

**Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»  
Министерство образования Пензенской области  
ГАОУ ДПО «Институт регионального развития Пензенской области»  
Управление образования города Пензы  
МБОУ Лицей современных технологий управления № 2 г. Пензы  
МБОУ финансово-экономический лицей № 29 г. Пензы**

## **ПОЛИТИЧЕСКАЯ КАРИКАТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ**

**Выполнил:**

Сутягин Павел Константинович,  
МБОУ СОШ № 56 г. Пензы  
им. Героя России А.М. Самокутяева,  
11 «А» класс

**Руководитель:**

Филатов Сергей Геннадьевич,  
учитель истории и обществознания  
МБОУ СОШ № 56 г. Пензы  
им. Героя России А.М. Самокутяева

Пенза, 2020

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАРИКАТУРЫ.....	4
1.1. Особенности политической карикатуры .....	4
1.2. Эволюция западной политической карикатуры .....	5
1.3. Отечественный опыт политической карикатуры.....	8
2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КАРИКАТУР.....	10
2.1. Современные формы политических карикатур: мемы, демотиваторы .....	10
2.2. Анализ основных сюжетных линий современных зарубежных и отечественных политических карикатур.....	11
2.3. Результаты воздействия современных политических карикатур на общественное сознание.....	15
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	18
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	19
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	20

## ВВЕДЕНИЕ

В условиях современного информационного общества возможности формирования общественного мнения средствами искусства постоянно возрастают. Наиболее действенным методом воздействия на население является внедрение в общественное сознание «социальных мифов», распространяемых с целью формирования у рядовых граждан суждений, часто не соответствующих действительности, но выгодных заинтересованному кругу политических манипуляторов, поскольку эти суждения способствуют достижению поставленных целей – противостояния внешним для государства угрозам, сохранения власти, победы в межпартийной борьбе или недопущения победы оппонента. Одним из важнейших инструментов внедрения социальных мифов являются политические карикатуры.

Актуальность темы исследования определяется значительными возможностями воздействия карикатуры на общественное сознание. Это воздействие определяется тем, что в политической карикатуре закодированы определенные коллективные представления о функционировании общества. Декодирование этих смыслов влияет на самопредставления индивидов, характер интерпретации ими деятельности политических институтов, осознание роли их гражданской активности в принятии политических решений.

Объектом настоящего исследования выступают различные формы политической карикатуры.

Предмет исследования – влияние политической карикатуры на общественное мнение.

Цель работы – на материале современных масс-медиа показать, что политический юмор способен влиять на формирование представлений населения о политике государственной власти.

В соответствии с целью исследования ставятся следующие задачи:

- выявить особенности политической карикатуры как инструмента формирования общественного мнения;
- изучить основные этапы ее становления и развития;
- определить пути влияния на массовое сознание современных форм политических карикатур;
- проанализировать содержание основных сюжетных линий современных зарубежных и отечественных политических карикатур;
- оценить результаты влияния современных политических карикатур на общественное мнение.

Структура работы определена целью и задачами. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

Во введении обосновывается актуальность исследуемой проблемы, определяются объект, предмет исследования, характеризуются цели и задачи, а также методы исследования, применяемые в работе. В первой главе рассматривается сущность политической карикатуры как социального феномена. Во второй главе анализируется содержание современных карикатур, выясняется как они воздействуют на общественное сознание. В заключении изложены основные выводы по исследуемой теме.

При исследовании были использованы методы:

1. Поисковый: изучение и анализ научно-популярной литературы по данному вопросу.
2. Социологический опрос жителей г. Пензы.
3. Обобщение и анализ собранного материала.

Гипотеза исследования: политическая карикатура способна оказывать существенное влияние на представления населения об эффективности деятельности государственной власти.

Практическая значимость работы заключается в том, что данный материал можно использовать для проведения классных часов, факультативов.

# 1. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАРИКАТУРЫ

## 1.1. Особенности политической карикатуры

Карикатура – сатирическое изображение, дающее критическую оценку каким-либо определённым общественно-политическим и бытовым явлениям или конкретным лицам и событиям. В карикатуре, составляющей специфическую область проявления комического в изобразительном искусстве, сатира и юмор служат для критики, разоблачения, осмеяния каких-либо социальных, общественно-политических, бытовых явлений. В широком смысле слова под карикатурой понимают всякое изображение, где сознательно создаётся комический эффект, соединяются реальное и фантастическое, преувеличиваются и заостряются характерные черты фигуры, лица, костюма, манеры поведения людей, изменяются соотношения их с окружающей средой, используются неожиданные сопоставления и уподобления [4, с. 29].

Получив широкое распространение по всему миру, карикатура до сегодняшних дней часто применяется в политической рекламе и пропаганде. Политическая карикатура, являясь средством передачи информации в политической коммуникации, обладает ясной идейной социально-критической направленностью. Наглядно передавая информацию, используя концептуальные образы, автор наиболее точно выражает свое отношение к какому-либо социальному явлению [13, с. 152]. Спецификой политической карикатуры является то, что она призвана по своей природе быть мощнейшим средством формирования общественного мнения. Небольшая картинка может оказать более сильный эффект, нежели множество серьезных аналитических статей, поскольку выступает индикатором настроений, способным в комплексе образов аккумулировать коллективные ассоциации и опыт [8, с. 215]. 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 [14, с. 17].

Политическая карикатура выполняет несколько функций. Наиболее значимыми из них являются сатирическая, социальная, творческая, эмотивная, иллюстративная и функция культурной памяти. Сатирическая функция заключается в способности политической карикатуры создавать сатирический эффект посредством развенчания, разоблачения и осмеяния значимых для представителей определенной культуры общественно-политических явлений. Социальная функция текстов политических карикатур призвана формировать и регулировать общественное политическое сознание. Разновидностью социальной функции является манипулятивная функция, к которой часто прибегают средства массовой информации (в частности, специалисты пиар-технологий), чтобы создать в сознании общества тот или иной образ политика, сформировать определенное отношение к нему масс [18, с. 105]. Политическая карикатура может служить средством развенчивания тщательно создаваемых имиджей и масок, создавая при этом другие и также манипулируя сознанием общественности. Творческая функция политической карикатуры выражается в том, что она не только служит передатчиком некоторого сообщения, но и выступает генератором новых идей, может стимулировать активность политиков. Эмотивная функция основана на эмоциональности как неотъемлемой характеристики человеческого поведения. Искусство в целом часто рассматривается как проявление эмоций. Политическая карикатура не всегда, но часто выполняет иллюстративную функцию, выступая в качестве приложения к буквенному тексту газетной или журнальной

статьи [10, с. 34]. Однако, текст карикатуры, обладающий смысловой самостоятельностью, нельзя приравнивать к собственно иллюстрации, которой не свойственна автономность. Функция культурной памяти заключается в сумме контекстов, которые определенным образом выражаются в тексте, и в которых данный текст приобретает осмысленность, передаваемую из поколения в поколение [3, с. 238].

Особенностью любой карикатуры является то, что её нужно не просто понять и интерпретировать, нужно разгадать её творческий замысел, загадку. Идет процесс, обратный созданию карикатуры: отдельные символы, черты, образы, которые читатель находит в карикатуре, он пытается понять, расшифровать их значение, каждой в отдельности и всех вместе. Понять в данном случае значит: разгадать замысел автора, разгадать тот тезис, идею, которую имел в виду автор. Именно в этом процессе восстановления замысла автора кроется отличительное свойство карикатуры, которое обуславливает её распространенность и актуальность на протяжении сотен лет [20, с. 72]. Идею, представленную в обычном политическом тексте, избиратель, который оправданно не привык доверять политикам, воспринимает критически, и соответственно частично с ней соглашается или отвергает. Разгадывая же идею, заложенную в карикатуре, читатель приходит к ней в результате собственного творческого умозаключения. Более того, он как бы сам для себя на интуитивном, а иногда и сознательном, уровне формулирует эту идею в виде тезиса. Этот тезис является для читателя своего рода открытием, его собственным выводом. Эффект сотворчества, состоящий в том, что читатель как бы сам приходит к задуманному автором тезису и даже сам формулирует этот политический тезис, является одним из важных факторов, способствующих тому, что карикатура получила значение инструмента пропаганды.

## **1.2. Эволюция западной политической карикатуры**

История карикатуры уходит корнями в далекое прошлое. Следы ее существования специалисты находят в Древнем Египте; отмечают видное место, которое отводилось ей в Древней Греции и своеобразии приемов и форм в Средние века [6, с. 52]; подчеркивают аллегоричность карикатуры эпохи Возрождения и фиксируют обстоятельство, что в это время она перестает быть анонимной [8, с. 215]. В ходе Реформации сатира стала одним из действенных средств борьбы ее лидеров против папской власти. Особенно широкое распространение сатира получила в Германии: тысячами тиражами разносились по стране листки со стихами или прозой и с неперменной гравюрой карикатуры, наглядно пояснявшей смысл текста. Римская церковь в ответ на критику также заговорила на языке сатиры, изображая в карикатурном виде Лютера и Кальвина. В ходе религиозных войн многие французские типографии печатали только карикатурную продукцию, часто работая одновременно как на католиков, так и на гугенотов. В Англии широкое распространение получили карикатуры на пуритан. Светская политическая карикатура впервые стала преобладать над религиозной в Нидерландах в XVII в., в результате деятельности иностранных художников, которые в большом числе укрывались в Голландии от преследования на родине [2, с. 110].

Первой страной, где карикатура становится серьезным инструментом политической борьбы, была Франция. В 1787 г. министр финансов Шарль Калонн созвал нотаблей для того, чтобы приказать им собрать деньги для королевского двора, за что был открыто осмеян. Его представили в виде обезьяны, надевшей одежду повара, которая созвала птиц, чтобы узнать, какой соус они хотят выбрать для собственного съедения. Французская революция породила множество карикатур, формировавших представление об истинных врагах третьего сословия.

Публикация в периодической печати, ставшая возможной в XIX в. благодаря техническим усовершенствованиям в полиграфии, обеспечила сатирической графике постоянную массовую аудиторию. В Европе в XIX в. сатирические журналы стали общепризнанными, в них карикатуры на политиков различных стран появлялись регулярно. К французским сатирическим журналам относились «La Caricature» и «Le Charivari». В Британии политическими карикатурами пестрил журнал «Punch». В качестве первой американской политической карикатуры признается работа Бенджамина Франклина «Объединимся или умрем» – где изображение расчлененной змеи символизирует разные части колоний. Франклин использовал эту карикатуру для завоевания поддержки своего плана объединения колоний. Известным художником-карикатуристом в Америке во времена гражданской войны был Томас Наст, чьи работы высоко оценивались президентом Линкольном. Наст является «отцом» двух символов, теперь широко используемых в американских и английских карикатурах, – осла и слона (символизирующих партии демократов и республиканцев [19, с. 77]).

Становлению политической карикатуры в Европе способствовало усложнение взаимоотношений власти и общества, развитие институтов гражданского общества, включая известную прессу. Публикация карикатур в прессе, адресованной массовой аудитории и проникавшей, несмотря на рогатки цензур и таможен, по всему миру, способствовала созданию изобразительных символов, которые легко «прочитывались» современниками. Прежде всего, это касалось международной тематики. «Язык» карикатуры во многих случаях перекликался с лексикой публицистических статей, и некоторые устойчивые выражения нашли образное отражение в сатирической графике: «европейский концерт», «политическая кухня», «стирать с политической карты», «поддерживать престиж». Под пером или карандашом художника каждая держава обретала свои характерные атрибуты-символы. Германию обычно изображали в виде крупной мужской фигуры в кирасе, каске с шишаком и с саблей на боку (иногда – женской фигуры в каске); Австрию – высоким офицером; Италию – господином во фраке или широкополой шляпе с пышным пером. Англию, как правило, представлял Джон Буль – коренастый сэр в костюме для верховой езды; или высокий сухощавый джентльмен в клетчатом пальто с пелериной и тростью, или – во фраке и с моноклем. Образ Франции воплощался в лице Марианны во фригийском колпаке, или барышни с петушиным гребнем, либо в пышной юбке с надписью «Франция». Символом США был дядя Сэм в полосатых брюках и цилиндре со звездами на тулье. Японию обозначала гейша в кимоно, китайца – мужчина с заплетенными в косичку волосами. Россию карикатуристы изображали в виде казака, либо мужика в сапогах, тулупе и меховой шапке, иногда девушки в кокошнике и с длинной косой [8, с. 217].

Образ той или иной державы в сатирической графике художники зачастую представляли в виде какого-либо животного (зверя, птицы или рыбы). Так, Германию изображал черный орел, Францию – петух, Россию – медведь, США – белый орел, Китай – дракон, Англию – лев (иногда Англию рисовали в виде хитрой лисицы или бульдога; морскую мощь Британии, имевшей самый сильный в мире морской флот, символизировала хищная акула) [23].

Стоит подробнее остановиться на формировании образа медведя как символа России. Образ России-медведя закрепляется на западе в период Наполеоновских войн. В политической карикатуре медведь представляется в виде хитрого животного, воина, пленника на привязи. Так, на гравюре 1801 года «Иностранные забавы или Британский Лев на чеку» Павел I, заключивший антибританский союз с Францией, изображен как медведь в ошейнике, стоящий на берегу узкого канала. В его лапах нити от торговых судов с британскими флагами. Россия представляется недалеким, но сильным противником, который не способен просчитать реальные угрозы и риски. Со второй половины XIX века образ «русского медведя» во многом отражал реакцию международного сообщества на политику России (вслед за утверждением

статуса «жандарм Европы»): образ использовался для иллюстрации агрессии, которая присуща диким хищникам. В немецкой карикатуре сформировалась идея «красавицы и чудовища» – Европы, притесняемой Россией. А в английских карикатурах изображение «русского медведя» намекало не только на мощь и силу, но и на упорство хищника. Во время Крымской войны Россию стали изображать агрессивным, загнанным в угол зверем. В опубликованной в 1855 г. в журнале «Punch» карикатуре Дж. Танниела «Окружили медведя» четыре союзника штыками отправляют в берлогу свирепого, разъяренного медведя. Россия представляется как дикое животное, на которое охотятся и которое должно сидеть в клетке, дабы мировое сообщество не стало жертвой его неумеренной ярости [16, с. 225]. Образ «русского медведя» на карикатурах, появившихся во время Первой мировой войны, стал символом силы, но в то же время воплощал в себе такие качества, как «агрессия и варварство». Очень популярны в тот период были сатирические карты мира. Например, немецкий карикатурист С. Вестерфелд использует образ медведя-агрессора и изображает Россию устрашающим чудовищем с оскаленными клыками и наполненными кровью глазами; на хищнике шапка-ушанка, а на плечах – погоны русской армии. На английской карте «Убей этого орла», Россия в образе взбешенного бурого медведя набрасывается на Германию и Австрию, изображенных в виде Орла и Арлекина. Взбешенный, разгневанный, неуправляемый зверь, – образ России в период Первой мировой войны [17, с. 87]. Правда, некоторые изображения «русского мишки» с очевидной симпатией констатировали факт исполнения союзнического долга: на французской карикатуре медведь в солдатской фуражке, олицетворяющий Россию, держит в лапах черного орла в немецкой каске, роль которого исполняет Германия (сюжет посвящен наступлению российской армии в Восточной Пруссии и провалу плана немецкого блицкрига на Западном фронте) (см. Приложение 1).

В середине 1930-х гг. образ «русского медведя» потерял свою популярность. Однако некоторые авторы все же обращались к нему, стремясь подчеркнуть мощь и силу Советского Союза. Ряд карикатур изображает СССР медведем, который не боится сразиться с Гитлером. В этот период к изображению животного часто добавляли атрибуты советской власти (красную звезду, буденовку, знамя СССР). Во время Второй мировой войны образ медведя ушел на второй план и был не так популярен, его заменил образ И. В. Сталина. В разгар холодной войны карикатуристы вновь обратились к образу «русского медведя». Чаще всего они прибегали к противопоставлению животных символов двух сверхдержав – орлана и медведя. На карикатурах этого периода медведь почти всегда выступает агрессором с большими когтями и звериным оскалом, он либо готовится к схватке, либо уже вступил в противостояние с белоголовым американским орланом [12, с. 177]. Также можно встретить карикатуры, где «русский медведь» делит планету Земля с Дядей Сэмом, олицетворяющим США [22]. Даже олимпийского Мишку западные карикатуристы смогли представить негативным, злым и агрессивным. Английский журнал «Time» изобразил крупного бурого медведя, надкусывающего черное олимпийское кольцо; глаза хищника наполнены гневом, из пасти выглядывают несколько клыков, а на лапах острые когти. Французские карикатуристы переделали олимпийского Мишку в солдатскую форму, надели на него кобуру, дали в лапы плетку, а олимпийские кольца скрутили из колючей проволоки [15, с. 22].

При указанных примерах формирования негативного образа Советского Союза в период Холодной войны, нельзя утверждать, что западная карикатура выступала единым антисоветским фронтом. Например, многокадровые антивоенные карикатуры датского художника Х. Бидструпа «Армия» (дается совет предпочесть военному походу на Москву туристическую поездку в советскую столицу) и «Круг замкнулся» (история совершенствования оружия от первого – дубинки дикаря, до последнего – той же дубинки, но после атомной войны) в немалой степени способствовали разрядке международной напряженности (см. Приложение 2).

### 1.3. Отечественный опыт политической карикатуры

В России первые изображения юмористического или сатирического характера в виде лубочных картинок известны с конца XVII века. Они появились под влиянием потешных немецких листков, занесенных через Польшу, и голландских лубочных гравюр. В ту пору высмеивались физические уродства, бытовые пороки, нравы эпохи, иноземные наряды высших классов. Рисунки обязательно сопровождались ритмизованным или рифмованным текстом. Во второй половине XVIII в. карикатура получила продолжение в гравюрах на меди, в альбомных зарисовках, стала оригинальной по замыслу и исполнению. Настоящий бум она пережила в годы Отечественной войны 1812 г., явив массу сатирической графики на тему французов, битых русскими партизанами и казаками. Автор карикатур – И.И. Тербенёв – считается родоначальником отечественной художественной карикатуры. Разрезная азбука «Подарок детям в память о событиях 1812 года», представлявшая собой уменьшенные копии известных карикатур на Наполеона и его армию, создававшихся в 1812-1814 гг., раскрывала перед глазами ребёнка картину только что миновавшей войны [7, с. 402].

Из-за жестких действий цензуры политическая карикатура в России не получила значительного развития. Первая попытка издавать «Журнал карикатур» была пресечена по повелению Александра I: изготовленные А.Г. Венециановым и уже отпечатанные листы, а также офортные доски были конфискованы. Первый русский юмористический сборник «Ералаш» выходил под редакцией М.Л. Неваховича в 1846-1849 гг. Один из сотрудников «Ералаша» Н.А. Степанов впоследствии основал сатирические журналы «Искра» и «Будильник» [24]. В конце 50-х годов XIX в. в России с разной периодичностью выходило несколько журналов с карикатурами: «Карикатурный листок», «Гудок», «Рассказы карандаша». Затем появился и был широко распространен журнал «Стрекоза», из недр которого вышел в 1908 г. «Сатирикон». Всего в начале XX в. в России издавалось более 250 сатирических журналов разной политической направленности [22].

Первые дни демократических свобод в феврале-марте 1917 г. и возможности бесцензурного творчества стали днями активного обличения старорежимного уклада. Показательна в этом отношении картина А.А. Радакова «Самодержавный строй», сатирически его изображающая (см. Приложение 3). Одним из главных сюжетов сатирических произведений стала царская чета, излюбленными темами были политика бывшего императора Николая II и его министров. В марте 1917 г. карикатурист Д. Моор в первом свободном номере «Будильника» опубликовал рисунок, на котором рабочий кричит вслед убегающему Николаю II: «Возьмите вашу корону, гражданин. Она не нужна больше России!». Его же рисунок «Не стреляет, не звонит и не царствует» изображает Николая II после отречения от престола на фоне Царь-колокола и Царь-пушки в виде одинокого и беспомощного человека [5, с. 171].

После Октября 1917 г. большевики, высоко ценившие роль пропаганды, часто обращались к политической карикатуре, что дало мощный толчок для ее развития. Политическая карикатура использовалась в листовках, газетах и плакатах. В 1922 г. появился журнал «Крокодил» – национальное юмористическое издание. Советская печать начала 20-х годов пестрит карикатурами на вождей революции. Особенно часто вождей рисовали в виде святых, богов и православных священников. Например, Троцкий Троцкий и Дзержинский изображались в образах апостолов Петра и Павла. Другая популярная линия карикатур того времени – изображение вождей в образе животных: напрашивающееся обыгрывание имени Троцкого – Льва и Щуки Дзержинского – борцов с контрреволюцией [1, с. 19]. Журнал «Красный перец» в 1923 г. помещал на рисунке набор париков, бород и усов. Прилепляя их по-разному к лысой, безбородой и безусой болванке, можно было получить портреты вождей



– Маркса, Ленина, Троцкого. На одной из карикатур журнала Ленин древком флага протыкал пузатого буржуя. Самым известным советским шаржем на Ленина стал рисунок В. Дени, на котором председатель Совнаркома в качестве дворника с метлой, чистит земной шар от всякой нечисти – царей-королей в горностаевых мантиях, миллионеров с тугими мешками золота. Д. Моор изображал Ленина в качестве факелоносца, разжигателя «пожара мировой революции». 1930-е были ознаменованы исключительно уважительными шаржами на И.В. Сталина с неизменной трубкой, из которой, как на рисунке В. Дени, вместе с дымом улетают внутренние враги советской власти – «вредители», партийные оппозиционеры и кулаки (см. Приложение 4).

Символом отечественной карикатуры стал Борис Ефимов, который попал в книгу рекордов Гиннеса как старейший карикатурист в мире, в 107 лет стал главным художником газеты «Известия». Большой интерес представляют его работы антинацистской направленности. В карикатуре «Мозговая начинка. Массовое воспитание гитлеровских молодчиков» Ефимов обыгрывает изречение Гитлера о том, что «молодежь должна быть похожа на молодых диких зверей»; в «Лучших из лучших» демонстрируется несоответствие немецких лидеров их теории «чистой расы» [21]; в «Новом порядке в Европе» художник подтрунивает над тем фактом, что в молодости Адольф Гитлер мечтал стать архитектором (см. Приложение 5).

В период Великой Отечественной войны политическая карикатура стала инструментом «художественного» противостояния с врагом, ведущими карикатуристами считались Михаил Куприянов, Порфирий Крылов и Николай Соколов («Кукрыниксы»). Рисунки Кукрыниксов, Б.Е. Ефимова, В.А. Гальбы, Б.М. Лео и многих других авторов, публиковавшиеся в «Окнах ТАСС», «Боевом карандаше» и на листовках били по врагу не хуже пулеметов [23]. Карикатурные альбомы издавались даже в военных типографиях советской армии: «Балтийская полундра», «Гады морские, болотные и подколотные» [11, с. 107].

Для визуализации понятия «холодная война» художники использовали как традиционные метафоры (например, карикатуры В. Говоркова «Не балуй!», где дяде Сэму – поджигателю войны с факелом и бомбой – грозит пальцем советский солдат; «Фразы и... базы», на котором американский военный стоит у карты, утыканной флажками, обозначающими американские военные базы в разных странах по периметру СССР, так и новые образы (рисунок Б. Ефимова «По-шахтерски», где Н.С. Хрущев расправляется со снеговиком – «холодной войной» с помощью отбойного молотка) [9, с. 114].

С началом перестройки понятие карикатуры расширилось, цензура ослабла, и вскоре у карикатуристов уже не осталось неохваченных тем. С 1990-х гг. политическая карикатура оказывается на периферии общественного внимания по большей части ввиду того, что возросло значение «политических шуток и представлений в комедийных программах по телевидению», а впоследствии и в Интернете, который позволял популяризовать комические сюжеты с использованием средств мультимедиа. Однако и сегодня карикатуре отводится важное место на страницах популярных газет и еженедельников, издаются и специальные сатирические журналы.

Подводя итоги первой главе, необходимо отметить, что карикатура с помощью шутки, сатиры способна участвовать в политической борьбе. Автор стремится создать комический эффект, придав неожиданный и шуточный поворот известной теме. Если в идею карикатуры входит заложенный автором понятный читателю комический эффект – то в процессе «разгадывания» этой идеи, сделанный читателем вывод будет восприниматься менее критично, а запоминаться более прочно. В истории расцвет политической карикатуры всегда приходился на периоды крупных общественных конфликтов: войн, революций и прочих массовых социальных событий, требующих поддержки населения. А карикатура, как один из самых известных и эффективных методов пропаганды, вот уже сотни лет успешно помогает эту поддержку получить.

## 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КАРИКАТУР

### 2.1. Современные формы политических карикатур: мемы, демотиваторы

Возникновение электронных средств коммуникации стало настоящим переворотом, полностью изменившим образ жизни и мышление людей. СМИ и электронные средства коммуникации оказывают комплексное воздействие на всю нервную систему и психику человека. Электронные средства коммуникации сделали возможным сочетание мифологического сознания и рационального познания окружающей действительности. В современном мире электронные СМИ сформировали новую коммуникационную культуру, в которой начался синтез текста, аудио- и видеообразов нашего восприятия. В результате возникла новая культура – культура реальной виртуальности – в которой в едином цифровом пространстве оказались заключены все формы культурного наследия, наше настоящее и наше будущее. Молодежь, выросшая в эпоху высоких технологий, по-другому смотрит на мир, через призму «клипового мышления». Ее восприятие существенно отличается от восприятия взрослого поколения, воспитанного на книгах и иных текстах. Молодежь видит «картинку» в целом и воспринимает информацию по принципу клипа.

«Клиповое мышление» сделало актуальным использование мемов – единиц информации, способных быстро передаваться от человека к человеку при социальных взаимодействиях. При распространении мем модифицируется и адаптируется к конкретному социокультурному контексту. Специфическая черта мема – его особые функциональные качества, которые позволяют рассматривать данный феномен в контексте бессознательного. Специалисты по вирусной рекламе отмечают, что хороший его образец воздействует частично на подсознательном уровне, когда человек до конца не понимает, что именно его смешит в меме, сердит или раздражает. Вдобавок, в основе любого успешного мема лежит высвечивание участка «общественного бессознательного», темы, которая по какой-либо причине цензурировалась, подавлялась, считалась неприемлемой. Мем – это эффективный способ одновременно пробить защитный барьер в сознании большого количества людей. Истинное содержание мема закамуфлировано, чтобы отвлечь, на какое-то время, критическое консервативное и рациональное мышление и проникнуть непосредственно в подсознание человека с помощью не прямых, косвенных ассоциаций.

Часто мем выполняет компенсаторно-объединяющую функцию, позволяющую преодолевать коллективные страхи. Хрестоматийным примером стал международный серийный интернет-мем об ИГИЛ. Изначально высмеивание боевиков Исламского государства с помощью мемов было одиночной акцией: в январе 2015 года террористическая группировка потребовала от правительства Японии 200 миллионов долларов в обмен на жизни двух японцев. Ответной реакцией пользователей Twitter из Японии было распространение фотоколлажей на боевиков, в которых полностью нивелировался образ ИГИЛ как потенциальной угрозы. Несколькими месяцами позже подобную «мем-кампанию» устроили граждане Мексики после поступления угроз в адрес их страны от Исламского государства. 9 декабря 2015 г. группа хакеров под названием «Anonymous» выступила с заявлением о «Дне троллинга ИГИЛ», призывая сторонников группы выкладывать юмористические коллажи о террористах. В конечном итоге был создан мем, известный в русскоязычном интернет-пространстве как «Утиное государство» («фотожабы» с боевиками ИГИЛ с головами резиновых уток и

туалетными ершиками вместо оружия и измененным флагом группировки). Самые популярные интернет-мемы в России представлены в Приложении 6.

Развитие мемов привело к появлению демотиваторов. Отличием демотиваторов от первых мемов является принципиально другая организация визуального и текстового пространства: текст размещается под изображением, выдерживается строгая заданность цветового параметра фона (черный), шрифтов (сочетание крупного, выражающего основную мысль, и мелкого, поясняющего), графики (первая и последняя буква в слогане – заглавные). Ключевая функция демотивационных постеров на политическую тематику сводится к критике объективной реальности, далеко не всегда конструктивной (см. Приложение 7). Это следует из того, что информационное интернет-пространство максимально свободно от цензуры и контроля со стороны властных структур, что позволяет интернет-пользователям открыто высказывать «оппозиционные» политические взгляды, не совпадающие с официальными, транслируемыми традиционными средствами массовой информации. То есть создание демотивационных постеров на политическую тематику – своего рода канализирование политического протеста; отсюда преобладание негативных, неполиткорректных сюжетов. При этом демотиваторы на политическую тематику являются каналом трансляции и легализации, с одной стороны, осознанных, рациональных политических представлений личности, сложившихся в ходе независимой интерпретации политических фактов, а с другой стороны – импульсивных эмоциональных всплесков. Демотивационные постеры, созданные под влиянием импульсивных реакций, как правило, содержат неуместную ненормативную лексику, в них отсутствует элемент конструктивной критики, таким образом, они провоцируют девальвацию «жанра» демотивационного постера, и в данном случае их можно аллегорично назвать актом информационного «вандализма». В то же время демотиваторы способны быть катализатором настроений, с которыми государственная власть не может не считаться. Например, одна из самых популярных в российском демотивационном Интернет пространстве тема уголовной ответственности за репосты (см. Приложение 8), вызвала широкий общественный резонанс, следствием которого стала частичная декриминализация ст. 282 УК РФ. Таким образом, интернет-мем способен не только формировать общественное мнение, но и влиять, пусть косвенным образом, на политику государственной власти.

## **2.2. Анализ основных сюжетных линий современных зарубежных и отечественных политических карикатур**

В первой главе мы рассмотрели эволюцию классической печатной карикатуры, и теперь остановимся на основных сюжетных линиях современной прессы.

В зарубежной и в отечественной карикатуре в настоящее время очень остро стоит проблема этики карикатуриста: должны ли существовать «запретные» темы? К сожалению, очень часто в погоне за высокими рейтингами и прибылью газеты и журналы не останавливаются ни перед чем. Так, появление в еженедельном французском сатирическом журнале «Шарли Эбдо» новой серии карикатур с «участием» пророка Мухаммеда в одночасье сделало издание бестселлером. Это привело к высоким рейтингам журнала и... трагедии в Париже 7 января 2015 г., когда в результате нападения вооружённых боевиков на редакцию «Шарли Эбдо» погибло 12 человек, ранено 11. Появившийся после теракта слоган «Я – Шарли» стал лозунгом защитников свободы слова во всем мире и еще острее обнажил проблему границ свободы: произошло разделение общества на «Мы – Шарли» и «Мы – не Шарли». Хэштег «Я – не Шарли» вышел на первое место в русскоязычных социальных сетях после того, как «Шарли

Эбдо» опубликовал карикатуры на авиакатастрофу над Синайским полуостровом 31 октября 2015 г., ставшую национальной трагедией в России (погибло 224 человека).

Споры вокруг «Шарли Эбдо» не угасают и постоянно разгораются с новой силой из-за поразившего Европу миграционного кризиса. На рисунке 1 метафорический образ беженца представлен в виде огромного великана, присевшего отдохнуть на боксе, принадлежащем ведомственной структуре при ООН – Верховному Комиссариату по делам беженцев. На рисунке 2 карикатурист отправляет шведского, немецкого, французского и английского ягнят в пасть к огромному волку со словами: «Мы не волкофобы». Волк, олицетворяющий на рисунке ислам, показывает насколько острой для современной Европы проблемой является конфликт ценностей христианского и мусульманского мира.

В США тема мигрантов, всегда очень острая, вызвала новый карикатурный всплеск, благодаря проектам строительства «стены» на границе с Мексикой. На рисунке 3 обыгрывается призыв Д. Трампа «выгонять из Штатов всех, кто не знает английского» – речь идет о хорошо известной всем исторической ситуации. Автор обращается к образам исторически значимых для Америки отцов-основателей и коренных жителей континента – индейцев. Первые выступают в роли мигрантов, а вторые – в роли хозяев континента. Таким образом, автор высмеивает современное отношение правительства к мигрантам и напоминает американцам, что они сами были когда-то мигрантами и без разрешения вторглись на чужую территорию.



Рис. 1. «Ситуация под контролем»



Рис. 2. «Смерть от политкорректности»



Рис. 3. «Учите могикианский»

К традиционной для западных СМИ теме возможной военной агрессии России добавляется тема вмешательства в выборы. Недовольство значительной части финансовой элиты Запада поражением демократов на выборах президента США породило большое количество карикатур, убеждающих американского и европейского обывателя в стремлении России использовать пятую колонну их стран для продвижения своих интересов. В подписи к рисунку 4 «Финальные дебаты» кандидат от демократов Х. Клинтон устами дельца с Уолл-стрит (финансового центра Америки и мира) кричит Трампу: «Ты – марионетка Путина!», а тот отвечает ей устами Президента России. Доходило до того, что Президент России преподносился как «Хозяин Белого Дома» (рис. 5), играющий шахматной фигурой Д. Трампом против Америки (рис. 6).



Рис. 4. «Финальные дебаты»



Рис. 5. «Хозяин Белого Дома»



Рис. 6. «Путинские шахматы»

На рисунке 7 американский президент преподносит русскому медведю тушку американского орла. Медведь в данном случае характеризует желание России унижить Америку. Карикатуры, изображающие «русского медведя» агрессором с окровавленной пастью или с автоматом в руках, постоянно появлялись в период сирийского конфликта. Вызвало отклик в среде современных карикатуристов и присоединение Крыма к России. На рисунке 8 медведь держит в пасти рыбу «Крым» и обещает спасти ее от утопления в водовороте событий. Настрой и облик медведя на всех иллюстрациях агрессивный. Образ «русского медведя» в западных СМИ успешно используется в качестве оружия политической пропаганды. Однако на Западе имеются карикатуристы, старающиеся понять, разобраться и взглянуть по-другому на происходящее. На рисунке 9 иллюстрируется ситуация с продвижением войск НАТО на Восток.



Рис 7. «Подношение»



Рис 8. «Я спасу тебя»



Рис 9. «Русская угроза»

«Кукловод» в одежде цвета американского флага пугает солдата НАТО рычащим с выпущенными когтями медведем. Таков привычный для европейских читателей образ России – страны-агрессора. Но ирония автора карикатуры состоит в том, что рычащий медведь – игрушечный, а настоящий большой медведь смеется и смотрит на все происходящее свысока. Автор данной карикатуры использует антитезу, противопоставляя внутри невербального компонента изображение истинного положения дел (реальность) и то, как эту реальность преподносят европейцам.

Самой популярной темой для карикатуристов в 2020 году стал коронавирус и его влияние на политику. На рисунке 10 огромный военный бюджет направляет на борьбу с великаном коронавирусом лилипута медицинский бюджет. Рисунок 11, на котором президент США – флагмана мировой экономики, направляет автомобиль скорой помощи в яму, и рисунок 12, где чудовище «экономический кризис» поджидает за углом спасающуюся от вируса планету, подчеркивают, что пандемия обязательно приведет к экономической катастрофе.



Рис. 10. «Иди, спаси мир»

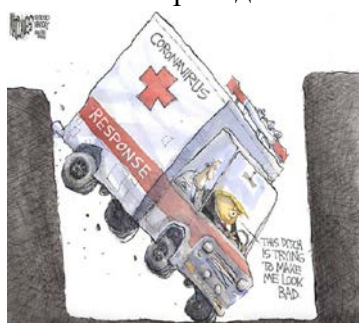


Рис 11. «Яма»



Рис 12. «Есть угрозы пострашнее»

Из азиатских государств с развитой карикатурной культурой следует выделить Китай, главной внутренней темой которого является борьба с коррупцией. На рисунке 13 изображен тигр, символизирующий крупных чиновников, занимающихся коррупцией. На тигре надпись – «Система правил создания законов». Тигр в карикатуре расположен на самом верху, то есть он имеет более высокий статус, чем другие фигуры. По политике председателя КНР государство

ведет борьбу против коррупционеров (тигров), но в данной карикатуре автор пытается сказать, что в госаппарате также сидят тигры, которые еще и покрывают других. Две другие фигуры тоже обозначают чиновников, но находятся ниже тигра, значит, имеют более низкий статус. Надпись на портфеле переводится как «Использовать служебное положение в корыстных целях». Один из чиновников говорит: «Не бойся! Оно сделано из бумаги». Бумага – непрочный предмет, который можно легко порвать. Имеется в виду, что не стоит обращать внимание на «Систему правил», она является непрочной и создается такими же коррупционерами. Автор карикатуры обвиняет все государство в том, что чиновники сверху до низов погрязли в коррупции. Данная карикатура бросила тень на всю Коммунистическую партию Китая.

Борьба с коррупцией является одним из основных «внутренних» сюжетов и российских карикатур. В значительной части работ говорится о туманных перспективах победы над этим социальным злом: на рисунке 14 карикатурист демонстрирует существенные различия «весовых категорий» коррупции и антикоррупции, явно не в пользу последней; в рисунке 15 на мотив китайских «Чиновников» автор рассуждает о замкнутом коррупционном круге, а на карикатуре «Предвыборная гонка» (рис. 16) показано, для чего отдельным депутатам нужна неприкосновенность.



Рис. 13. «Чиновники» Рис. 14. «Друзья» Рис. 15. «Доработать!» Рис. 16. «Предвыборная гонка»

Самыми популярными внутрироссийскими темами последних лет стали пенсионная реформа и действия властей по борьбе с коронавирусом. На рисунках 17 и 18 обыгрывается реакция населения на повышение пенсионного возраста. Рисунок 19 подчеркивает, что повышенное внимание к коронавирусу порождает нищету теряющего работу населения. На 20 рисунке отмечается стремление оппозиции, признающей любые действия властей за ошибочные, использовать ситуацию в свою пользу.

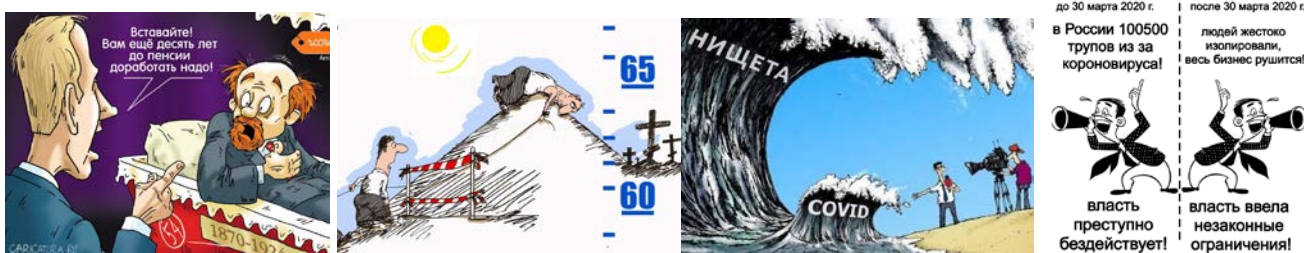


Рис. 17. А. Ермолович «Касается ВСЕХ!» Рис. 18. В. Осипов «Пенсионный облом» Рис. 19 «Не замечаем угрозы» Рис. 20. «Нелегкая жизнь оппозиционного блогера»

Вопрос, как отечественная карикатура реагирует на международные события, затрагивающие Россию, мы решили рассмотреть на примере работ Виталия Подвицкого. В целом работы В. Подвицкого отражают весь спектр патриотической тематики. Это и борьба с противниками «Северного потока» мировыми Жадностью, Глупостью, Злостью и Завистью («Собака лает – караван идет»), и американское лоббирование своих экономико-сырьевых интересов в Европе – пропагандист с плеткой убеждает А. Меркель впрячься в тележку с американским сжиженным природным газом («Запрягли»), и реакция на преследование

Всемирным антидопинговым агентством российских спортсменов («Взять их всех на мушку!»); проблемы расширения и агрессивной политики НАТО («Фокус-покус»), мнимой борьбы американцев с терроризмом на Ближнем Востоке и их стремления «сохранить лицо» на фоне действительных антитеррористических успехов России («Пора на выход!»), сверхвысокого американского госдолга и кризиса долларовой модели экономики («В долгах как в шелках» и «На маленьком плоту...»); иллюстрация выхода Великобритании из Евросоюза («За бортом») и судьбы «лондонских» олигархов, выводящих капиталы из России («Отбивание денег»), несоответствия пропагандируемого торжества демократических ценностей западного общества и реальности («Мечтателям здесь не место»); отражение проблем европейской экономики, вызванных антироссийскими санкциями («Главное – не вляпаться» – М. Макрон и А. Меркель вынуждены внимательно смотреть под ноги, чтобы не наступить на разбросанную по асфальту санкционную банановую кожуру; «До конца маршрута осталось...» – европейская малолитражка утыкается в стену санкционного лабиринта), высмеивание информационных уток о российской агитации как катализаторе протестного движения во Франции (президент Франции, глядя на кирпич, влетевший в окно Елисейского дворца, предлагает искать «Русский след»). Отдельно стоит выделить украинскую тематику: американский Кот Базилио и европейская Лиса Алиса обхаживают украинского Буратино («И делай с ним, что хошь!»); следствие «европейского выбора» – упавшие в обморок перед гостьей из МВФ украинцы с новыми квитанциями за коммунальные услуги в руках («Цена независимости»); привязка Керченского инцидента с украинскими кораблями к предвыборной ситуации на Украине («Топор войны» и «Во всей красе») (см. Приложение 9).

### **2.3. Результаты воздействия современных политических карикатур на общественное сознание**

В предыдущем параграфе были приведены примеры воздействия на общественное сознание с помощью политических карикатур. Одна из самых болезненных на сегодняшний день тема – это нагнетание антироссийской угрозы на Западе. Опросы общественного мнения в западных странах постоянно фиксируют большое количество людей, убежденных в агрессивных намерениях России. Конечно же, данная убежденность формируется с помощью широкого круга источников, не только через рассмотренные нами, но отрицать значение политической карикатуры в деле формирования общественного сознания нельзя.

Нагнетаемая американскими политическими карикатурами истерия о вмешательстве России в выборы поддерживает в Западном мире русофобские настроения, которые привели, например, к тому, что в Нидерландах подсчет голосов на парламентских выборах 2017 г. вели не с помощью автоматизированных компьютерных систем, а вручную, чтобы оградить избирательный процесс от вмешательства зарубежных стран, включая Россию. Еще дальше пошла Великобритания, премьер-министр которой Тереза Мэй учредила в правительстве должность министра по борьбе с подрывной деятельностью. Новый министр предпринимает «обширные усилия по защите неприкосновенности демократической жизни в Британии» на фоне опасений, что российские кибератаки, фейковые новости и деньги могут дестабилизировать демократию в стране. В США тратились огромные деньги на то, чтобы собрать доказательства связей президента Трампа с Россией. Все это частично подтверждает выдвинутую нами во введении гипотезу.

Для проверки выдвинутой гипотезы на российской социальной практике нами было проведено исследование того, каким образом сюжеты политических карикатур влияют на

представления о политике государственной власти. Для этого мы провели социологический опрос. Была поставлена задача выявить мнение 50 человек в возрасте от 18 до 30 лет, интересующихся той или иной формой современной политической карикатуры.

После выяснения возраста и получения согласия на участие в опросе, задавались предварительные «отсеивающие» вопросы: «Интересуетесь ли Вы политикой?», «Какой источник информации о политической ситуации в стране и в мире для Вас является приоритетным?», «Просматриваете ли Вы регулярно в СМИ карикатуры, мемы и демотиваторы на политические темы?».

У людей, которые интересовались политикой, выбирали в качестве приоритетного источника информации Интернет или газеты (журналы) и регулярно просматривали политические карикатуры, мы выясняли: «Какие темы карикатур (мемов, демотиваторов) Вас интересуют в большей степени?». Предлагалось выбрать 2 варианта ответа: «Оценивающих внутреннюю ситуацию в России» – 21 человек (42 %) и «Касающихся международного положения» – 29 человек (58 %) (рис. 21).

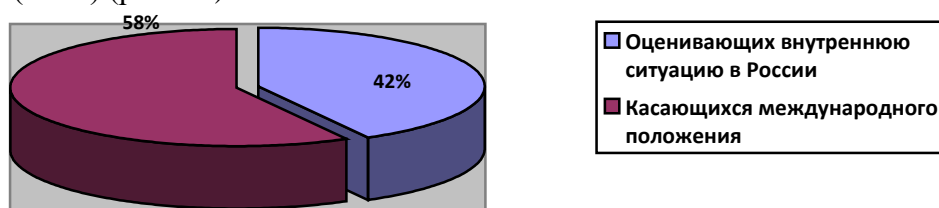


Рис. 21. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие темы карикатур (мемов, демотиваторов) Вас интересуют в большей степени?», %

Далее мы спросили у респондентов: «Как Вы оцениваете политику, проводимую государственной властью?». Предлагалось 5 вариантов ответа: «Положительно», «В большей степени положительно, чем отрицательно», «Нейтрально», «В большей степени отрицательно, чем положительно», «Отрицательно». Среди тех, кто выбрал внутрироссийскую тематику, положительно оценили политику властей 2 человека (9,5 %), в большей степени положительно – 4 человека (19 %), нейтрально – 8 (38 %), скорее отрицательно – 5 (24 %), отрицательно – 2 (9,5 %). Среди выбравших международную тематику, положительно оценили политику российской власти 7 человек (24 %), скорее положительно – 12 (41,5 %), нейтрально – 7 (24 %), скорее отрицательно – 3 (10,5 %). Данные результаты показаны на рисунке 22.

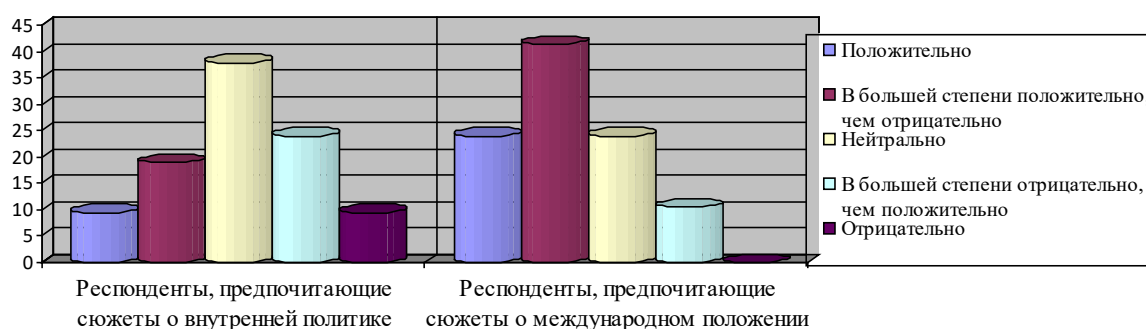


Рис. 22. Оценка респондентами политики, проводимой российской государственной властью, %

Важным показателем является количество респондентов, выбравших варианты «положительно» и «в большей степени положительно, чем отрицательно». Как показывает вышеприведенный рисунок, респонденты, предпочитающие международные сюжеты, гораздо выше оценивают деятельность государственной власти (65,5 %), чем те, кто предпочитает сюжеты о внутренней политике (только 28,5 %).



На вопрос: «Как Вы считаете, способно ли сатирическое изображение политика изменить Ваше мнение о нем?» предлагались 3 варианта ответа: «Я потеряю к нему уважение», «Нет, мое мнение не изменится» и «Я буду в большей степени относиться к нему как к «живому человеку», а не как к «небожителю». Среди предпочитающих внутрироссийскую проблематику вариант «Я потеряю к нему уважение» выбрали 7 человек (33 %), считают, что не изменят своего мнения – 9 (43 %), будут в большей степени относиться к нему как к «живому человеку», а не как к «небожителю» – 5 (24 %). Выбравшие международную тематику, ответили следующим образом: «Я потеряю к нему уважение» – 4 человека (14 %), «Нет, мое мнение не изменится» – 10 (34,5 %) и «Я буду в большей степени относиться к нему как к «живому человеку», а не как к «небожителю» (51,5 %). Наглядно это показано на рисунке 23.

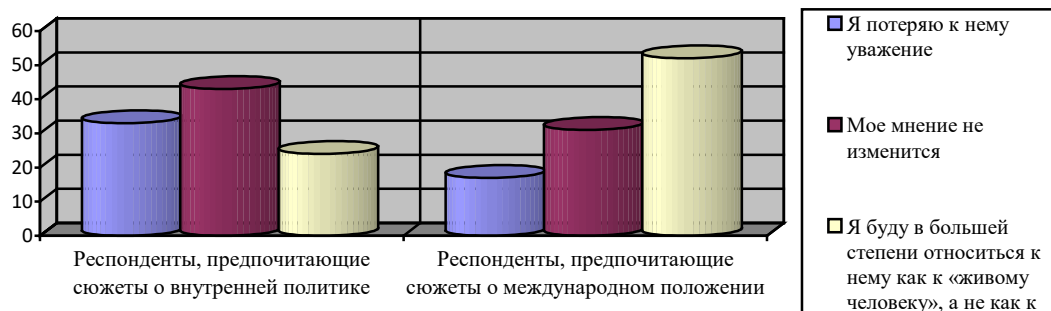


Рис. 23. Распределение ответов на вопрос «Способно ли сатирическое изображение политика изменить Ваше мнение о нем?», %

Как показывает рисунок 23, число респондентов, считающих, что способны потерять уважение к политику из-за его неприглядного вида на карикатуре, среди приверженцев внутрироссийских сюжетов почти в 2,5 раза выше, чем у тех, кто предпочитает международную тематику (33 % против 14 %).

Сопоставление ответов на последние 2 вопроса показывает значительную зависимость представлений о государственной политике от общей направленности политических карикатур.

Таким образом, мы убедились в том, что политическая карикатура действительно способна оказывать существенное влияние на представления об эффективности деятельности государственной власти.

Подводя итоги второй главы, необходимо отметить, что наряду с классической политической карикатурой на формирование общественного мнения в начале третьего тысячелетия влияют «вирусные» каналы подачи информации. Жанр меметического сообщения как нельзя лучше отвечает коммуникационным потребностям современной публики. Эпидемия «клипового мышления» приводит к тому, что внимание пользователя становится фрагментарным, неустойчивым. Средний пользователь не удерживает фокус внимания, не может воспринимать длинные тексты. Никто не смотрит длинных роликов. Контент должен быть мелко гранулированным, читаться наискось, состоять из привычных образов, «мемов» и архетипов. Миллионы пользователей новых медиа, пересылающие друг другу демотиваторы, посвященные тому или иному политику, возможно, даже не знакомы с первоисточником – его реальной политической программой или оригинальными высказываниями. Но мем, хорошо отвечающий уже сформированному образу политика, с энтузиазмом воспринимается аудиторией и воспроизводится ею с высокой степенью активности. Выявленные различия в позиции респондентов, предпочитающих политические сюжеты разной направленности, позволяют сделать вывод о значительных возможностях воздействия на общественное сознание через политический юмор.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Массовизация современного социума определяет повышенную восприимчивость общественного сознания к манипуляционным влияниям со стороны заинтересованных политических деятелей. В процессе межпартийной конкуренции и борьбы за лидерство между отдельными политическими фигурами воздействие на сознание избирателей приобретает особый смысл, поскольку с его помощью в информационном обществе возможен контроль за политическим поведением граждан и, соответственно, управление электоральным выбором населения. Особенности массового поведения обусловлены информационным воздействием и внушением, которому постоянно подвергаются массы. Воздействие на общественное сознание в современном обществе становится одним из ключевых средств конкурентной борьбы политических партий, власти и оппозиции. Поскольку манипуляция выходит на первое место в числе политических стратегий, идеологии и политические программы характеризуются лишь текстовыми отличиями, механизмы трансляции «политического слова» становятся определяющими в игре оппонентов на политическом пространстве. Отсюда все возрастающее значение политической карикатуры как механизма формирования общественного мнения.

В первой главе нами изучались особенности становления и развития политической карикатуры как социального института. Политическая карикатура как метод политической рекламы и пропаганды, несмотря на свой почтенный возраст, является чрезвычайно эффективным средством информационно-психологического влияния во все времена – будь то эпоха Реформации или современный век информационных технологий. Стремление человека к разгадыванию загадок и сатирическая составляющая карикатуры делает этот жанр актуальным и сегодня, и через сотни лет. Конечно, здесь возникает ряд ограничений. Загадка не должна быть слишком сложной. Читатель может разгадать только то, что он уже знает, то есть символика, образы должны быть ему понятными и узнаваемыми. Кроме того, читатель должен легко понимать их связь с предполагаемым объектом сатиры, то есть понять символы и согласиться с их оценкой в приложении к объекту сатиры. В противном случае, карикатура останется непонятой и попросту потеряет смысл. Все это указывает на то, что главным элементом карикатуры является её идея, основной посыл, который пытается донести автор. Ведь если идея окажется непонятной читателю или будет неправильно им истолкована – труд автора будет напрасным. В то же время актуальная, удачно придуманная идея, способная высмеять объект карикатуры сможет оказать массовое информационно-психологическое влияние.

Во второй главе нами были изучены современные механизмы воздействия на общественное сознание с помощью политической карикатуры. Технологии манипуляции, применяемые в Интернет-коммуникациях во многом копируют технологии традиционных СМИ: это и «упрощение проблемы», и «наклеивание ярлыков», и использование «утвердительных заявлений», пугающих тем, отвлекающих от важной политической проблемы сообщений, уменьшение значимости темы. В связи с этим можно отметить изменение приемов политических Интернет-манипуляций, прежде всего, увеличение каналов подачи информации. При этом обилие информации в несистематизированном виде усложняет для адресата поиск смыслового значения передаваемого сообщения, что открывает новые возможности для политического манипулирования.

Анализ современных политических карикатур и изучение реакции на их сюжеты жителей г. Пензы позволил нам подтвердить выдвинутую во введении гипотезу: политическая карикатура действительно способна оказывать существенное влияние на представления населения об эффективности деятельности государственной власти.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ватлин А. Ю., Малашенко Л. Н. История ВКП(б) в портретах и карикатурах ее вождей. – М.: РОССПЭН, 2007. – 143 с., ил.
2. Голиков А. Г., Рыбаченок И. С. Политика в зеркале сатиры // Родина. – 2015. – № 8. – С. 110-115.
3. Голиков А. Г., Рыбаченок И. С. Смех – дело серьезное. Россия и мир на рубеже XIX-XX веков в политической карикатуре. – М.: ИРИ РАН, 2010. – 328 с., ил.
4. Дмитриев А. В. Социология политического юмора: очерки. – М.: РОССПЭН, 1998. – 332 с.
5. Котеленец Е. А., Затуловская М. С., Лаврентьева М. Ю. «Русский медведь» – динамика изменений образа России в мире // Научный диалог. – 2018. – № 7. – С. 164-175.
6. Кротков А. П. Карикатура. Непридуманная история. – М.: АСТ, 2015. – 319 с.
7. Кустова А. Е. Отечественная война 1812 г. и Первая мировая война в карикатуре // Актуальные проблемы теории и истории искусства: сб. науч. статей. Вып. 2. – СПб: НП-Принт, 2012. – С. 401-407.
8. Лебедева А. Ю., Иванова А. В. Комический эффект в политической карикатуре // Инновационные технологии в науке и образовании. 2015. – № 2. – С. 215-222.
9. Мамедова А. О. Символы войны и мира в советском политическом плакате и карикатуре периода «Холодной войны» // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 1. – С. 110-115.
10. Москин Д. Н. Краткая энциклопедия карикатуры. – Петрозаводск: ПетроПресс, 2000. – 208 с.
11. Нуриева Д. Р. Советская политическая военная карикатура как поликодовый текст // Политическая лингвистика. – 2015. – № 4. – С. 106-111.
12. Плотникова М. В., Зеленина Т. И. Образ современной России во французском политическом дискурсе // Политическая лингвистика. – 2016. – № 5. – С. 176-179.
13. Разуваев В.В. Политический смех в современной России. – М.: ГУ-ВШЭ, 2003. – 262 с.
14. Рогозинникова Ю. В. Образы президентов России и США в политической карикатуре// Политическая лингвистика. – 2018. – № 2. – С. 87-100.
15. Россомахин А. А., Успенский В. М., Хрусталева Д. Г. Его величество Медведь. 400-летию дома Романовых посвящается // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. – 2013. – № 4. – С. 17-28.
16. «Русский медведь»: история, семиотика, политика/ под ред. О.В. Рябова и А. де Лазари. – М.: Новое литературное обозрение, 2012. – 368 с., ил.
17. Цыкалов Д. Е. Карикатура как орудие пропаганды в период Первой мировой войны // Вестник Волгоградского гос. ун-та. – 2012. – Сер. 4. – С. 85-90.
18. Шарков Ф. И. Визуализация политического медиапространства // Полис. Политические исследования. – 2016. – № 5. – С. 97-107.
19. Шустрова Е. В. Люди и деньги: лицо великой депрессии в американской карикатуре // Политическая наука. – 2017. – № 2. – С. 73-110.
20. Шустрова Е. В. Присоединение Крыма к РФ в американской карикатуре // Политическая лингвистика. – 2015. – № 1. – С. 65-73.
21. <https://caricatura.ru/> Каталог российской карикатуры.
22. <http://nlr.ru/> Сайт Российской национальной библиотеки.
23. <http://propagandahistory.ru/> Сайт истории пропаганды.
24. <https://rg.ru/> Сайт Российской газеты.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ОБРАЗ РОССИИ-МЕДВЕДЯ  
В ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОЙ ПРЕССЕ В ПЕРИОД ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ



ПРИЛОЖЕНИЕ 2

АНТИВОЕННЫЕ КАРИКАТУРЫ Х. БИДСТРУПА

1942

1962



Х. Бидstrup «Армия»

Х. Бидstrup «Круг замкнулся»

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

КАРИКАТУРЫ ФЕВРАЛЯ И ОКТЯБРЯ 1917 Г.



Радаксе А.А. Самодержавный строй. Russia 1917 Radakov A.A. Autocratic build.



Радаксе А.А. Суд Народный. Russia 1917.

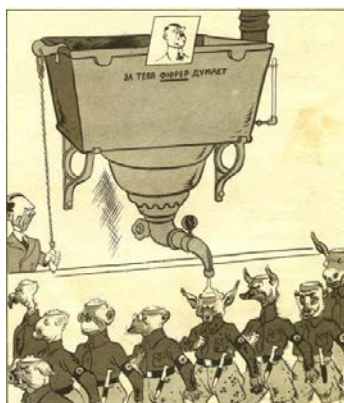
**ПРИЛОЖЕНИЕ 4**

**ОБРАЗЫ ВОЖДЕЙ РЕВОЛЮЦИИ В КАРИКАТУРАХ СОВЕТСКОЙ РОССИИ**



**ПРИЛОЖЕНИЕ 5**

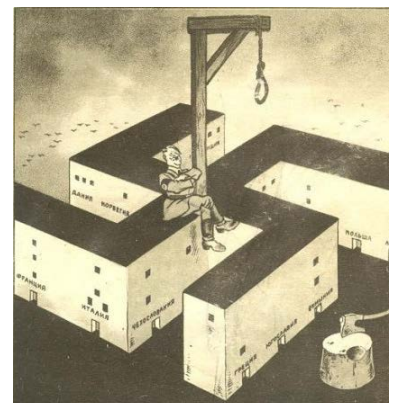
**АНТИНАЦИСТСКИЕ КАРИКАТУРЫ Б. ЕФИМОВА**



«Мозговая начинка»



«Лучшие из лучших»



«Новый порядок в Европе»

## ПРИЛОЖЕНИЕ 6

### ПРИМЕРЫ ПОПУЛЯРНЫХ В РОССИИ МЕМОВ



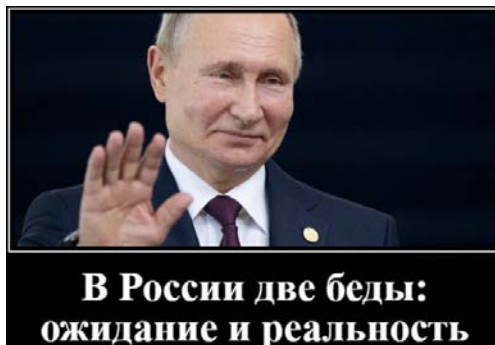
Мародеры, анархисты, уголовники:

Патриоты, борцы за справедливость, герои:



## ПРИЛОЖЕНИЕ 7

### ПРИМЕРЫ ПОПУЛЯРНЫХ В РОССИИ ДЕМОТИВАТОРОВ



## ПРИЛОЖЕНИЕ 8

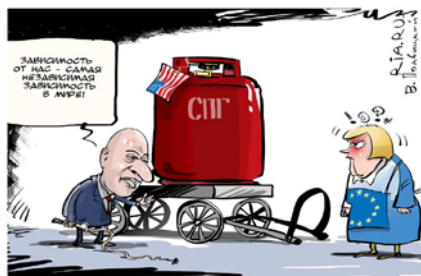
### МЕМЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА РЕПОСТЫ



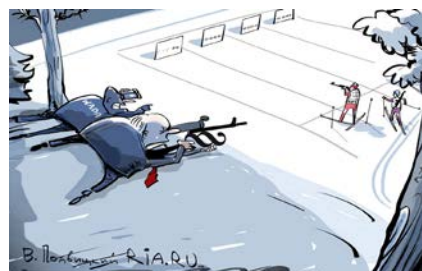
ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ КАРИКАТУРЫ, ПОСВЯЩЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫМ СОБЫТИЯМ, СВЯЗАННЫМ С РОССИЕЙ (автор В. Подвицкий)



«Собака лает – караван идет»



«Запрягли»



«Взять их всех на мушку!»



«Фокус-покус»



«Пора на выход!»



«В долгах как в шелках»



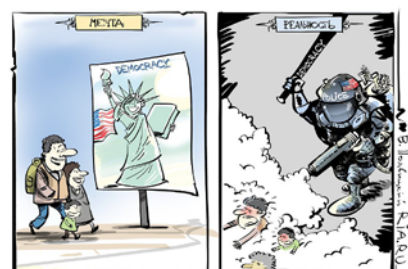
«На маленьком плоту...»



«За бортом»



«Отбивание денег»



«Мечтателям здесь не место»



«Главное – не вляпаться»



«До конца маршрута осталось...»



«Русский след»



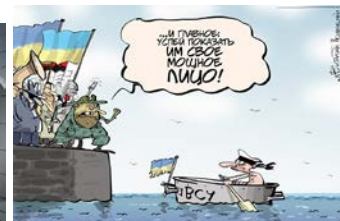
«И делай с ним, что хошь!»



«Цена независимости»



«Топор войны»



«Во всей красе»



**РЕЦЕНЗИЯ**  
на работу учащегося МБОУ СОШ № 56 г. Пензы  
имени Героя России А.М. Самокутяева  
Сутягина Павла Константиновича на тему:  
**«Политическая карикатура как инструмент воздействия  
на общественное сознание»**

Актуальность выбранной автором темы подтверждается высоким уровнем воздействия политической карикатуры на общественное сознание как в прошлом, так и в наши дни.

Структура работы построена логически грамотно и включает теоретическую и исследовательскую главы. Цель и задачи исследования сформулированы четко, что позволило изложить материал в строгой логической последовательности.

Достоинством работы следует считать проведенный автором исторический экскурс, позволивший выявить основные тенденции эволюции политической карикатуры. Сутягин Павел обобщил зарубежный и отечественный опыт воздействия на общественное мнение с помощью карикатуры. Автор рассмотрел основные типы политических карикатур, выявил их базовые характеристики, изучил современные механизмы воздействия с их помощью на представления населения о государственной власти.

Заслуживает внимания итоговый вывод автора, свидетельствующий о наличии у него опыта научно-исследовательской деятельности. Анализ современных политических карикатур и изучение реакции на их сюжеты жителей г. Пензы позволил П.К. Сутягину подтвердить выдвинутую во введении гипотезу: политическая карикатура действительно способна оказывать существенное влияние на представления населения об эффективности деятельности государственной власти.

При написании работы автор проявил высокий уровень ответственности, трудолюбие и дисциплинированность. Работа написана самостоятельно, с использованием необходимого количества инструктивного и практического материала.

По своему содержанию, задачам и результатам работа П.К. Сутягина соответствует предъявленным требованиям и рекомендуется к участию в III открытом региональном конкурсе исследовательских и проектных работ школьников «Высший пилотаж – Пенза» 2021.

Рецензент      Директор МБОУ СОШ № 56 г. Пензы



Н.Л. Переяслова