

КАРИКАТУРА КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН В ДИСКУРСЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

CARICATURE AS A LINGUISTIC PHENOMENON IN MASS MEDIA DISCOURSE

**E. Sharipova
M. Zaichko
N. Laletina
N. Khramova**

Summary: In the modern world, various methods of information transmission exist. These methods influence reactions to current events, news, and sensations. Graphic images are one of the most popular and widespread means of data transmission. There are many forms of visual information transmission: illustrations, animation, infographics, video, interfaces, and graphic design. The authors devoted their work to studying the phenomenon of caricature, which is a synthesis of visual art and linguistic phenomenon. They provide a definition of this phenomenon, present the functional characteristics of caricature, and identify its main types in the media.

Keywords: caricature, graphic image, linguistic phenomenon, social reality.

Шарипова Эльвира Мансуровна

кандидат социологических наук, доцент, Тюменский
индустриальный университет
elvira_sha2009@mail.ru

Заичко Маргарита Васильевна

старший преподаватель, Тюменский индустриальный
университет
rzaichko@mail.ru

Лалетина Наталья Дмитриевна

старший преподаватель, Тюменский индустриальный
университет
laletina2006@rambler.ru

Храмова Наталья Аркадьевна

старший преподаватель, Тюменский индустриальный
университет
hramovana@tyuiu.ru

Аннотация: В современном мире существуют различные способы передачи информации. Именно от них зависит реакция на происходящие события, новости, сенсации. Графическое изображение является одним из наиболее востребованных и распространённых средств передачи данных. Существует много форм визуальной передачи информации: иллюстрации, анимация, инфографика, видео, интерфейсы, графический дизайн. Авторы посвятили свою работу изучению такого феномена, как карикатура, который является синтезом изобразительного искусства и лингвистического феномена. Дано определение этого явления, представлены функциональные характеристики карикатуры и выявлены ее основные виды в средствах массовой информации.

Ключевые слова: карикатура, графическое изображение, лингвистический феномен, социальная реальность.

На каждом этапе развития человечества способы передачи информации проходили долгий путь эволюции. Они не только способствовали передаче информации, но и способствовали обмену знаниями, который приводил к прогрессу общества, формируя первые тенденции политики, экономики и культуры. Люди использовали звуки, жесты и мимику, позже в древнем мире появилась письменность, в средние века почта и сигнальные огни, XIX век ознаменовал себя телеграфом и телефоном, а XX стал эпохой радио, телевидения и Интернета.

Современные реалии предлагают различные способы передачи информации. Именно от них зависит реакция на происходящие события, новости, сенсации. Графическое изображение является одним из наиболее востребованных и распространённых средств передачи данных. Визуальные объекты способствуют более быстрому восприятию информации за счёт запоминающихся ярких рисунков и красок. Существует много форм

визуальной передачи информации: иллюстрации, анимация, инфографика, видео, интерфейсы, графический дизайн. Отдельное внимание заслуживает такой феномен, как карикатура, который является значимым жанром изобразительного искусства.

В средствах массовой информации карикатура зачастую является иллюстрацией к статье, дополняя ее, раскрывая отношение автора к описываемой ситуации.

Карикатуры всегда являются отражением самых злободневных проблем, того, что касается многих. Одна из самых актуальных и обсуждаемых тем последних нескольких лет стала всемирная пандемия коронавируса. Сейчас этот вирус воспринимается как сезонное заболевание. Но пять лет назад неизвестность пугала и привлекала людей, каждый пытался получить как можно больше информации, чтобы защитить себя и близких. Пандемия не могла не повлиять на многие аспекты жизнедеятельности человека, в том числе на творческую со-

ставляющую. Большое количество карикатур стали посвящать теме COVID-19.

Сейчас более злободневными являются политические проблемы, связанные с происходящим на мировой арене. Влияние актуальных тем на данный вид графического изображения нельзя преувеличить, что вызывает потребность научного понимания этого феномена и тщательного изучения проблемы.

Цель исследования – дать определение понятию карикатуры, представить их функциональные характеристики, а также проанализировать их вербальный и невербальный компонент.

Для достижения цели работы необходимо решение следующих задач:

1. Изучить теоретическую и научную литературу по проблемам исследования карикатуры в лингвистике;
2. Рассмотреть понятие карикатуры как лингвистический феномен;
3. Представить функциональные характеристики карикатуры и выявить ее основные виды в средствах массовой информации.

Авторами были использованы такие методы исследования как общенаучные и частные: методы индукции и дедукции, методы анализа, синтеза и описания, а также методы дефиниционного, когнитивного, прагматического, сравнительно-сопоставительного анализа.

Благодаря исследованиям М.А. Беловой и В.М. Шаплеина можно утверждать, что впервые с карикатурами человечество столкнулось в художественной культуре во времена античности и средневековья. Их эволюции послужило развитие печатного дела. Обладая «собственными социальными разоблачительными задачами», карикатура несет в себе стилевые признаки своего времени. Во многих карикатурах конца XVIII начала XIX веков наблюдаются принципы классицизма, временной промежуток XIX и XX веков отражает в себе стиль «модерн». Помимо этого, карикатуры раскрывают социальные, политические и бытовые проблемы разных временных эпох. Подобная тенденция отмечается не только в изображении карикатур, но и в их текстах того времени [3].

Для полного понимания феномена «карикатура» рассмотрим несколько определений этого понятия.

По мнению В.А. Белоусовой-Лебедевой и Е.В. Блиновой, карикатура – это специфический жанр изобразительного искусства, подразумевающий особую точку зрения, ракурс, который выявляет деформации социальной реальности, усиливает их и в гипертрофированном виде подаёт обществу, кривое зеркало, выявляющее правду [4].

В отличие от комиксов, которые представляют собой рассказы в картинках, серии иллюстраций, расположенных в логической последовательности [13,14,15,16], карикатура – (итал. *caricatura*, от *caricare* – нагружать, преувеличивать), согласно определению, представленному в Большом энциклопедическом словаре, это изображение, в котором комический эффект создается соединением реального и фантастического, преувеличением и заострением характерных черт, неожиданными сопоставлениями и уподоблениями, жанр изобразительного искусства (обычно графики), являющийся основной формой изобразительной сатиры, часто обладающий тенденциозной социально-критической направленностью, подвергающий осмеянию какие-либо социальные, общественно-политические, бытовые явления, реальных лиц или характерные типы людей [5].

Другие ученые понимают под карикатурой самостоятельную систему, в которой взаимодействуют знаки вербального и невербального характера. При этом наиболее тесная смысловая связь обнаруживается между графическими элементами и фразеологическими единицами, которые активно используются при выборе емкой и лаконичной подписи и способствуют более глубокому раскрытию художественного образа карикатуры.

Е.В. Середина в своих работах относит к карикатурам любое изображение, где сознательно создается комический эффект, где художник совмещает реальность и фантастику, преувеличивает, акцентирует специфические черты людей, изменяет соотношения их с окружающим миром и использует неожиданные сравнения. В более узком смысле карикатура относится к особому жанру изобразительного искусства, как правило графики, является основной формой изобразительной сатиры и обладает ясной идейной социально-критической направленности. Визуальный компонент карикатуры несёт в себе значительную часть информации и является равноценным компонентом текста. Вербальный компонент в свою очередь, служит комментарием или дополнением к визуальному [10].

Таким образом, после обработки теоретических данных, посвященных определению термина «карикатура» есть основание утверждать, что главным отличием карикатуры является наличие комического компонента, сатиры и юмора. Карикатура – это не просто рисунок, это некий текст в непривычной для нас форме, передающий идею автора. Цель карикатуры – высмеять людей, группу лиц или важные и значимые события, происходящие в мире. В основе карикатуры лежит иконическая составляющая (иллюстрация) и вербальный компонент (текстовая часть), точно дополняющий иллюстрацию. Однако карикатура может существовать как с текстом, так и без него.

С лингвистической точки зрения карикатура может рассматриваться как креолизованный текст. Феномен креолизованного текста не раз становился предметом изучения многих лингвистов. Масштабный вклад в развитие в его изучение внесли труды таких ученых, как А.С. Айнутдинов, Е.Е. Анисимова, Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов, Е.А. Энгель [1, 2, 11, 13, 14, 15, 16].

Согласно Е.Е. Анисимовой, роль креолизованных текстов в современном мире возрастает, поскольку иллюстрация, аудиальные средства совместно с вербальными компонентами показывают общую картину современного мира, моральные ценности, мировоззрение, технический прогресс, а также религиозную и высококультурную составляющую [2, с. 128].

В научном дискурсе «креолизованный текст» утверждается, что главная идея текста может быть передана вербально (словесно) или иконически (изобразительно). Это помогает создать для читателя наиболее благоприятные условия для понимания текста. Следовательно, креолизованный текст — это сочетание вербальных и невербальных способов передачи информации [9].

Отечественные лингвисты Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов дают следующее терминологическое обозначение креолизованных текстов. Это тексты, в структурировании которых наряду с вербальными средствами принимают участие иконические (картинки, фотографии, карикатуры, рисунки) и другие средства (шрифт, цвет, подчеркивание, выделение курсивом и др.). Информация, содержащаяся в креолизованном тексте, в силу целостности и связности воспринимается как некий единый смысл [11 с. 179].

Е.А. Энгель, которая посвятила достаточное количество трудов изучению комиксов, утверждает, что «на семиотическом уровне комикс предстает как новый осложненный тип текста с взаимодействующими вербальными и невербальными (иконическими) типами знака, т.е. комикс выступает креолизованным текстом» наряду с карикатурой [15; с.582].

Согласно исследованиям Е.В. Тумаковой всего креолизованный текст чаще используется в средствах массовой информации. По ее мнению, существует 6 основных причин использования креолизованного текста [12]:

1. Ориентация на визуальное восприятие текста;
2. Информационная емкость;
3. Экономия речевых усилий;
4. Воздействие на читателя (привлечение внимания);
5. Передача чувств, эмоций, оценок;
6. Игра с читателем

Поскольку креолизованный текст на протяжении длительного периода времени является предметом из-

учения многих ученых, исследователи разделяют креолизованный текст на различные подгруппы.

М.Н Левченко и А.В Изгаршеву удалось выделить основные модели креолизованного текста в дискурсе средств массовой информации [8]

1) Демотиватор. Структура демотиватора включает в себя слоган и краткий комментарий, раскрывающий основной смысл слогана.

Данная модель креолизованного текста имеет четкую композицию и содержит три основных элемента: изображение в черной рамке, слоган или лозунг, набранный крупным шрифтом с засечками и пояснительную надпись к лозунгу, набранную более мелким шрифтом.

2) Эдвайс. Статичный письменный текст, разбиваемый изображением на две части. При последовательном прочтении возникает эффект неоправданного ожидания, что в конечном итоге приводит к смеху. Персонажи данного типа являются представителями классических профессий или социальных групп.

3) Карикатура. Вид креолизованного текста, который исследуется в данной работе. В классическом понимании является гиперболой, преувеличенным, искаженным изображением человека или предмета, в котором реальное и фактическое не совпадают. Несет в себе юмористическую направленность.

4) Интернет-комикс (strip). Следует отличать от традиционных комиксов. Традиционные комиксы, как правило, не обязаны нести в себе юмористическую направленность. Основной принцип направления - это присутствие от двух до пяти закономерных рисунков, связанных между собой единой сюжетной линией. Важно отметить, что вербальные элементы комикса чаще всего представлены в форме диалога.

5) Саркастические открытки - жанр, в юмористической или сатирической форме изображающий бытовые, социальные, общественно-политические явления или типы людей. Зачастую используется такой прием, как «игра слов».

6) Пост (пост с фото-подборкой) – креолизованный текст развлекательного или познавательного характера, сопровождающийся отдельными фотографиями или изображениями. Состоит из 2 частей: иконический компонент, на котором, как правило, изображен текст, а также юмористической подписи к этому иконическому компоненту. Оба компонента необходимо рассматривать как единое целое. Зачастую иллюстрация сопровождается одной фотографией. Авторы часто используют рифмы, что способствует добавлению уникальности. На-

пример, вербальный компонент - юмористическая подпись сверху: «Как трудно человеку в тисках одного города, где даже...», далее следует иллюстрация -табличка с указанием «Вход в аптеку с обратной стороны». Следует помнить, что и тот, и другой компонент должны рассматриваться вместе без пауз.

7) Интернет-цитаты – креолизованный текст, включающий в себя цитату известного человека на нейтральном фоне или на фоне его изображения. Чаще всего данный феномен содержит цитаты великих людей без указания источника. Это может нести в себе как юмористический характер, так и поучительный. Нередко цитаты приписываются не тем людям. Причина кроется в придании комичности ситуации. Также для придания комичности в зависимости от аудитории, региона или ситуации цитаты могут изменяться, при этом, не теряя основного смысла. Например, цитата с применением вербального компонента в виде сопровождения портрета.

Рассмотрев 7 моделей креолизованного текста, остановимся на 3 пункте: карикатура, как креолизованный текст. Согласно учениям Е.Е. Анисимовой существует основная классификация карикатуры, как креолизованного текста. Е.Е. Анисимова разделяет карикатуру на 3 основные группы креолизованных текстов:

1. Тексты с нулевой креолизацией, (изображение не представлено).
2. Тексты с частичной креолизацией, (вербальная часть не зависит от иллюстрации, в свою очередь иллюстрация необязательна).
3. Тексты с полной креолизацией. В данном примере вербальная часть не может отдельно существовать от иконической. Вместе они образуют единое целое и гармонично дополняют друг друга [Анисимова, с. 15].

Исходя из вышесказанного, мы можем сделать вывод, что характерная черта карикатуры, как креолизованного текста — это наличие целостного и единого смысла

при помощи вербального и невербального компонентов, которые гармонично дополняют друг друга, выражая при этом отношение автора к событию, случаю или отдельной личности.

Таким образом, в 21 веке карикатура является популярным способом передачи актуальных событий, происходящих в мире. Печатные источники и интернет-ресурсы, содержащие в себе карикатуры, повышают интерес потребителя за счет яркой и непосредственной иллюстрации, так как она легче воспринимается за счет шуток, комизма и иронии.

Определив наиболее точное понятие термина «карикатура», есть основание сделать вывод о том, что карикатура – это изображение, передающее комический эффект и имеющее юмористическую направленность.

В своих работах карикатурист показывает личное отношение к жизни, к известным людям и различным ситуациям, происходящим в мировой политике и экономике.

Основная особенность выражается в содержании иконического компонента (изображения) и вербальной части (текстовое содержание). Оба элемента дополняют друг друга и при соразмерном сочетании подразумевают под собой такое понятие, как «креолизованный текст».

Карикатура является одной из моделей креолизованного текста в средствах массовой информации и выполняет такие функции, как: информационная, коммуникативная, эстетическая, познавательная, воспитательная и функция психологической разрядки.

Кроме этого, проанализировав исследовательские работы можно утверждать, что существуют 6 наиболее популярных типов карикатур: шаржи и портреты, социально-бытовая карикатура, изошутка, strip, философская и политическая карикатуры, используются в печатных изданиях и онлайн ресурсах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Айнутдинов А.С. Типология и функции карикатуры в прессе [Электронный ресурс]: Вестник ЧелГУ. 2008. №21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-i-funktsii-karikatury-v-pressе> (дата обращения: 20.09.2025).
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация на материале креолизованных текстов: учебное пособие для студентов факультетов иностранных языков. — М.: Академия, 2003. 15 с. 128 с. (дата обращения 25.08.2025)
3. Белова М.А., Шаклеин В.М. Лингвокультурологический анализ текстов карикатур [Электронный ресурс]: Вестник РУДН, серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания, 2012, № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvokulturologicheskiy-analiz-tekstov-karikatur/viewer> (дата обращения 19.09.2025).
4. Белоусова-Лебедева В.А., Болонкина Е.В. Карикатура в творчестве Е.В. Сурикова [Электронный ресурс]: Искусство Евразии №1(8), 2018 ISSN 2518-7767. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/karikatura-v-tvorchestve-e-v-surikova> (дата обращения 24.08.2025).
5. Большой энциклопедический словарь [Электронный ресурс]: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. - 2-е изд., перераб. и доп. М: Большая рос. энцикл., 1997. URL: <http://www.onlinedics.ru/slovar/bes/k/karikatura.html> (дата обращения 19.07.2025).
6. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург, 2013. 194 с. (дата обращения 26.08.2025)

7. Ефимов Б.Е. Основы понимания карикатуры / Ефимов Б.Е. – М., 1961. – с. 456 (дата обращения 19.07.2025)
8. Изгаршев А.В., Левченко М.Н. Креолизованный текст в системе Интернет: Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2018. №4. URL: file:///C:/Users/USER/Downloads/kreolizovannyitekstvsystemeinternet%20(3).pdf (дата обращения 27.08.2025)
9. Максименко О.И. Поликодовый VS. Креолизованный текст: проблема терминологии [Электронный ресурс]: Вестник РУДН, серия Теория языка. Семиотика. Семантика, 2012, № 2. URL: file:///C:/Users/USER/Downloads/polikodovyy-vs-kreolizovannyu-tekst-problema-terminologii.pdf (дата обращения 25.07.2025).
10. Середина Е.В. Визуальная метафора в политической карикатуре [Электронный ресурс]: Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова № 3, 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vizualnaya-metafora-v-politicheskoj-karikature/viewer> (дата обращения 23.08.2025).
11. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: коллективная монография. — М.: 1990. 179 с. (дата обращения 25.07.2025).
12. Тумакова Е.В. Креолизованный текст в художественном и медийном дискурсе [Электронный ресурс]: мир русского слова № 2 / 2016. URL: file:///C:/Users/USER/Downloads/kreolizovannyu-tekstvхудожественном-i-medijnom-diskurse%20.pdf (дата обращения 25.07.2025)
13. Энгель Е.А. Репрезентация действительности в тексте комикса «Человек-паук» / Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: Материалы XII междунар. науч. конф., Челябинск: 2024. С.118-124.
14. Энгель Е.А. Креативный текст в процессе обучения иностранным языкам: к постановке проблемы /Немецкий язык в Российской Федерации: современное состояние и перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Абакан, 2023. С.143-150.
15. Энгель Е.А. Супергерой комикса как новый тип героя (на материале комиксов издательства Marvel) / Многоуровневая языковая подготовка в условиях поликультурного общества: материалы X междунар. научно-практич. конф. Казань, 2023. С.579-586.
16. Энгель Е.А. Дискурсивные практики в лингвокреативном тексте / Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах: Материалы XI междунар. науч. конф.: в 2 ч. Ч.2. Челябинск: 2022. С.138-141.

© Шарипова Эльвира Маннуровна (elvira_sha2009@mail.ru), Заичко Маргарита Васильевна (rzaichko@mail.ru), Лалетина Наталья Дмитриевна (laletina2006@rambler.ru), Храмова Наталья Аркадьевна (hramovana@tyuiu.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»