

М. Б. Ворошилова

Екатеринбург, Россия

МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫЕ ГЕРОИ В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАРИКАТУРЕ*

* Работа выполнена в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013. Государственный контракт № 14.740.11.1117

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая карикатура, неформальная политическая коммуникация, креолизованный текст, прецедентный текст, прецедентный образ.

АННОТАЦИЯ: В центре нашего внимания оказались политические карикатуры, визуальный ряд которых основан на родных с детства образах советских мультипликационных героев. Эти герои легко узнаваемы, их образы несут уже крепко закрепившиеся в русском языковом сознании значения, не вызывает сомнения и их эмоциональный потенциал..

M. B. Voroshilova

Yekaterinburg, Russia

CARTOON CHARACTERS IN PRESENT-DAY POLITICAL CARICATURE

KEY WORDS: political caricature, informal political communication, creolized text, precedent text, precedent image.

ABSTRACT: In the focus of our attention are political caricatures the visual images of which are based on the Soviet cartoon characters, so familiar since childhood. These characters are easily recognized, their images have definite meanings easily deciphered by the Russians, and their emotional potential is beyond doubt.

Карикатура с незапамятных времен считается одним из самых важных средств невербального общения и одним из самых сильных средств неофициальной коммуникации, в том числе и политической.

Как уже не раз отмечали современные исследователи, особую популярность в России политическая карикатура получила в последние десятилетия, что обусловлено целым рядом причин. Во-первых, самой ситуацией в стране: в конце XX века нам наконец-то разрешили шутить о высшем руководстве и к ним приближенных. Во-вторых, развитие техники и, особенно, появление интернета позволило выйти в свет широким слоям мастеров карикатурного жанра: политическая карикатура становится самым доступным средством выражения собственного мнения, не тре-

бующего серьезного риторического или художественного таланта.

Таким образом, современная политическая карикатура стала не столько идеологическим орудием, каковым она была в Советском Союзе, сколько зеркалом современности, чутко реагирующим на все изменения в обществе, «значимым источником данных о взаимоотношениях между людьми, политическими событиями и властью» [3. С. 132]. Именно поэтому одним из самых распространенных методов исследования политической карикатуры в современном научном дискурсе является анализ содержания карикатуры через призму политических и социальных процессов [см. напр.: 5; 6; 13 и др.].

Итак, большинство политических карикатур посвящено важнейшим и остроактуальным проблемам с позиции общест-

ва. И по нашим наблюдениям в последние два года (2011-2012 гг.) наиболее острыми для российского народа остаются такие вопросы, как: выборы, Медведев и Путин, кризис, Единая Россия, ипотечный кредит, политики и их действия.

В данной выборке мы предложили только результаты анализа тем, связанных с внутренней политической ситуацией в России, не затрагивая вопросы международной политики. И как показывает количественный анализ, наиболее популярными являются темы выборов (24 %) и отношений президентов – уже бывшего Д.А. Медведева и нынешнего В.В. Путина (также 24%), что обусловлено реальной политической ситуацией. Открывает же тройку лидеров мировой экономической кризис (28%), до сих пор будоражащий умы народа.

Средней частотностью характеризуются, тесно связанные с указанными выше, темы Единой России как правящей партии (12%), и менее острой, скорее уже «классической» для российского политического неофициального дискурса является тема нечестных политиков (12%), к которой последнее время все чаще обращаются СМИ.

Итак, особое место в современном политическом дискурсе справедливо заняла карикатура. Ее роль и значение определяются, в первую очередь, наглядностью передаваемой информации, используя концептуальные образы, автор может очень точно передать суть какого-либо социального явления, отношение свое и общества к изображенным персонажам, проблемам.

«Визуальные средства в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятие, теории) позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие (хотя сработать оно может значительно позднее), причем это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека» [10. С. 26].

И поэтому, в объективе внимания современных исследователей все чаще оказывается прецедентность, которая нередко занимает центральное место, так как понятие «узнаваемости» визуального образа основополагающее для карикатуры.

Рис. 1



Как отмечает Е. А. Артемьева, «обязательная апелляция к прецедентным феноменам в данном жанре политического дискурса предопределяется сатирической функцией политической карикатуры. Высмеивать или использовать как средство осмеяния никому не известный феномен не имеет смысла» [1. С. 45].

Но справедливости ради, мы вновь должны отметить, что как в зарубежной, так и в отечественной лингвистике в последнее время активно исследуется так называемый феномен прецедентности (интертекстуальности, цитации), но анализу подвергаются в основном вербальные цитации, вне зоны исследования практически остаются визуальные прецедентные феномены.

Хотя сама мысль о том, что в цитации могут принимать участие не только «классические» тексты не раз высказывалась учеными. В своей работе «Коллективная культурная память общества» Л. А. Мардиева приводит своеобразный обзор подобных высказываний: «Ю. М. Лотман в качестве примеров переключения из одной системы семиотического сознания текста в другую приводит цитирование текстов скульптуры, живописи, хроникальных кадров [7. С. 66-70]; С. И. Сметанина рассматривает случай использования цитаты живописи в периодическом издании [12. С. 103]; Д. Б. Гудков при анализе вербальных прецедентных

феноменов оговаривает случаи невербальной прецедентности [4. С. 98, 142, 262, 265]; А. Бергер отмечает осознанность или неосознанность использования художниками идей своих коллег [2. С. 23]; Г. Г. Слышкин пишет о том, что прецедентный текст «может включать в себя помимо вербального компонента изображение или видеоряд (плакат, комикс, фильм)» [11. С. 28]» [8. С. 202].

И именно Л. А. Мардиева в своих трудах вводит термин «визуальная прецедентность». Она разграничивает такие понятия, как «прецедентный визуальный образ», понимаемый автором как образование ментальное, то есть «хранящиеся в памяти представителей определенного социокультурного сообщества зрительные образы культурного пространства» [8. С. 203], и «прецедентный визуальный феномен» как материальный способ воплощения образа.

Отметим, что для исследователя важно использование именно широкого понимания прецедентности, что позволяет ему считать прецедентными визуальными образами «именно визуальные образы культурного пространства, а не образы визуального культурного пространства» [8. С. 203]. При такой трактовке в качестве прецедентных рассматриваются «хранящиеся в памяти членов социокультурного общества цельные или фрагментарные картиноподобные образы визуальных и вербальных произведений, невербального поведения отдельных личностей или социальных групп и образы предметного мира» [8. С. 203].

Далее автор уточняет, что уже традиционная классификация прецедентных феноменов, согласно которой прецедентными могут быть тексты, высказывания, ситуации, имена [Гудков и др. 1997] также требует уточнения. Однозначно утверждать, что определенные виды прецедентности являются исключительно вербальными, на взгляд исследователя, неправомерно, так как прецедентные образы являются единицами ментального уровня.

Также исследователь описал классификацию прецедентных визуальных фе-

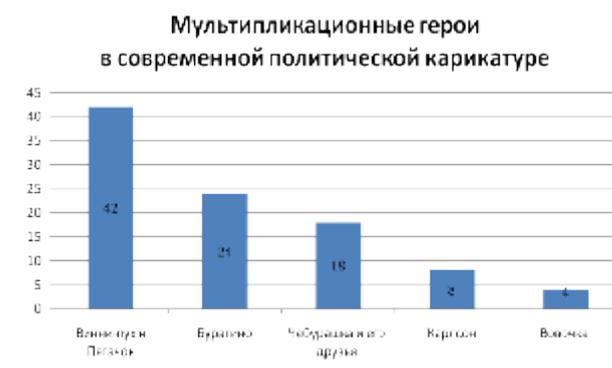
номенов, используемых в СМИ. Итак, первоисточниками прецедентных визуальных феноменов являются: социальные и особенно политические плакаты; картины художников; кадры кино-, теле- и мультфильмов, новостных программ телевидения и рекламных роликов; скульптуры; фотографии; поздравительные открытки; поведенческие тексты; культурное пространство вещей [8. С. 206].

И в рамках настоящего исследования в центре нашего внимания оказались политические карикатуры, визуальный ряд которых основан на родных с детства образах советских мультипликационных героев. Эти герои легко узнаваемы, их образы несут уже крепко закрепившиеся в русском языковом сознании значения, не вызывает сомнения и их эмоциональный потенциал.

Наиболее востребованными, как показало наше исследование, оказались именно образы советских мультфильмов, что обусловлено в первую очередь, средним возрастом социально активного населения, выросшего на данных мультфильмах и установившего моду на все советское в современном социуме, а во-вторых, богатым «прецедентным потенциалом» советских мультфильмов, давно разошедшихся на цитаты и занявших важное место в современной картине мира.

Но востребованными оказались лишь несколько действительно культовых героев мультфильмов советской эпохи, а именно Винни-Пух и Пятачок, Буратино, Чебурашка и его друзья, Карлсон, Вовочка (см. рис.2).

Рис.2



Итак, наиболее частотным и востребованным в анализируемом дискурсе оказался прецедентный образ глупого и жадного медвежонка Винни-Пуха и его наивного друга Пятачка.

Столь высокая актуальность данного образа обусловлена сразу несколькими причинами. Во-первых, аллюзией к известному образу правящей партии «Единой России» – медведю (см. рис. 3).



Рис.3

Не случайно в ходе ассоциативного эксперимента на стимул «Единая Россия» второй по степени частотности является реакция «Медведь» (см. например, результаты на Sociation.org – это экспериментальный некоммерческий проект, целью которого является собрать самую большую базу ассоциаций русского языка. URL: <http://sociation.org/words/?search=единая+россия>).

Во-вторых, высокая частотность образа Винни-Пуха обусловлена аллюзией к имени уже бывшего президента России Дмитрия Медведева, что также неоднократно подтверждалось в рамках ассоциативных экспериментов (см. например: [9. С. 129-142]).

Неслучайно в политической карикатуре именно Дмитрий Медведев предстает в образе Винни-Пуха (см. рис. 4), что отчасти противоречит классическому наполнению образа медвежонка, который в паре Винни-Пух и Пятачок всегда играет роль ведущего. В политической же карикатуре зачастую Медведев предстает в образе ведомого политика.

Подобная замена образов объясняется, в первую очередь, как уже было отмечено выше, аллюзией к фамилии политика, а также, внешним сходством мультипликационных героев со своими «политическими прототипами». При этом обратите внимание, что сама прецедентная ситуация

сохраняется, только меняется характер взаимоотношений героев.



Рис.4

Образ наивного Буратино в российском неформальном политическом дискурсе связан с двумя темами: кризис и нечестные политики. Буратино традиционно выступает в роли обманутой жертвы Кота Базилио и Лисы Алисы, которые, в свою очередь, предстают то в образе финансовых консультантов, то в образе депутатов (см. рис. 5).



Рис.5

Если данные образы традиционны для политического дискурса, и вряд ли могут получить статус остроактуальных, то новый образ Буратино-избирателя после выборов в марте 2012 года стал одним из самых востребованных. Интернет заполнили карикатуры и плакаты, где Буратино-избиратель голосовал по указке неразлучной парочки кота и лисы, зачастую, вновь отсылающей нас к образам В. Путина и Д. Медведева (см. рис 6).



Рис. 6

Образ наивного, необразованного, вечно обманутого и бедного Буратино близок и образу не менее наивного Чебурашки: на его большие уши так удобно вешать лапшу, его доброта и наивность делают его «идеальным избирателем». В образе же нечестного политика, хитрого кандидата, конечно, выступает хулиганка Шапокляк.

Но в современной политической карикатуре образ Чебурашки чаще связан с именем нынешнего премьер-министра Дмитрия Медведева (см. рис 7). Основным стимулом к развитию данного прецедентного образа в политической карикатуре стала цитата: «он был когда-то странной игрушкой, безмянной», которая как нельзя лучше отражает стереотипы восприятия образа Дмитрия Медведева.



Рис 7

Следующий по степени частотности в анализируемом неформальном политическом дискурсе стал образ любимого нами с детства шалуна Карлсона, но его образ оказался менее всего связан с политикой и был востребован лишь в карикатурах, посвященных мировому кризису (см. рис 8.).

Способность героя летать накрепко связала его образ в сознании авторов с топливным вопросом, особо остро вставшим в ситуации экономического кризиса.



Рис 8

А вот визуальный образ ленивого и начитанного Вовочки из тридевятого царства был актуализирован в свете последних выборов: его образ активно использовался в оппозиционных плакатах и политической карикатуре, но он был самым стереотипным, все авторы обращались к одной и той же прецедентной ситуации («двое из ларца») и прецедентному высказыванию: «Так вы что же и голосовать вместо меня будите?» (рис. 9).



Рис 9

Итак, актуальность мультипликационных образов, образов из светлого детства оказались крайне востребованы в современном неформальном политическом дискурсе, что обусловлено их высоким прагматическим потенциалом, высокой степенью узнаваемости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артемьева Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса: диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук (10.02.19 – теория языка) – Волгоград, 2011.
2. Бергер А. А. Видеть – значит верить. Введение в зрительную коммуникацию / Пер. с англ. 2-е изд. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005.

3. Будаев Э.В., Чудинов А.П. Метафора в политическом интердискурсе: монография / Урал. гос. пед. ун-т. – 2-е изд., испр. и доп. – Екатеринбург, 2006.
4. Гудков Д.Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук. М.: МГУ, 1999.
5. Дмитриев А.В. Социология юмора: Очерки / РАН Отд. Философии, социологии, психологии и права. – М., 1996. – 214 с. // www.auditorium.ru/books/4212/.
6. Ибараги Масахару. Сэйдзи манга-но сэйдзи бунсэки. – Токио, 1997
7. Лотман Ю.М. Семиосфера. (Культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки). СПб.: Искусство-СПб, 2000.
8. Мардиева Л.А. Коллективная культурная память общества (прецедентные визуальные образы и феномены) // Вестник Пермского университета. Вып. 3(15). 2011. С. 202-209
9. Онищенко М.С. Медведев и Путин в современной русской концептосфере: концептуальное единство ли оппозиция? // Политическая лингвистика. №3(37). 2011. С. 129-142
10. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и воспринимает мир. – М., 2006.
11. Слышкин Г.Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000.
12. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). СПб.: Изд-во В.А.Михайлова, 2002.
13. Толстогузов С.А. Газета «Асахи»: отражение процесса распада СССР в газетных карикатурах // Россия и АТР. 2009. №1. С. 21-32.