. Несомненно, оба жанра интерпретируют актуальные события общественной и политической жизни, в некоторых случаях транслируя определенную идеологию. Политические карикатуры и мемы политической направленности, обладают интенцией – оказывают воздействие на адресата и побуждают его к определенным действиям. Эмоциональность и экспрессивность обоих жанров реализуется с помощью различных лингвистических средств, например концептуальных метафор (Lakoff, Johnson, 1980), основанных на взаимодействии вербальной и визуальной составляющих текста.

Традиционно считается, что для понимания информации, представленной в мемах и карикатурах, необходимо учитывать контекст. Так, Гузаерова отмечает, что «мемы бессмысленны вне общественного и культурного контекстов» (2017: 52). Колозариди (2016) утверждает, что правильное декодирование возможно только с учетом культурного подтекста, и в своей работе приходит к выводу, что для расшифровки карикатур необходимо детальное знание социальной и культурной информации (см. также: О. А. Никитина, О. А. Гудкова, Ф. Зандер, 2018; Цакона (Tsakona), 2009: 1186). Очевидно, что юмор карикатур и мемов контекстуально и культурно обусловлен. Обусловленность эта описывается понятиями прецедентности и интертекстуальности (Караулов, 1987; Kristeva, 1986) – неотъемлемыми элементами жанров карикатуры и мема. Однако в настоящее время, в ходе глобализации, происходит размывание национальных границ культуры и обуславливаемых ими контекстов, вследствие чего границы прецедентности и интертекстуальности расширяются и декодирование заложенного в карикатурах и мемах юмора становится доступно любому реципиенту независимо от культурно-языковых характеристик (*cultural background*).

Кроме того, оба жанра характеризуются привлекающей внимание визуальной составляющей с сопроводительной надписью, что относит их к категории мультимодальных текстов (Kress, van Leeu-

wen, 2001) с одновременным использованием текстового и визуального семиотических модусов в рамках одного продукта.

О взаимоотношениях текстовой и визуальной составляющей Самсон и Хубер (Samson, Huber, 2007: 14) пишут следующее:

- картинка может быть иллюстрацией словесной шутки без добавления юмористического эффекта; следовательно, только текст отвечает за юмористический эффект;

- изображение содержит вспомогательную информацию, не содержащуюся в юмористическом тексте; следовательно, и текст, и изображение способствуют юмористическому эффекту;

- картинка необходима для создания юмора; следовательно, юмор основан только на картинке, а не на тексте, если таковой имеется.

Абрахам (Abraham, 2009: 159) отмечает, что, хотя карикатуры считаются преимущественно визуальным жанром, косвенный характер визуальной составляющей, а также отсутствие однозначно трактуемого синтаксиса требует, чтобы изображение было соотнесено с текстом для уточнения конструируемых смыслов.

Однако с развитием обоих жанров появляются другие типы взаимоотношений вербального и визуального текста. Здесь в первую очередь стоит отметить гибридное взаимодействие, основывающееся на теории блендинга (теории концептуальной интеграции), разработанной Ж. Фоконье и М. Тернером (Fauconnier, Turner, 1998). Каждый компонент привносит часть своего значения в общий смысл, для успешного декодирования бленда необходимо обладать знаниями о всех компонентах, однако простая сумма компонентов не идентична значению бленда. Здесь хотелось бы привести дополнительную классификацию взаимодействия смыслов, предложенную Канашиной (2016: 152–167), которая представляется актуальной как для мемов, так и для карикатур.

- Гибридная модель, основанная на дополнении/достраивании (*completion*) смысла бленда: изображение дополняет смысл вербального компонента и предоставляет дополнительную информацию.
- Гибридная модель, основанная на соединении (*composition*) вербального и визуального компонентов: вербальный и невербальный компоненты играют равнозначную роль в формировании смысла бленда, их содержание как бы «соединяется» в бленде.
- Гибридная модель, основанная на наращивании (*elaboration*) смысла визуальным компонентом под воздействием

вербального компонента, позволяющая расширить значение изображения, или наоборот.

Далее будут представлены уникальные характеристики, позволяющие проиллюстрировать тот факт, что каждый из жанров в настоящий момент занимает собственную нишу в СМИ.

Карикатура и мем представляют собой целостные продукты, однако зачастую мем рождается путем переноса визуальной составляющей в новый ситуативный контекст, где текст является прецедентным феноменом или наоборот. Таким образом, мем обладает определенной степенью вариативности с возможностью модифицировать компоненты мема (изображение или текст) и тем самым редуплицировать его бессчетное количество раз (Канашина, 2016; Никитина, Гудкова, Зандер, 2018). Росс и Риверс в своей работе отмечают, что создатель мема может изменить его значение, внеся изменения в вербальную составляющую, и, таким образом, получить новую итерацию или же подвергнуть изменению вербальную и визуальную составляющую, что в итоге приведет к появлению совершенно нового деривата (Ross, Rivers, 2017: 2). В отличие от мема, карикатура – это уникальный авторский продукт, вербальный и визуальный компонент которого принадлежат к одному и тому же контексту. Сложно себе представить вариативность карикатуры, так как и вербальная, и визуальная составляющие представляют собой реакцию на конкретное событие «здесь и сейчас». Перенос карикатуры в другой ситуативный контекст приведет к потере ее основных свойств, а именно способности разоблачать сущность проблемы, критического осмысления ситуации, остроты юмора и сатиры.

Также необходимо отметить способность мема к распространению путем переадресации, создания ссылок и копирования (Shifman, 2013: 365). Пользователи применяют к мемам следующие стратегии, способствуя их распространению и поддержанию вариативности, – мимикрия и ремикс (Ibid). Однако далеко не все мемы становятся вирусными. В процессе конкурентной борьбы за внимание пользователей выделяются мемы, порождающие тысячи своих вариантов, и просто трендовые мемы (Marwick, 2013: 13).

Вирусность не типична для карикатуры, однако стоит отметить исключения из этого правила: 12 карикатур на пророка Мухаммеда, а также некоторые карикатуры С. Елкина.

Если в некоторых случаях можно сказать, что «мем – это просто смешно» (Колозариди, 2016: 225) и запустить мем может

по сути любой, наложив на смешную картинку смешной текст, то создание карикатуры – это сложный процесс, что подтверждается значительным количеством исследований, посвященных юмору в карикатурах (Sanina, 2019; Tsakona, 2009; Yingchi Chu, 2020; Середина, 2017 и др.) Так, карикатуры сложны для понимания из-за разнообразия и взаимодействия механизмов, порождающих юмор. Юмористические сценарии основаны на явных знаниях и общепринятых убеждениях, которые известны читателям заранее. Если сценарии не являются легко узнаваемыми и широко известными, то юмор может быть не понят (Tsakona, 2009).

Возвращаясь к теме актуальности и политизированности обоих жанров, в первую очередь стоит отметить политический характер интернет-мемов. Так, Абдель-Рахим отмечает, что «мемы – это мультимодальная форма, которая приобретает все более политический характер и используется самими политиками для передачи и распространения информации» (Abdel-Raheem, 2020: 306). Мемы являются популярной формой цифрового политического участия (Ross, Rivers, 2017). Кроме того, исследования подтверждают роль мемов в протестных движениях. Мемы конструируют протестный дискурс, становятся символами мобилизации различных слоев населения, ставят под сомнения властный дискурс (Shomova, 2021; Moreno-Almeida, 2021).

Однако основная роль мемов в политике – подхватывание и распространение идеи, что способствует формированию определенного образа мышления, формы поведения и действий социальных групп (Knobel, Lankshear, 2007).

Карикатуры же на протяжении всей своей истории зарекомендовали себя как чрезвычайно мощное средство высмеивания и критики режимов и социальных обычаев. Например, они использовались общественными и политическими движениями во время арабской весны (Borjabad, Ruiz del Olmo, 2020). Карикатуры не только были транслятором определенного мнения, но и мотивировали людей на борьбу, выступили в качестве мирного оружия для победы над режимом. Или, например, в своей работе А. Крстић, Г. Аиелло, Н. Владисавлэвић (Krstić, Aiello, Vladisavljević, 2020) исследуют, как политические карикатуры отражали и стимулировали сопротивление растущему авторитаризму власти в современной Сербии. Авторы заключают, что карикатуры служат контрдискурсом и инструментом противодействия режиму и лояльным

ему СМИ. Еще один пример – работа Нойбергера и Кремара (Neuberger, Kremar, 2008). Исследование показало, что карикатуры могут иметь важное значение для принятия политических решений: участники экспериментального исследования изменили свое мнение о проблемах, после того как подверглись воздействию политической карикатуры.

Таким образом, можно заключить, что и мемы, и карикатуры являются непременными «участниками» современных политических процессов. Однако, несмотря на растущую популярность мемов, до настоящего момента они не были вовлечены ни в один скандал такого масштаба, как карикатуры, и их публикации не ассоциируются с человеческими жертвами. Далее будет представлен краткий обзор реальных событий, триггерами которых послужили карикатуры.

Реальность воздействия политической карикатуры: карикатуры как триггеры.

Несмотря на кажущуюся неактуальность политической карикатуры, невозможно отрицать силу воздействия, которую она оказывает на общество при определенных обстоятельствах.

Например, 30 сентября 2005 г. произошел «карикатурный скандал» (*conflict* – Olesen, 2009; *crisis* – Kuipers, 2011; Gregersen, 2009; *the global scandalisation* – Jahn, 2015), после того как в крупнейшей датской газете «Юлландс-Постен» (*Jyllands-Posten*) было опубликовано несколько карикатур на пророка Мухаммеда. Публикация повлекла за собой беспорядки и протесты. Это был не просто локальный конфликт: в течение нескольких месяцев полемика переросла в полномасштабное транснациональное явление. Протесты достигли кульминации в феврале 2006 г., когда были совершены поджоги датских представительств в Ливане и Сирии (Olesen, 2009). То, что начиналось как локальный сюжет в маленьком европейском государстве, превратилось в итоге в конфликт между исламом и Западом (Wetherly, 2012).

Далее, 12 февраля 2008 г. датская полиция арестовала троих по подозрению в планировании убийства Курта Вестера-Гаарда, карикатуриста, автора «человека в тюрбане в форме бомбы». 17 крупных газет в Дании переиздали карикатуры, что повлекло за собой новые демонстрации и новые бойкоты (Gregersen, 2009).

7 января 2015 г. в редакции французской газеты «Шарли Эбдо» (*Charlie Hebdo*) было расстреляно 12 сотрудников. Предпосылкой послужил комикс на пророка Мухаммеда.

14 и 15 февраля 2015 г. в Копенгагене произошел теракт с «карикатурной подоплекой». На мероприятии был убит шведский художник Ларс Вилкс, который предположительно являлся главной целью террористов из-за его рисунков Мухаммеда.

16 октября 2020 г. был убит французский учитель Самюэль Пати, после того как на лекции продемонстрировал карикатуры на пророка Мухаммеда.

Так, казалось бы, простое графическое изображение явилось триггером межнациональных и межконфессиональных конфликтов и повлекло за собой человеческие жертвы.

В главе под названием «Карандаш сильнее автомата Калашникова» Леггатт (Leggatt, 2021) отмечает, что карикатуры, кажется, предполагают, что можно бороться с терроризмом и победить его с помощью силы изображения. Но такая гегемонистская демонстрация карикатур в первую очередь провоцирует террористическое насилие.

Нет никаких сомнений в способности карикатуры упорядочивать социальные проблемы и задействовать коллективное сознание сообщества. Очень важно попытаться понять, как этот визуальный способ коммуникации конструирует смыслы, как карикатурам удается включаться в социальную критику, способную направлять общественное понимание проблем (Abraham, 2009: 162).

Стоит также отметить, что трагические события и конфликты, триггерами которых послужили карикатуры, побудили общественность к переосмыслению таких вопросов, как свобода слова и международные отношения (Kuipers, 2011; Wetherly, 2012), межгосударственная политическая активность (Olesen, 2009) и многие другие.

Современные исследования политической карикатуры за рубежом

Политические карикатуры, являющиеся объектом исследований за рубежом, не ограничиваются религиозной тематикой. Широкий спектр актуальных событий, освещаемых через сатирическую призму карикатуры, является эффективным инструментом разоблачения социальных проблем.

Лингвистические исследования с использованием количественных и качественных методов демонстрируют реализуемые в авторских карикатурах стереотипы и клише, циркулирующие в обществе, а также акцентируют внимание на глобальных проблемах, выходящих за рамки национальных контекстов.

Однако метаанализ, проведенный Чен, Пхиддиан, Стюарт (Chen, Phiddian, Stewart, 2017), показывает, что место исследований политической карикатуры в науке до сих пор четко не определено, так как их изучением занимаются разные специалисты, а также проводятся междисциплинарные исследования.

Результаты проведенного нами анализа зарубежной литературы в целом совпадают с результатами метаанализа, в результате которого авторы выделили шесть подтем: метаисследования политических карикатур, свойства политических карикатур, политическая карикатура как зеркало культуры, влияние политических карикатур, восприятие аудиторией и экосистема политической карикатуры.

Далее будет представлен краткий обзор современных зарубежных исследований карикатурного жанра как средства отражения в СМИ процессов, происходящих в обществе.

Целый ряд исследований посвящен гендерным стереотипам, транслируемым при помощи карикатур.

В. Чикаипа (Chikaipa, 2019) в своем исследовании карикатур на Джойс Банду, первую женщину-президента Малави, приходит к выводу, что серии карикатур изображают ее как нерешительного, неэффективного, невежественного и слабого политика, основываясь на укоренившихся в обществе гендерных стереотипах, а не на действиях президента, управляющего страной.

К похожим выводам приходит и Джонсон-Майерс (Johnson-Myers, 2019), заключая, что гендерные стереотипы и концепции присутствовали в оценке лидерских качеств премьер-министра Симпсон-Миллер. Карикатуристы высмеивали ее склонность к расходам, сравнивая с прошлыми премьер-министрами (мужчинами), а также высказывали преувеличенные опасения по поводу уровня ее образования.

Однако исследователи гендерных карикатур в Европе, точнее в Испании, не обнаружили систематической «травли» женщин, впервые занимающих тот или иной высокий политический пост. Напротив, женские политические прорывы чаще получают признание, чем игнорируются или высмеиваются, но изображение

женщин-политиков не лишено тривиальных черт, особенно со стороны консервативных карикатуристов (Pastor,Verge, 2021).

Карикатуры также являются эффективным инструментом трансляции этнических стереотипов и идентичности.

Исследование Леннон, Килби (Lennon, Kilby, 2020) посвящено политическим карикатурам на тему референдума в Великобритании о членстве в Европейском Союзе и последующего голосования за выход в 2016 г. В фокусе работы – риторика карикатур, свидетельствующая о конструировании национальной идентичности и инаковости. Утверждается, что такие карикатуры можно рассматривать как микропримеры закрепления Брексита как самореференциального политического разрыва, определяемого оппозиционными дискурсами и сопутствующим им интеллектуальным наследием.

Зайнутдин, Махамуд (Zainuddin, Mahamood, 2018) в своем исследовании анализировали карикатуры Лэта, известного малазийского карикатуриста, раскрывающие уникальность многонационального малазийского общества, необходимость сохранения национального наследия. В работах Лэта всегда отражаются особенности малазийской культуры, социальная, экономическая и политическая системы страны.

Стоит также выделить большой пласт исследований карикатур, посвященных экологическим проблемам.

В исследовании Манзо (Manzo, 2012) карикатура предстает способной эффективно представлять геополитику изменения климата. Изучив карикатуры, представленные в 2008 г. на международном политическом конкурсе карикатур *Earthworks*, автор заключает, что они способны обеспечивать более полное понимание проблем изменения климата, чем другие визуальные формы (рисунки, фотографии). Разнообразие, наряду со способностью карикатуры представить сложные вопросы в упрощенной и доступной форме, дает им возможность играть существенную роль в дискурсе изменения климата.

В исследовании Айнзидель, Ремиллард, Гомаа, Зеаитер (Einsiedel, Remillard, Gomaa, Zeaiter, 2017) изучались изображения биотоплива в политических карикатурах в Интернете. Результаты исследования показывают неослабевающую роль карикатуры на политической арене.

Особо стоит отметить исследования, посвященные прикладному использованию карикатур в сфере образования. В работе Вавра

(Wawra, 2018) рассматривается тема мультимодальной грамотности. Автор утверждает, что анализ политических карикатур может быть применен в качестве учебного пособия по обучению чтению на уроках английского языка в средней и высшей школе. Автор отмечает, что карикатуры можно использовать для улучшения понимания учащимися взаимодействия различных модусов (текстового и визуального) и того, как основные риторические стилистические средства, такие как метафора, метонимия и персонификация, конструируются в разных модусах.

Оуэнс (Owens, 2016) также отмечает, что эффективность политических карикатур в преподавании теоретического и концептуального материала и улучшении навыков критического мышления явно недооценена. Изучение политических карикатур помогает студентам отточить свои аналитические навыки, оживляя дискуссии в классе.

Также в работах зарубежных исследователей предлагается ряд теоретико-методологических подходов к исследованию карикатур как сложившейся экосистемы.

Так, в своей работе Абдель-Рахим (Abdel-Raheem, 2020) утверждает, что визуальный и мультимодальный дискурс выиграет от принятия теории ментальных моделей ван Дейка в качестве базовой модели для анализа. Автор отмечает, что изучение политических карикатур как дискурса все еще остается маргинальной областью в исследованиях массовых коммуникаций и журналистики, в то время как кино, комиксы, реклама и другие жанры изучены несравненно глубже. Особенно актуален тот факт, что политические карикатуры практически не изучались с эпистемологической точки зрения. Систематический анализ способов интерактивного «управления» знаниями (выражаемыми, предполагаемыми, формулируемыми, организованными, подразумеваемыми и т. д.) в рамках структуры и стратегий мультимодального текста может быть определен как эпистемический мультимодальный анализ дискурса.

Свейн (Swain, 2012) в своей работе использует теорию оценки для интерпретации оценочного значения, конструируемого сложными визуальными и вербальными ресурсами в политических карикатурах. Автор вводит понятие «оценочного ключа», или стиля межличностного общения. В итоге было обнаружено два типа конфигурации: «голос репортера» и «голос писателя». Голос ре-

портера поддерживает видимость объективности, приписывая оценочные высказывания внешним источникам, избегая, таким образом, авторской оценки любого рода. Голос писателя далее подразделяется на голос «корреспондента» и голос «комментатора». Оба эти ключа используют авторское отношение, но голос комментатора имеет тенденцию к использованию авторского суждения чаще. Голос корреспондента имеет тенденцию вызывать уважение и признательность со стороны общества.

Исследование Ингчи (Yingchi Chu, 2020) посвящено вопросам понимания юмора в политической карикатуре. Автор утверждает, что мейнстримные политические карикатуры уникально сочетают в себе три черты иконичности: прямое сходство, диаграмматическую схематизацию и метафорическое смещение, что Чарльз С. Пирс (Pierce, 1992) называл концепцией гипоиконичности. Соответственно, потребители карикатур (*the readers*) реконструируют прямое сходство карикатуры с реальными историческими личностями и ситуациями посредством метафорического искажения, представленного в карикатуре, и тем самым восстанавливают схематическое, визуальное структурное мышление автора, чтобы в итоге прийти к пониманию сатирического послания автора карикатуры.

Заключение и выводы: о будущем политической карикатуры

Подводя итоги, можно заключить, что, несмотря на разнообразие доступных средств визуализации, в СМИ конкурентов у карикатуры нет. Это связано прежде всего с тем, что ни один жанр до сих пор не продемонстрировал такую силу воздействия и такой политический потенциал, как карикатура.

При том что большое количество работ посвящено тонкой сатире и юмору карикатуры, до сих пор остается открытым вопрос «правильного» декодирования смысла, заложенного автором. Комплексный механизм производства юмора карикатуры включает в себя взаимодействие визуальной и текстовой составляющей, в основе которых лежат концептуальные метафоры, приемы преувеличения и противопоставления. Таким образом, в зависимости от того, насколько читатель знаком с представляемыми в карикатуре сценариями, зависит его способность интерпретировать смысл карикатуры. При исследовании влияния карикатуры на аудиторию

следует принимать во внимание тот факт, что из одной карикатуры можно извлечь разные смыслы,

Почему мемы не заменят карикатуры? Использование шаблонных изображений упрощает порождаемые смыслы. Задача мема, смешного и понятного самой широкой аудитории, – распространять идеи. Карикатура – комплексный феномен, «штучный товар», создаваемый под конкретное событие, максимально точно и злободневно представляющий социальную проблему. С другой стороны, нельзя не отметить тот факт, что карикатуры, как и новости, быстро утрачивают актуальность.

Смогут ли карикатуры идти в ногу со временем и адаптироваться к требованиям современных СМИ? Для этого не существует никаких видимых препятствий. Несмотря на кажущееся сокращение присутствия, благодаря Интернету жанр политической карикатуры продолжает развиваться: создаются глобальные платформы, где художники со всего мира делятся своими произведениями, например *cartoonmovement.com, gocomics.com, politico.com* и другие.

Примечания

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и АНО ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31335.

[2] Энциклопедия «Всемирная история». Режим доступа: https://w.histrf.ru/articles/article/show/karikatura (дата обращения: 23.06.2021).

Библиография

Гузаерова Р. Р. Интернет-мем как знак современного медиапространства // Филология и культура. 2017. № 2 (48). С. 50–54.

Канашина С. В. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2016.

Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987.

Колозариди П. Мем о бесславии // Logos. 2016. №6. С. 219–235.

Лысенко Е. М. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестн. СПбГУ. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424. DOI: https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2017.403

Никитина О. А., Гудкова О. А., Зандер Ф. Интернет-мем как мультимодальный феномен немецкоязычного интернет-дискурса // Язык и культура. 2018. № 43. С. 74–87. DOI: 10.17223/19996195/43/5

Середина Е. В. Ирония в политической карикатуре // Современные тенденции развития науки и технологий. 2017. № 3–6. С. 66–70.

Симакова С. И. Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? // Вестн. Самар. ун-та. История, педагогика, филология. 2017. № 1.2. С. 135–139.

Abdel-Raheem A. (2020) Mental Model Theory as a Model for Analysing Visual and Multimodal Discourse. *Journal of Pragmatics* 155: 303–320. DOI: https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.09.012

Abraham L. (2009) Effectiveness of Cartoons as a Uniquely Visual Medium for Orienting Social Issues. *Journalism & Mass Communication Monographs* 11 (2): 117–165. DOI: 10.1177/152263790901100202

Boehm G., Mitchell W. J. T. (2009) Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique* 50 (2–3): 103–121. DOI: https://doi.org/10.1080/14735780903240075

Borjabad S. A. F., Ruiz del Olmo F. J. (2020) Arab Political Cartoons and Facebook: Nadia Khiari, Ali Ferzat and Mohammed Sabaaneh. *Journal of Communication Inquiry* 75 (3): 1–23. DOI: https://doi.org/10.1177/0196859920977115

Chen K. W., Phiddian R., Stewart R. (2017) Towards a Discipline of Political Cartoon Studies: Mapping the Field. In J. M. Davis (ed.) *Satire and Politics*. *Palgrave Studies in Comedy*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 125–162. DOI: 10.1007/978-3-319-56774-7

Chikaipa V. (2019) Caring Mother or Weak Politician? A Semiotic Analysis of Editorial Cartoon Representations of President Joyce Banda in Malawian Newspapers. *Critical Arts* 33 (2): 14–28. DOI: 10.1080/02560046.2019.1655583

Einsiedel E., Remillard C., Gomaa M., Zeaiter E. (2017) The Representation of Biofuels in Political Cartoons: Ironies, Contradictions and Moral Dilemmas. *Environmental Communication* 11 (1): 41–62. DOI: https://doi.org/10.1080/17524032.2015.1076017

Fauconnier G., Turner M. (1998) Conceptual integration networks. *Cognitive science* 22 (2): 133–187. DOI: https://doi.org/10.1016/S0364-0213(99)80038-X

Gregersen N. H. (2009) On Taboos: The Danish Cartoon Crisis 2005–2008. *Dialog* 48: 79–96.

Jahn E. (2015) The Globalisation of the Danish Cartoon Dispute. In *German Domestic and Foreign Policy*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 59–73. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-662-47929-2_4

Johnson-Myers T. M. (2019) Negative Media Frames and Female Politicians: A Case Study of Jamaica's First Female Prime Minister, Portia Simpson-Miller. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 28 (1): 193–214.

Knobel M., Lankshear C. (2007) *A new literacies sampler*. New York: Peter Lang.

Kress G. R., van Leeuwen T. (2001) *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Edward Arnold Publ.

Kristeva J. (1986) Word, dialogue and novel. In T. Moi (ed.) *The Kristeva Reader*. Oxford: Basil Blackwell. Pp. 34–61.

Krstić A., Aiello G., Vladisavljević N. (2020) Visual metaphor and authoritarianism in Serbian political cartoons. *Media, War & Conflict* 13 (1): 27–49. DOI: https://doi.org/10.1177/1750635219856549

Kuipers G. (2011) The politics of humour in the public sphere: Cartoons, power and modernity in the first transnational humour scandal. *European Journal of Cultural Studies* 14 (1): 63–80. DOI: https://doi.org/10.1177/1367549410370072

Lakoff G., Johnson M. (1980) *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Leggatt M. (2021) The Pencil is Mightier Than the Kalashnikov: What Cartoons Can Tell Us About Our (Mis)understanding of Terrorist Acts in the Wake of the Charlie Hebdo Massacre. In E. Caoduro, K. Randell, K. A. Ritzenhoff (eds.) *Mediated Terrorism in the 21st Century*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 159–288. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-73511-1

Lennon H. W., Kilby L. (2020) A Multimodal Discourse Analysis of 'Brexit': Flagging the Nation in Political Cartoons. In M. A. Demasi, S. Burke, C. Tileag (eds.) *Political Communication. Palgrave Studies in Discursive Psychology*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 115–146. DOI: 10.1007/978-3-030-60223-9

Manzo K. (2012) Earthworks: The Geopolitical Visions of Climate Change Cartoons. *Political Geography* 31 (8): 481–494. DOI: 10.1016/j.polgeo.2012.09.001

Marwick A. (2013) Memes. *Contexts* 12 (4): 12–13. DOI: https://doi.org/10.1177/1536504213511210

Moreno-Almeida C. (2021) Memes as snapshots of participation: The role of digital amateur activists in authoritarian regimes. *New Media and Society* 23 (6): 1545–1566. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444820912722

Neuberger L., Kremar M. (2008) *Exploring the Effects of Editorial Cartoons on Attitude Change: An Experimental Analysis. Presentation, at the Annual Convention of the International Communication Association, Montreal, Canada, May 22–26.*

Olesen T. (2009) The Muhammad Cartoons Conflict and Transnational Activism. *Ethnicities* 9 (3): 409–426. DOI: https://doi.org/10.1177/1468796809337432

Owens K. A. (2016) Captioning Political Cartoons from Different Perspectives as a Tool for Student Reflection. In L. Byrne (ed.) *Learner-Centered Teaching Activities for Environmental and Sustainability Studies*. Cham: Springer. Pp. 301–306. DOI: 10.1007/978-3-319-28543-6

Pastor R., Verge T. (2021) The Symbolic Representation of Women's Political Firsts in Editorial Cartoons. *Feminist Media Studies*. DOI: 10.1080/14680777.2021.1886140

Pierce Ch. (1992) Reason and the Logic of Things: The Cambridge Conferences Lectures of 1898. In K. L. Ketner (ed.) *Charles Sanders Pierce*. Cambridge; Massachusetts: Harvard University Press.

Ross A. S., Rivers D. J. (2017) Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media* 16: 1–11. DOI: https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001

Samson A. C., Huber O. (2007) The Interaction of Cartoonist's Gender and Formal Features of Cartoons. *Humor-International Journal of Humor Research* 20 (1): 1–25. DOI: 10.1515/HUMOR.2007.001

Sanina A. (2019) Who Are You Kidding?: Visual Political Irony in Contemporary Russia. *Qualitative Inquiry* 25 (4): 432–444. DOI: https://doi.org/10.1177/1077800418790292

Shifman L. (2013) Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer - Mediated Communication* 18: 362–377. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12013

Shomova S. (2021) «Hieroglyphs of protest»: Internet Memes and Protest Movement in Russia. *Problems of Post-Communism*. DOI: 10.1080/10758216.2020.1864217

Swain E. (2012) Analysing Evaluation in Political Cartoons. *Discourse, Context & Media* 1 (2–3): 82–94. DOI: 10.1016/j.dcm.2012.09.002

Tsakona V. (2009) Language and Image Interaction in Cartoons: Towards a Multimodal Theory of Humor. *Journal of Pragmatics* 41 (6): 1171–1188. DOI: https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.12.003

Wawra D. (2018) Multimodal Literacy: Meaning Negotiations in Political Cartoons on the Refugee Crisis. *System* 77: 10–18. DOI: 10.1016/j.system.2018.02.018

Wetherly P. (2012) Freedom of Expression, Multiculturalism and the 'Danish Cartoons'. In M. Farrar, S. Robinson, Y. Valli, P. Wetherly (eds.) *Islam in the West*. London: Palgrave Macmillan. Pp. 36–55. DOI: 10.1057/9781137025067_4

Yingchi Chu (2020) On the Hypoiconic Structure of Cartoons. *Social Semiotics*: 1–17. DOI: 10.1080/10350330.2020.1756587

Zainuddin N., Mahamood M. (2018) National Identity in Lat's Editorial Cartoons. In R. Anwar, M. Mahamood, D. Md. Zain, M. Abd Aziz, O. Hassan, S. Abidin (eds.) *Proceedings of the Art and Design International Conference (AnDIC 2016)*. Singapore: Springer. Pp. 27–34.

Notes

Entsiklopediya «Vsemirnaya istoriya» [Encyclopedia "World History"]. Available at: https://w.histrf.ru/articles/article/show/karikatura (accessed: 23.06.2021).

References

Abdel-Raheem A. (2020) Mental Model Theory as a Model for Analysing Visual and Multimodal Discourse. *Journal of Pragmatics* 155: 303–320. DOI: https://doi.org/10.1016/j.pragma.2019.09.012

Abraham L. (2009) Effectiveness of Cartoons as a Uniquely Visual Medium for Orienting Social Issues. *Journalism & Mass Communication Monographs* 11 (2): 117–165. DOI: 10.1177/152263790901100202

Boehm G., Mitchell W. J. T. (2009) Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique* 50 (2-3): 103–121. DOI: https://doi.org/10.1080/14735780903240075

Borjabad S. A. F., Ruiz del Olmo F. J. (2020) Arab Political Cartoons and Facebook: Nadia Khiari, Ali Ferzat and Mohammed Sabaaneh. *Journal of Communication Inquiry* 75 (3): 1–23. DOI: https://doi.org/10.1177/0196859920977115

Chen K. W., Phiddian R., Stewart R. (2017) Towards a Discipline of Political Cartoon Studies: Mapping the Field. In J. M. Davis (ed.) *Satire and Politics*. *Palgrave Studies in Comedy*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 125–162. DOI: 10.1007/978-3-319-56774-7

Chikaipa V. (2019) Caring Mother or Weak Politician? A Semiotic Analysis of Editorial Cartoon Representations of President Joyce Banda in Malawian Newspapers. *Critical Arts* 33 (2): 14–28. DOI: 10.1080/02560046.2019.1655583

Einsiedel E., Remillard C., Gomaa M., Zeaiter E. (2017) The Representation of Biofuels in Political Cartoons: Ironies, Contradictions and Moral Dilemmas. *Environmental Communication* 11 (1): 41–62. DOI: https://doi.org/10.1080/17524032.2015.1076017

Fauconnier G., Turner M. (1998) Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science* 22 (2): 133–187. DOI: https://doi.org/10.1016/S0364-0213(99)80038-X

Gregersen N. H. (2009) On Taboos: The Danish Cartoon Crisis 2005–2008. *Dialog* 48: 79–96.

Guzaerova R. R. (2017) Internet-mem kak znak sovremennogo mediaprostranstva [Internet Meme as a Sign of Modern Media Space]. *Filologiya i kul'tura* 2 (48): 50–54. (In Russian)

Jahn E. (2015) The Globalisation of the Danish Cartoon Dispute. In *German Domestic and Foreign Policy*. Berlin; Heidelberg: Springer. Pp. 59–73. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-662-47929-2_4

Johnson-Myers T. M. (2019) Negative Media Frames and Female Politicians: A Case Study of Jamaica's First Female Prime Minister, Portia Simpson-Miller. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society* 28 (1): 193–214.

Kanashina S. V. (2016) *Internet-mem kak novyy vid polimodal'nogo diskursa v internet-kommunikatsii (na materiale angliyskogo yazyka):* dis. ... kand. filol. nauk. [Internet Meme as a New Type of Polymodal Discourse in Internet Com-

munication (on the material in English): PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Karaulov Yu. N. (1987) *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [The Russian Language and Linguistic Personality]. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

Knobel M., Lankshear C. (2007) *A New Literacies Sampler*. New York: Peter Lang.

Kolozaridi P. (2016) Mem o besslavii [The Meme About Infamy]. *Logos* 6: 219 235. (In Russian)

Kress G. R., van Leeuwen T. (2001) *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Edward Arnold Publ.

Kristeva J. (1986) Word, Dialogue and Novel. In T. Moi (ed.) *The Kristeva Reader*. Oxford: Basil Blackwell. Pp. 34–61.

Krstić A., Aiello G., Vladisavljević N. (2020) Visual Metaphor and Authoritarianism in Serbian Political Cartoons. *Media, War & Conflict* 13 (1): 27–49. DOI: https://doi.org/10.1177/1750635219856549

Kuipers G. (2011) The politics of humour in the public sphere: Cartoons, power and modernity in the first transnational humour scandal. *European Journal of Cultural Studies* 14 (1): 63–80. DOI: https://doi.org/10.1177/1367549410370072

Lakoff G., Johnson M. (1980) *Metaphors We Live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Leggatt M. (2021) The Pencil is Mightier than the Kalashnikov: What Cartoons Can Tell Us About Our (Mis)understanding of Terrorist Acts in the Wake of the Charlie Hebdo Massacre. In E. Caoduro, K. Randell, K. A. Ritzenhoff (eds.) *Mediated Terrorism in the 21st Century*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 159–288. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-73511-1

Lennon H. W., Kilby L. (2020) A Multimodal Discourse Analysis of 'Brexit': Flagging the Nation in Political Cartoons. In M. A. Demasi, S. Burke, C. Tileag (eds.) *Political Communication. Palgrave Studies in Discursive Psychology*. Cham: Palgrave Macmillan. Pp. 115–146. DOI: 10.1007/978-3-030-60223-9

Lysenko E. M. (2017) Internet-memy v kommunikacii molodezhi [Internet memes in youth communication]. *Vestnik SPbGU. Sotsiologiya* 10 (4): 410 424. DOI: https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2017.403 (In Russian)

Manzo K. (2012) Earthworks: The Geopolitical Visions of Climate Change Cartoons. *Political Geography* 31 (8): 481–494. DOI: 10.1016/j.polgeo.2012.09.001

Marwick A. (2013) Memes. *Contexts* 12 (4): 12–13. DOI: https://doi.org/10.1177/1536504213511210

Moreno-Almeida C. (2021) Memes as Snapshots of Participation: the Role of Digital Amateur Activists in Authoritarian Regimes. *New Media and Society* 23 (6): 1545–1566. DOI: https://doi.org/10.1177/1461444820912722

Neuberger L., Kremar M. (2008) *Exploring the Effects of Editorial Cartoons on Attitude Change: an Experimental Analysis. Presentation, at the Annual*

Convention of the International Communication Association, Montreal, Canada, May 22–26.

Nikitina O. A., Gudkova O. A., Zander F. (2018) Internet-mem kak mul'timodal'nyy fenomen nemetskoyazychnogo internet-diskursa [Internet Meme as a Multimodal Phenomenon in German Internet Discourse]. *Yazyk i kul'tura* 43: 74–87. (In Russian)

Olesen T. (2009) The Muhammad Cartoons Conflict and Transnational Activism. *Ethnicities* 9 (3): 409–426. DOI: https://doi.org/10.1177/146879680 9337432

Owens K. A. (2016) Captioning Political Cartoons from Different Perspectives as a Tool for Student Reflection. In L. Byrne (ed.) *Learner-Centered Teaching Activities for Environmental and Sustainability Studies*. Cham: Springer. Pp. 301–306. DOI: 10.1007/978-3-319-28543-6

Pastor R., Verge T. (2021) The Symbolic Representation of Women's Political Firsts in Editorial Cartoons. *Feminist Media Studies*. DOI: 10.1080/14680777.2021.1886140

Pierce Ch. (1992) Reason and the Logic of Things: The Cambridge Conferences Lectures of 1898. In K. L. Ketner (ed.) *Charles Sanders Pierce*. Cambridge; Massachusetts: Harvard University Press.

Ross A. S., Rivers D. J. (2017) Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S Presidential Candidates. *Discourse, Context & Media* 16: 1–11. DOI: https://doi.org/10. 1016/j.dcm.2017.01.001

Samson A. C., Huber O. (2007) The Interaction of Cartoonist's Gender and Formal Features of Cartoons. *Humor-International Journal of Humor Research* 20 (1): 1–25. DOI: 10.1515/HUMOR.2007.001

Sanina A. (2019) Who Are You Kidding?: Visual Political Irony in Contemporary Russia. *Qualitative Inquiry* 25 (4): 432–444. DOI: https://doi.org/10. 1177/1077800418790292

Seredina E. V. (2017) Ironiya v politicheskoy karikature [Irony in Political Caricature]. *Sovremennye tendentsii razvitiya nauki i tekhnologiy* 3–6: 66–70. (In Russian)

Shifman L. (2013) Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer - Mediated Communication* 18: 362–377. DOI: https://doi.org/10.1111/jcc4.12013

Shomova S. (2021) «Hieroglyphs of Protest»: Internet Memes and Protest Movement in Russia. *Problems of Post-Communism*. DOI: 10.1080/10758216. 2020.1864217

Simakova S. I. (2017) Vizualizatsiya v SMI: vynuzhdennaya neobkhodimost' ili ob"ektivnaya real'nost'? [Visualization in the Media: a Forced Necessity or an Objective Reality?]. *Vestnik Samarskogo Universiteta. Istoriya, pedagogika, filologiya* 1 (2): 135–139. (In Russian)

Swain E. (2012) Analysing Evaluation in Political Cartoons. *Discourse, Context & Media* 1 (2–3): 82–94. DOI: 10.1016/j.dcm.2012.09.002

Tsakona V. (2009) Language and Image Interaction in Cartoons: Towards a Multimodal Theory of Humor. *Journal of Pragmatics* 41 (6): 1171–1188. DOI: https://doi.org/10.1016/j.pragma.2008.12.003

Wawra D. (2018) Multimodal Literacy: Meaning Negotiations in Political Cartoons on the Refugee Crisis. *System* 77: 10–18. DOI: 10.1016/j.system.2018.02.018

Wetherly P. (2012) Freedom of Expression, Multiculturalism and the 'Danish Cartoons'. In M. Farrar, S. Robinson, Y. Valli, P. Wetherly (eds.) *Islam in the West*. London: Palgrave Macmillan. Pp. 36–55. DOI: 10.1057/9781137025067_4

Yingchi Chu (2020) On the Hypoiconic Structure of Cartoons. *Social Semiotics*: 1–17. DOI: 10.1080/10350330.2020.1756587

Zainuddin N., Mahamood M. (2018) National Identity in Lat's Editorial Cartoons. In R. Anwar, M. Mahamood, D. Md. Zain, M. Abd Aziz, O. Hassan, S. Abidin (eds.) *Proceedings of the Art and Design International Conference (AnDIC 2016)*. Singapore: Springer. Pp. 27–34.

Поступила в редакцию
09.08.2021