

УДК 070(091)

САТИРИЧЕСКАЯ И ПОЗИТИВНАЯ КАРИКАТУРЫ КАК ВНЕЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ФОРМЫ КОМИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

А.И. Шурхаев

Аннотация

В статье анализируется визуальная публицистика, в частности сатирическая и позитивная карикатуры как внелингвистические формы воздействия на аудиторию. Подчеркивается, что этот жанр ориентирован преимущественно на эмоциональное воздействие посредством зрительного образа, метафоры, которым отводится ведущая роль: не изображение иллюстрирует текст, а текст дополняет изображение, направляет по определенному руслу то чувство, которое зрительный образ вызывает у человека. Рассматриваются комические знаки как особая оригинальная категория языка семантики, прослежен механизм их действия, обозначены задачи, которые эти знаки решают в публицистике.

Ключевые слова: визуальная публицистика, карикатура, комиксы, публицистика, художественный образ, социальное явление, периодика.

Публицистику начала XXI в. следует рассматривать в рамках теории убеждающей коммуникации, поскольку, по утверждению А.Н. Тепляшиной, «в коммуникативные намерения автора часто входит стремление изменить состояние аудитории» [1, с. 19]. Как известно, человек анализирует мир не только в соответствии с законами логики, не только через категории понятий, но и с помощью представлений. «Образный ряд, – подчеркивает М.И. Стюфляева, – развивается в тесном единении с логико-понятийным рядом при общем приоритете понятийного начала» [2, с. 166]. Так, внелингвистические знаковые формы создают образ, позволяющий автору акцентировать внимание читателя на той или иной проблеме. Необходимо отметить также, что внелингвистические знаки как важный сегмент журналистики не только информируют (что очень важно), но и способствуют формированию у аудитории эталона поведения.

Одним из средств повышения эффективности коммуникации автора с аудиторией в современной публицистике является использование карикатур как одной из внелингвистических форм комического. Характерно, что в отличие от преимущественно нейтральной лексики журналистского текста карикатура в силу своей номинативной функциональности по-особому воздействует на аудиторию. В этом мы убедились, анализируя авторские материалы периодических изданий «Российская газета», «Труд», «Известия», «Литературная газета» «Крокодил», «Аргументы и Факты», «Комсомольская Правда» за 2000–2004 гг.

Наглядность, художественная образность карикатуры, юмористического рисунка выступают как самоочевидность, стремительно перерабатываясь в сознании читателей на интуитивно-семантическом уровне в социально активную форму восприятия того или иного жизненного явления. Основной задачей карикатуры является высмеивание отсталых форм жизни. Карикатура является «графическим отображением», «слепком» протекающих в обществе социальных явлений. Она способствует познанию действительности через образ, который нередко в своей семантике носит стереотипный характер и легко вводится в контекстуальное поле читательской аудитории на ассоциативном уровне. Воздействие стереотипа, принимаемого читателем, осуществляется через его установочное влияние на сознание человека. Если читатель считает содержание стереотипа достоверным, то в силу указанной связи он рассматривает в свете достоверности подводимое автором под категорию стереотипа содержание произведения.

Как особая эстетическая категория карикатура выступает эффективным инструментом воздействия на аудиторию благодаря своим богатым выразительным ресурсам. Комическое в карикатуре построено на иронии, метафоричности сюжетной линии. Единица данного жанра несет в себе повышенную экспрессивность, что дает ей возможность, преломляясь через эстетическое сознание читателя, передавать ему эмоции автора. Экспрессивно-эмоциональная формула жанра проявляет себя как через семантику, так и через специфику его воздействия, через включение на ассоциативном уровне как реакцию на злободневность поднятого вопроса механизма перевода мышления в конкретную чувственную модальность.

В качестве примера социальной карикатуры рассмотрим одну из работ, опубликованную в «Российской газете», где выразительные приемы карикатуры позволяют раскрыть одну из важнейших проблем нашего времени – проблему профессиональной востребованности людей науки (РГ1). На рисунке художник В. Ступин изобразил двух интеллигентных с виду людей. Один из них (по деловому одетый мужчина) спрашивает другого (дворника): «Вы ведь хотели устроиться в гостиницу швейцаром?». Дворник ему отвечает: «Да, но там был нужен академик, а я всего лишь профессор» (рис. 1)¹. Характерен локальный прием художника: на голове дворника – академическая четырехуголка. Комическое здесь сопряжено с реальностью. Через гиперболизированное сравнение «высвечена» проблема трудоустройства ученых в непростое постперестроечное время. Данная карикатура – больше чем констатация факта, это особая форма эмоциональной критики, через рисунок дающая негативную оценку рассматриваемому явлению.

Приведем еще один пример из «Российской газеты» (РГ2). Полон иронии, граничащей с сарказмом, рисунок художника И. Левитина, на котором читатель видит, как рабочий снял с двери табличку с надписью «Начальник» и прибил новую с надписью «Барин». А начальник в комичной позе, задрав нос, гордо стоит рядом и наблюдает за происходящим. Бесспорно, эта карикатура отражает некий социологический эквивалент, поданный образным языком, отражает

¹ Рисунки перепечатываются с разрешения редакций соответствующих изданий.



Рис. 1

предмет лонгитюдного исследования социологов – динамику роста негативного отношения чиновников к простому человеку.

Полистилистическая природа комического в карикатуре, нередко выражающаяся одновременно через элементы юмора, иронии, гиперболической заостренности в отношении объекта критики, позволяет читателю рассматривать объект сквозь призму комического восприятия, что дает возможность максимально раскрыть его сущность.

Представляет интерес статистика публикаций карикатур с 2000 по 2004 гг. в следующих периодических изданиях: «Российская газета», «Труд», «Крокодил», «Аргументы и Факты», «Комсомольская Правда», «Литературная газета», «Известия». В 2000 г. в данных газетах было опубликовано 1 418 карикатур, в 2001 г. – 1 497, в 2002 г. – 1 858, в 2003 г. – 1 799, в 2004 г. – 2 043 карикатуры. Таким образом, очевидно усиление тенденции к использованию в современной публицистике внелингвистических форм экспрессивно-эмоционального воздействия на аудиторию.

Особое внимание языку семиотики как важному, чрезвычайно эффективному инструменту анализа окружающего мира уделяется в газете «Известия», что отличает ее от ряда других газет как федерального, так и регионального уровня. К примеру, с 2000 по 2004 гг. в ней было опубликовано 160 единиц комической графики, 70% из которых, то есть 896 единиц, были представлены в жанре карикатуры, являясь иллюстрационным материалом к журналистским текстам; 20% были поданы как самостоятельная форма эстетико-эмоционального воздействия на аудиторию (то есть не являлись иллюстрациями к статьям); 10% были выполнены в жанре шаржа и юмористического рисунка.

Для более эффективного воздействия на читателя в газете нередко применяется технология комикса. «Комикс – вид печатной продукции, представляющий собой повествование в картинках с продолжениями, снабженное кратким



Рис. 2

сопроводительным текстом или репликами действующих лиц» [3, с. 153]. Стилизация комикса многообразна, благодаря чему данный вид печатной продукции нередко является эффективным средством графической агитации, тонким инструментом анализа действительности, а главное, он обладает ярко выраженным юмористическим эффектом. Технология комиксного анализа жизненных явлений позволяет художнику поднять карикатуру как эстетическую категорию на особый уровень, расширить амплитуду контекстуального поля воздействия данного феномена как оригинального оружия публицистики.

Художник С. Елкин, автор рубрики комиксов «Эпоха Елкина» газеты «Известия», затрагивает в своих произведениях вопросы, являющиеся актуальными для всей страны (Изв1). Так, одно из его произведений отражает «эволюцию» чиновничества в России и появление в связи с этим все новых форм злоупотреблений властью. В частности, рассматривается проблема взяточничества, о чем свидетельствует подпись под одним из фрагментов рисунка: «Скачком эволюции стало появление взятокопитающих» (рис. 2). Несмотря на утрированное представление раскрываемого явления, комикс правдив в соответствии с законами комической метафоризации и чувственно-эмоционального восприятия мира.

Представляет также интерес малоизученная, но активно развивающаяся в настоящее время и широко используемая в различных периодических изданиях позитивная карикатура. Важнейшим художественным приемом ее реализации является заострение внимания на положительном аспекте какого-либо явления или события. По сути, позитивная карикатура является неким предикатом, определенной дефиницией, отражающей оригинальный, неповторимый подход автора к рассматриваемому объекту. Специфика данной эстетической категории проявляется в сочетании смешного и серьезного при преобладании позитивного начала. По своим видовым признакам позитивная карикатура стоит ближе к юмору, чем к сатире. Следует отметить также, что изображения, выполненные в данном жанре, нельзя назвать абстрактными, безадресными рисунками: они всегда выражают определенную реальную идею. Онтология комического, его философская сущность говорят о том, что не все комическое есть критика, нередко оно – веселое несоответствие жизненной реальности, ее утрированная копия.



Рис. 3

Механизм действия позитивной карикатуры обладает выраженной ориентацией на контекстуальное ожидание читательской аудитории, а порой и изоморфен ему. «Пониманию юмористического произведения, – пишет Г.А. Хайрутдинова, – во многом способствуют определенные ожидания» [4, с. 29]. Это фоновая готовность читателя к встрече с веселой, озорной, а может быть, и неожиданно оригинальной мыслью, к восприятию комического.

Как и классическая (сатирическая) карикатура, ее позитивный аналог имеет широкую тематическую амплитуду охвата окружающей действительности, часто отнюдь не развлекательного характера. Отметим видовые признаки позитивной карикатуры:

- 1) особая эстетика проявления комизма в графике;
- 2) выделение позитивного начала при создании художественного образа;
- 3) акцентирование внимания на его положительных особенностях.

Рассмотрим несколько примеров позитивной карикатуры, опубликованных в указанных нами ранее изданиях.

Автор карикатур газеты «Известия» художник Д. Цветков посвятил одно из своих произведений теме развития отношений между Россией и Китаем в сфере энергетики (Изв2). Художник нарисовал трубопровод в виде огромного дракона в национальном китайском головном уборе. Созданный образ символичен сам по себе. Подпись к рисунку гласит: «Газовый прорыв на китайском направлении» (рис. 3). В известной мере эта позитивная карикатура отражает завершение этапа переговоров о поставке российского газа в Китай.

Свой вариант позитивной карикатуры представила газета «Труд», которая также нередко обращается к ней, чтобы на языке графики через художественный образ донести до читателя позитивно-окрашенную семантику раскрываемого события, явления. Так, на одном из рисунков мы видим графический эквивалент идеи единства Европы, стирания границ между европейскими странами (Тр). Сюжет рисунка таков: у дирижерского пульта, на котором находится партитура, где вместо нот – звездочки Евросоюза, стоит дирижер, перед ним слаженно поющий хор, каждый человек в нем – «страна». Под рисунком подпись: «Евросоюз и Россия» (рис. 4). Данная карикатура, будучи внешне очень комичной, объективирует неявные процессы, протекающие в мире. Действительно, мы знаем, что планы объединения Евросоюза и России находятся в активной разработке,



Рис. 4

а образ Европы «как единого хора» очень заманчив. Карикатура глубоко философична: философская концепция здесь «спрессована» до формулы рисунка – знака, некоего художественного эквивалента рабочей идеи. Таким образом, данная эстетическая единица может отступать от жизненной точности воспроизводства реальности, потому что искусство всегда в известной мере условно.

Примеры позитивной карикатуры можно обнаружить и в «Литературной газете». На одном из рисунков (художник М. Златовратский) мы видим, как президент В.В. Путин «несет на себе Россию», а точнее – ее контурную видимость (ЛГ). Над рисунком надпись: «Ох, и нелегкая это работа...» (рис. 5).

Особый интерес в позитивной карикатуре вызывает юмористический фактор, на основе которого она строится. В отличие от карикатуры «нападающей», критикующей, обличающей пороки, позитивная карикатура веселит, радует, указывает на положительные моменты бытия. Здесь уже доминирует юмористическая категория, главенствует юмористическое начало, придающее жанру позитивной карикатуры свой неповторимый колорит. «Без юмора в этом деле никак не обойтись», – подчеркивает карикатурист Лев Самойлов [5, с. 3].

Важно также подчеркнуть глубокую диалектичность вневлигвистических форм комического, их многофункциональность, многоуровневость их семантико-эмоциональной выразительности. Наряду со своей главной публицистической функцией вневлигвистические формы комического обладают и рядом других функций, таких, например, как гедонистическая функция, которая практически всегда свойственна этим жанрам.

Проанализировав комические знаки как особую, оригинальную категорию языка семиотики, проследив механизм их воздействия на аудиторию, мы можем заключить, что они способны решить (и решают) ряд важных задач:

- 1) обобщение, систематизация социально-исторического опыта, его комическая интерпретация при помощи наглядных средств от юмора до сарказма;
- 2) отражение реальности наших дней исходя из данного социально-исторического опыта, на основании условий, которые он диктует и которые определяют формирование новых отношений в обществе;
- 3) решение проблемы перспективного (превентивного) развития общества с учетом его объективных запросов через анализ сложностей современных социальных отношений людей.



Рис. 5

Таким образом, можно отметить, что внелингвистические знаковые формы комического являются универсальным инструментом не только воздействия, но и анализа, критики окружающей действительности, как в ее самом широком, обобщающем философском понимании, так и на аксиологическом и конвенциональном уровнях. Как инструмент критики эти формы очень экспрессивны, эмоциональны, а главное, очень оригинальны, неповторимы по своим выразительным возможностям. Их объединяет особая форма выразительности, а их чувственность является активным средством познания.

Визуальные формы комического составляют важный сегмент языка современной журналистики в ее образцовой форме. Карикатура (как критикующая, так и позитивная) все активнее вторгается как в синтезе с журналистским текстом, так и в качестве полноценной самостоятельной единицы в контекстуальное поле российских печатных СМИ, активизируя их выразительные возможности. Обладая в высшей степени наглядным сходством с объектом критики, условно назовем его «оригиналом», она предоставляет читательской аудитории новые богатые возможности для его анализа, а в конечном итоге и познания.

Summary

A.I. Shurkhaev. Satirical and Positive Caricatures as Extra-Linguistic Comic Forms in Modern Journalism.

The article analyses some visual forms of journalism, particularly satirical and positive caricatures as extra-linguistic forms of the impact on audience. It points out that this genre aims mainly to produce emotional impact via a visual image and a metaphor playing a key role: it is not a picture that illustrates a text, but a text complements a picture and directs in a certain way the feeling that a visual image excites in a person. The comic signs are considered to be a special original category of the language of semantics. The mechanism of their impact is traced, and some problems that these signs solve in journalistic works are revealed.

Key words: visual journalism, caricature, comics, journalism, artistic image, social phenomenon, periodicals.

Источники

- РГ1 – Рос. газ. – 2000. – 10 янв. – № 2369.
РГ2 – Рос. газ. – 2004. – 2 июня. – № 3491.
Изв1 – Известия. – 2003. – 28 марта.
Изв2 – Известия. – 2002. – 11 янв.
Тр – Труд. – 2001. – 3 окт.
ЛГ – Лит. газ. – 2000. – 9–15 авг. – № 32.

Литература

1. *Тепляшина А.Н.* Сатирические жанры современной публицистики. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2000. – 95 с.
2. *Стюфляева М.И.* Образные ресурсы публицистики. – М.: Мысль, 1982. – 176 с.
3. Эстетика. Словарь / Под общ. ред. А.А. Беляева и др. – М.: Политиздат, 1989. – 447 с.
4. *Хайрутдинова Г.А.* Эстетика морфологических средств русского языка. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2004. – 164 с.
5. Лев Самойлов: [Альбом сатир. рис.]. – М.: Сов. худож., 1987. – 44 с. – (Мастера советской карикатуры).

Поступила в редакцию
15.12.09

Шурхаев Анатолий Иванович – соискатель кафедры журналистики Казанского (Приволжского) федерального университета.
E-mail: tolya.schurhaeff@yandex.ru