**Карикатура в сатирических изданиях 1920-х гг.**

Основная задача карикатуры ― высмеять, обнажить комичность стереотипной стороны события или человека. «Карикатура является «графическим отображением», «слепком», протекающих в обществе социальных явлений. Она способствует познанию действительности через образ, который воспринимается аудиторией на ассоциативном уровне.<…> Комическое в карикатуре построено на иронии, метафоричности сюжетной линии. Единица данного жанра несёт в себе повышенную экспрессивность». (Шурхаев, 2010, с. 145). Проблемность, лаконичность и ирония ― те черты, которые отличают карикатуру от иллюстраций и комиксов. [3]

Актуальность изучения карикатуры как жанра журналистики обусловлена ее влиянием на массовое сознание. Достаточно привести пример французского сатирического издания «Charlie Hebdo», специализирующегося на политической сатире и, в частности, карикатуре и общественный резонанс, который эти карикатуры вызывают.

При создании образов карикатуристы использую такие средства, как привязка к типичности и гиперболизация характерных черт, построение ассоциативных цепочек, пародия.

Карикатурность проявляется в:

* искажённом изображении предметов
* смешении и искажении пространственно-временных рамок
* комичном изображении взаимоотношений персонажей (непонимание собеседника)
* двусмысленности понятий, игре слов

Карикатура как один из видов массовой коммуникации обладает специфическими характеристиками: оценочностью, эмоциональностью, диалогичностью, ее задача – способствовать переосмыслению типичной ситуации. [2]

Карикатура, являясь разновидностью креолизованного текста, несёт в себе информацию как для вербального (языковой, речевой), так и для невербального (неречевая составляющая, картинка) восприятия. Вербальный текст в ней попадает в полную зависимость от изображения, которое в свою очередь является обязательным компонентом текста. Основой для создания сатирической иллюстрации служит нелепая, комичная ситуация, которая несёт типичный характер; также базой может служить актуальная проблема в любой из сфер жизни общества. [1, 2]

Цель настоящей работы ― охарактеризовать место карикатуры в советских сатирических изданиях 1920-х гг., поскольку именно к этому времени относится расцвет советской политической карикатуры. С помощью анализа карикатур в сатирических изданиях можно показать проблемы, которые журналисты стремились донести до массовой аудитории в данный период. Высокий тираж (максимальное количество экземпляров «Бегемот» выпустил в 1925 г. ― 70 тыс.) сатирических журналов ― показатель высокого спроса на них.

Карикатура в таких сатирических изданиях как, например, «Бегемот», «Лапоть», «Крокодил» занимала основное место, порой визуальное содержание даже превалировало над текстом. Исходя из масштаба карикатуры на странице и занимаемой ею полосы, можно сделать вывод о центральных проблемах периода НЭПа.

В качестве материала исследования взят сатирический журнал «Бегемот» с преимущественно карикатурным наполнением, выходивший с 1924-1928 г. в Ленинграде, выпускался как приложение к «Красной газете», издавался Ленинградским Советом рабочих, крестьянских и красноармейских депутатов.

Рассмотрим карикатуры, посвященные кризису советско-британских отношений в 1927 году. Он связан с нотой, адресованной советской власти, обвиняющей СССР в ведении антибританской пропаганды. В этом дипломатическом обращении также оговаривалось, что такая политика Советского Союза в отношении Англии может повлечь разрыв торговых и дипломатических отношений.

На третей странице журнала «Бегемот» (№31) опубликована карикатура, изображающая английского предпринимателя, которому из-за расторжения договора некуда было девать свой товар. Условный капиталист изображался обрюзгшим, толстым мешком на ножках с озадаченным лицом. Он задумчиво курит трубку, его явно беспокоит, куда девать все произведенные товары. Подпись к карикатуре поясняет ситуацию: «Некоторые английские фирмы подали заявление правительству с протестом против разрыва сношений с СССР». Название карикатуры усиливает ироничность за счет игры слов: «А ввоз и ныне там». Рамочный текст поясняет смысл изображения и связывает его с актуальной политической повесткой. Так авторы карикатур показывали, что от эмбарго английские предприниматели пострадали больше, чем советские граждане.

Министр иностранных дел Чемберлен и оказался на обложке сатирического журнала «Бегемот» в дамском платье в роли матери с ребенком (1927 г., No. 34, первая полоса). Гендерный перевертыш при портретном сходстве усиливает снижение образа Чемберлена. Ребенок, делающий первые шаги при поддержке матери-Чемберлена, олицетворяет товарооборот между странами, и Чемберлену нужно «вырастить» хорошие экономические отношения с Советским Союзом с нуля.

Карикатуру сопровождает поясняющая подпись: «Надежды Чемберлена на антисоветский блок не оправдались, и разрыв с СССР оказался, очевидно, невыгодным для Англии. Первые шаги к сближению делаются путём налаживания торговых отношений».

Таким образом, карикатуры в «Бегемоте» выставляют представителей страны, с которой у Советского союза кризис в отношениях, в смешном и нелепом виде. Рассмотренные карикатуры занимают первую и третью страницы целиком, что свидетельствует о большом внимании авторов журнала к данной проблеме. Комичное изображение действительности, доставляя зрителю и читателю удовольствие, формировало мнение масс в легкой форме и способствовало политизации населения.

Библиография:

1. Пересторонина И.Л. Панькова Е.С. Понятия семиотического, креолизованного и рекламного текста в лингвистике // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. 2012. No. 9. С. 83-89.

2. Чаплыгина Ю.С. Карикатура как одна из специфических форм креолизованного дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2007. No. 522. С. 217-220.

3. Шурхаев А.И Сатирическая и позитивная карикатуры как внелингвистические формы комического в современной публицистике // Ученые записки казанского университета, Сер. Гуманитарные науки. 2010. No. 5. С. 144-151.