

## ЖУРНАЛИСТИКА И РЕКЛАМА

УДК 070(051):741.5

DOI: 10.26456/vtfilol/2022.3.171

### КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ В САТИРИЧЕСКИХ ЖУРНАЛАХ НАЧАЛА XX В.

**Е. Н. Брызгалова, И. Е. Иванова**

Тверской государственный университет, г. Тверь

Статья посвящена изучению сатирических журналов дореволюционной России. Авторы обратились к обложкам нескольких изданий и проанализировали их как креолизованные тексты. Исследование процесса креолизации позволило выявить несколько типов создания комического смысла и показать, какую роль в каждом из них играют вербальный и невербальный компоненты.

*Ключевые слова:* сатирический журнал, обложка, карикатура, креолизованный текст, вербальный и невербальный компоненты.

Современная наука рассматривает креолизованный текст как один из основных способов предоставления информации в коммуникации и одно из средств повышения её эффективности. Уточним, что не только современной, поскольку «картинки с подписями» встречаются в газетах и журналах за долго до современности. Конечно, не всякий иллюстрированный текст можно назвать креолизованным, а лишь тот, в котором вербальный и невербальный компоненты создают единый смысл, образуя целостное произведение.

Существует определенная традиция, изучающая данный вид текста с точки зрения лингвистики [1; 11], методики обучения [13] лингвокультурологии [18], журналистики [8; 12; и др.], рекламы [19] и др. По мнению составителей и авторов коллективной монографии «Креолизованный текст: смысловое восприятие» [13, с. 199–204], за последние десятилетия было защищено более шестидесяти диссертаций, в которых рассмотрены самые разные стороны данного явления. Нам тоже пришлось обращаться к изучению процесса креолизации в эмигрантском еженедельнике «Иллюстрированная Россия» (1924–1939) [4; 5]. Но даже при таком, казалось бы, массивном осмыслении, проблема неизученности остается, поскольку материал практически неисчерпаем и предоставляет исследователям всё новые возможности исследования.

Ученые сходятся во мнении, что креолизованный, или поликодовый, текст чрезвычайно важен в журналистике: «Одной из главных обла-

© Брызгалова Е. Н., Иванова И. Е., 2022

стей, где с помощью функционирующих в одном графическом пространстве изображений и слов решаются прагматические задачи, является журналистика» [8]. Особая роль у данной разновидности текста формируется на протяжении самого последнего времени, поскольку именно креолизация стала естественной составляющей новых медиа и получила большое хождение в интернет-коммуникации в виде новых текстов (мемы, демотиваторы и проч.).

Это очевидный факт, но не меньшую значимость креолизованный текст имел на протяжении существования сатирических изданий, поскольку всегда являлся одним из доминирующих приемов создания комического эффекта [6]. Обратимся к российским сатирическим «тонким журналам» первых десятилетий XX в. и проанализируем, как функционировал данный тип текста в них.

Креолизованный текст предполагает слияние различных средств передачи информации, вербальной (языковой/речевой) и невербальной (или иконической), в единое целое. Обратим внимание на то, что такой текст ни в коем случае не является результатом простого сложения различных компонентов. Это симбиоз элементов разных семиотических систем.

В современной журналистике с её очень большими техническими возможностями процесс креолизации развивается все более быстрыми темпами. Благодаря возможностям инфографики, окончательный журналистский текст включает в себя коды различных знаковых систем (цифры, графики, таблицы, фотографии и др.). Комический креолизованный текст как правило состоит из изображения и подписи к нему. «Сочетание вербальных и невербальных приёмов позволяет достичь наибольшей юмористической реализации» [Там же] – именно в этом смысл использования креолизации в сатирических изданиях.

На наш взгляд, правомерно будет начать анализ с обложки, поскольку практически все еженедельники дореволюционных лет открывались рисунком с подписью – карикатурой, целью которой был отклик на какое-то событие. Карикатуру не случайно называют визуальным произведением для взрослых, поскольку она чаще всего имеет сатирический смысл и требует от реципиента определенных знаний, понимания той ситуации, которую обыгрывает, и умения анализировать происходящие события. Сошлёмся на авторитет одного из самых известных отечественных карикатуристов – Б. Ефимова, одного из знаменитых Кукрыниксов, который утверждал, что сила воздействия карикатуры на зрителя именно в изображении, поскольку «меткий остроумный сатирический рисунок <...> переводит факты с языка логических понятий на язык зрительных образов» [9, с. 22]. Современные ученые, изучающие комический креолизованный текст, склонны с ним согласиться [14, с. 99]. Текст подпи-

си даже визуально вторичен, поскольку более мелок и расположен под рисунком. Взгляд читателя, взявшего в руки журнал, сначала падает на рисунок, а потом уже на подпись к нему. Ученые отмечают, что «наличие логической пресупозиции является обязательным для всех карикатур» [7]. Но более пристальное внимание к многочисленным карикатурам, помещенным на обложках отечественных сатирических еженедельников первых двух десятилетий XX в., убедило нас в том, что можно выделить несколько типов креолизованных текстов в зависимости от доминантности вербального и иконического компонентов.

Важно отметить, что есть еще и третий, не менее важный компонент, который, правда, представлен опосредованно: ситуация, событие, реалья, личность героя – то, чему посвящена карикатура. Без её учета часто невозможно понять смысл произведения. Например, на обложке журнала «Зритель» (1905, № 21) представлено 2 «кадра» с изображением традиционных персонажей народного кукольного театра – Петрушки и Полицейского. На первом изображении Полицейский бьет Петрушку длинной ложкой, и он падает. Подпись: «Капут!...». А на втором – наоборот: бьет Петрушка, падает второй персонаж. Подпись: «Правильно!...». Причем в этом «кадре» подчеркивается возросшая сила удара – от ложки отходят во все стороны лучи. Общая подпись под рисунком: «Чернигово-Саратово-Тамбовские петрушки» [10] (здесь и далее в цитатах из журналов сохраняется орфография и пунктуация оригинала). Обратим внимание на то, что Полицейский одет в подобие жандармского (или военного?) мундира высокого достоинства: эполеты, аксельбанты, широкий кант на брюках, шпоры на сапогах. Это символ государства. Для читателя был очевиден политический смысл изображения, подчеркнутый временем выхода номера – 17 ноября. Историки утверждают, что именно на октябрь-декабрь 1905 г. пришелся кульминационный период развития революционных событий. Победа народного героя над противником символизирует состояние в стране на тот момент. Таким образом, именно этот третий компонент, образ реальности, опирающийся на читательское восприятие, оказывается доминирующим в создании смысла.

Еще более «говорящими» были изображения обложек в феврале-марте 1917 г. – отклик на Февральскую революцию и отречение Николая II. Еженедельник «Стрекоза» (1917, № 14, апрель) поместил картинку, на которой большую часть пространства занимает один из символов царской власти – шапка Мономаха, из-под которой пытается выбраться Николай II [17]. Атрибут самодержавной власти представлен узнаваемо и вместе с тем монументально – подчеркивается мощь, шапка напоминает нечто бронированное и непробиваемое. Вместо креста, венчающего головной убор, зритель видит реющее красное знамя с отходящими от

него лучами. Кстати, образ погребенного и выбирающегося из-под шапки Мономаха царя оказался популярным: нам встретилась похожая карикатура авторства Дени (В. Н. Денисов, российский, а потом советский художник-карикатурист. 1893–1946) с подписью «Не по Сеньке шапка» («Бич». 1917. № 14. 9 апреля [3]). Правда, во втором случае изображение головного убора несколько отличается большей реалистичностью, но смысл карикатуры неизменен. К сожалению, нам не удалось выяснить, какой из номеров вышел первым и кому принадлежит авторство идеи карикатуры. Но смысл изображения общий: атрибут власти, свалившись, придавил властителя.

Анализ обложек сатирических журналов 1917 г. позволяет сделать вывод о том, что иконическая составляющая обязательно содержит изображение символов поверженной власти. Очень часто это корона, как например, в журнале «Барабан» (1917, № 1), где мы видим обломок короны на черепе, сквозь который проросла трава. Подпись: «Все, что остается от тирана» [2].

Непременным героем обложечных карикатур еженедельников 1917 г. стал Николай II, часто изображенный в российской короне как одним из самых узнаваемых символов самодержавия («Барабан». 1917, № 3, апрель [Там же]).

Невербальная составляющая креолизованного текста чаще всего иллюстрирует и визуализирует подпись, то есть изображает то же самое иными средствами воздействия на читателя. Но встречаются случаи, в которых роль собственно текста возрастает. Здесь без одной или нескольких фраз смысл «картинки» не ясен. Например, в уже упоминавшемся выпуске «Барабана» (1917. № 3) на обложке мы видим самодержца в короне, лежащего на огромном мыльном пузыре, который старательно надувают поп, царедворец, военные. Пузырь столь огромен, что фигуры людей, и царя в том числе, кажутся маленькими и незначительными. Подпись опережает происходящее на картинке: «Как ни старались надуть и раздуть, всё же лопнул мыльный пузырь...» [Там же]. Можно сказать, что изображение и подпись выстраивают определенную временную последовательность: вербальная составляющая говорит читателю о том, что обязательно вот-вот произойдет. Царь пытается держаться за поверхность пузыря и в то же время удержать его от взрыва, но шар во много раз больше его, поэтому становится понятна напрасность его усилий.

В тех случаях, когда очевиден смысловой приоритет изображения над подписью, словесное разъяснение просто не требуется, поскольку одним из условий удачного использования изобразительного начала является простота «картинки». Маркерами узнавания в разобранных нами случаях становятся символы власти и черты сходства с оригина-

лом, если изображен человек, или реальный контекст, очевидный для зрителя/читателя.

Но так бывает далеко не всегда: в ряде случаев изображение явно нуждается в языковом сопровождении. Известный в то время художник-карикатурист А. А. Радаков (1877–1942) на обложке «Нового Сатирикона» (1917, № 11, 17 марта) поместил сложное изображение, состоящее из фрагмента кованой ограды с вензелем Николая II, короны, кола и мочала, в котором угадываются черты усатого мужского лица (наверное, царского). Подпись под «картинкой» озаглавлена и названа «Сказочкой». Она состоит из двух фраз, оформленных в виде прямой речи. В первой реплике перечисляются все изображенные реалии: «Был двор, на дворе – кол, на колу – мочала... не начать ли сказочку сначала?» [15, № 11]. Как видим, среди перечисленного нет короны, что подчеркивает её символический характер: самодержавие и есть та сказочка, от повторения которой нужно отказаться. Этот сюжет завершается вторым высказыванием: «Нет уж, пожалуйста, увольте!» [Там же]. Мы намеренно не касаемся прецедентности первой фразы, поскольку эта тема требует отдельного осмысления. Таким образом, перед нами пример произведения, в котором языковой компонент оказывается завершающим и наиболее важным в создании смысла.

Довольно часто при создании обложечной карикатуры использовались многофигурное изображение и развернутая подпись. Например, редакция журнала «Сатирикон» (1913, № 1) решила сообщить читателям о переезде. Один из постоянных художников журнала Ре-Ми (Н. В. Ремизов-Васильев. 1887–1975) изобразил отъезд редакции на пролетке: редактор А. Т. Аверченко в виде ямщика, центральное место занимает большая, окрашенная в зеленый цвет фигура Сатирикона – симпатичного и доброго с виду сатира, мелкие шаржированные изображения членов редакции расположены сидящими у него на руках. Заглавие («Переезд “Сатириконцев” на новую квартиру» [16]) объясняет смысл «картинки». На самом деле это была не просто смена адреса редакции, а создание «Нового Сатирикона», что оговаривается и разъясняется читателю на второй странице издания. На обложке, кроме поясняющей подписи, помещен диалог между ямщиком Аверченко и Сатиром (символом журнала), в котором отъезжающие вспоминают, все ли из необходимого они взяли. Это очень популярные у читателей небольшие рубрики «Волчьи ягоды», «Перья из хвоста» и «Почтовый ящик» – они тоже присутствуют на рисунке в виде ягод на ветках, узелка с торчащими из него перьями и ящика с соответствующей надписью. В последней фразе диалога указан новый адрес редакции. При этом на заднем плане мы видим здание с надписью «Сатирикон» и фигурки людей с выражением крайнего удивления на лицах. Таким образом, изображение на обложке обыгрывает

жизненную ситуацию. Средством визуализации становится многофигурная композиция, смысл которой складывается из заглавия и диалога, а окончательно раскрывается на второй странице номера в пояснениях «От редакции».

Смысловая связь заглавной карикатуры выпуска, если так можно её назвать, с его содержанием чаще всего отсутствовала, обложка лишь привлекала внимание читателя к важной и злободневной теме или обыгрывала ситуацию, реальный факт, происшествие, обращала внимание читателя на какого-то человека. Но встречаются примеры неразрывной связи обложки и последующего содержания выпуска. Это происходит в том случае, если номер тематический. Например, уже упоминавшийся № 14 «Нового Сатирикона» за 1917 г. был посвящен теме революции и отречения Николая II от престола, поэтому обложка давала толчок развитию темы, которая разворачивалась в дальнейшем.

Нам встретилась и другая схема создания общего креолизованного текста, охватывающего весь выпуск. В «Новом Сатириконе» (1917, № 44) на обложке изображен Сатир, ставший «лицом» журнала, который обращается к сидящему высоко на троне страшному человеку звероподобного типа. В данном случае подпись просто необходима для прояснения смысла: «Новый Сатирикон благодарит большевиков за то, что...» [15, № 44]. Семь карикатур, помещенных на разных страницах выпуска [Там же, с. 5, 8, 9, 11, 12, 16], конкретизируют, за что именно журнал благодарит большевиков, пришедших к власти. Перед нами интересный способ креолизации: смысл текста противоречит изображению: текст утверждает то, что опровергается визуальным рядом. Например, подпись под рисунком гласит: «За то, что большевики сумели вывести добрый русский народ на широкую дорогу...» [Там же, с. 16], а изображение величиной в журнальную страницу представляет читателю босого человека в распахнутой одежде, схожего с огромной обезьяной и потрясающего палкой. На фоне этой огромной страшной фигуры, попирающей обезображенную землю, виден разрушенный храм и останки домов. Изображение передает истинное отношение редакции журнала к действиям властей, а подпись, благодаря приему «от противного», подчеркивает позицию издания.

Таким образом, предпринятый анализ материала позволяет сделать вывод о том, что именно креолизация текста в сатирических журналах предреволюционного периода истории России позволила добиться наибольшего комического эффекта. Изображение и языковой материал создали новый смысл, визуализируя мысль об определенном событии, явлении или человеке.

Конечно, способы креолизации, использованные при оформлении обложек сатирических изданий, не исчерпывают затронутую в данном исследовании тему, но реализуют возможность дальнейших изысканий.



**Список литературы**

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва: Академия, 2003. 128 с.
2. Барабан. 1917. № 1; № 3.
3. Бич. 1917. № 14.
4. Брызгалова Е. Н., Иванова И. Е. Графическая иллюстрация в еженедельнике «Иллюстрированная Россия (1924-1939)» // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2019. № 3. С. 127–134.
5. Брызгалова Е. Н., Фунтякова Т. Л. Жанр комикса в еженедельнике «Иллюстрированная Россия» (1924–1939) // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2020. № 1. С. 147–154.
6. Бутько Ю. В. Взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в креолизованных текстах Жана Эффеля // Верхневолжский филологический вестник. 2020. № 2 (21). С. 194–203.
7. Воронина О. А. Карикатура как вид креолизованного текста // Вестник ЦМО МГУ. Русистика. 2009. № 2. С. 14–18.
8. Громенко М. В., Черникова О. Ю. Креолизованные тексты в языке современной журналистики // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 12–5 (114). С. 28–31.
9. Ефимов Б. Оружие смеха // Вопросы литературы. 1962. № 1. С. 22–24.
10. Зритель. 1905. № 21. 17 ноября.
11. Колтышева С. Я. Креолизованный текст как сфера функционирования метафор (на примере шоу-дискурсов России и США) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. 2014. Т. 11. № 1. С. 91–96.
12. Корда О. А. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: Структурно-функциональные характеристики: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / О. А. Корда; Уральский федеральный университет. Екатеринбург, 2013. 20 с.
13. Креолизованный текст: Смысловое восприятие: коллективная монография / отв. ред. И. В. Вашунина. Москва: Институт языкознания РАН, 2020. 206 с.
14. Морозова С. С. Принципы гармонизации смыслов креолизованного текста при переводе // III Международные Бодуэновские чтения: труды и материалы: в 2 т. Казань: Изд-во Казанского университета, 2006. Т. 1. С. 99–101.
15. Новый Сатирик. 1917. № 11; № 44.
16. Сатирик. 1913. № 1.
17. Стрекоза. 1917. № 14.
18. Чаплыгина Ю. С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: на материале английского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Ю. С. Чаплыгина; Самарский гос. пед. ун-т. Самара, 2002. 23 с.
19. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Д. П. Чигаев; Московский педагогический государственный университет. Москва, 2010. 25 с.

## CREOLIZED TEXT IN SATIRICAL MAGAZINES AT THE BEGINNING OF THE XX CENTURY

E. N. Bryzgalova, I. E. Ivanova

Tver State University, Tver

The article is devoted to the study of satirical magazines of pre-revolutionary Russia. The authors turned to the covers of several publications and analyzed them as creolized texts. The study of the creolization process made it possible to identify several types of creation of comic meaning and to show what role the verbal and non-verbal components play in each of them.

**Keywords:** *satirical magazine, cover, caricature, creolized text, verbal and non-verbal components.*

### *Об авторах:*

БРЫЗГАЛОВА Елена Николаевна – доктор филологических наук, профессор, зав. кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: Bryzgalova.EN@tversu.ru.

ИВАНОВА Ирина Евгеньевна – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: Ivanova.IE@tversu.ru.

### *About the authors:*

BRYZGALOVA Elena Nikolaevna – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: Bryzgalova.EN@tversu.ru.

IVANOVA Irina Evgenjevna – Candidate of Philology, Associate Professor at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations, Tver State University (170100, Tver, Zhelyabov str., 33), e-mail: Ivanova.IE@tversu.ru.

---

Дата поступления рукописи в редакцию: 09.08.2022 г.

Дата подписания в печать: 02.09.2022 г.