

На правах рукописи



АЙНУТДИНОВ Антон Сергеевич

**КАРИКАТУРА КАК ТИП ИЗОБРАЖЕНИЯ КОМИЧЕ-
СКОЙ ИНТЕНЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПЕ-
ЧАТНЫХ СМИ**

Специальность 10.01.10 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Екатеринбург – 2010

Работа выполнена на кафедре периодической печати ГОУ ВПО «Уральский
государственный университет имени А.М. Горького»

Научный руководитель: доктор философских наук, профессор
Владимир Федорович Олешко

Официальные оппоненты: доктор филологических наук, профессор
Элла Александровна Лазарева

доктор филологических наук, профессор
Юрий Викторович Казарин

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Саратовский
государственный университет
им. Н.Г. Чернышевского»

Защита состоится 30 июня 2010 года в 13-00 часов на заседании дис-
сертационного совета Д 212.286.09 по защите докторских и кандидатских
диссертаций при ГОУ ВПО «Уральский государственный университет имени
А.М. Горького» по адресу: 620000, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51,
комн. 248.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Уральского
государственного университета имени А.М. Горького.

Автореферат разослан «24» мая 2010 года.

Ученый секретарь диссертационного совета,

кандидат филологических наук, доцент



Б.Н. Лозовский

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертационного исследования. В последние годы информационная среда поставила перед журналистами и другими занятыми в ней сотрудниками первостепенную задачу в приобретении теоретических знаний и практических навыков, которые позволяли бы расширять коммуникативные возможности средств массовой информации (СМИ). Кроме того, обучение высококвалифицированных специалистов приобретает особое значение в условиях современного процесса конвергенции редакций, а также расширения профессиональных полномочий журналистов, фотокорреспондентов, художников и т.д. Эта проблема осложняется тем, что постижение выразительных и индивидуальных особенностей широкого спектра создаваемых средствами массовой информации текстовых произведений предпринималось научным сообществом в отношении не всех информационных феноменов, что и детерминирует необходимость их отдельного изучения в рамках специальных работ.

Объектами научных исследований теоретиков журналистики, печатных средств массовой коммуникации, как правило, выступают словесные тексты различной интенции. Но на страницах периодических изданий помимо словесных публикаций, как известно, присутствуют различного рода изображения, хранящие и передающие информацию. В этом смысле статические фотографии, коллажи, карикатуры, рисунки, инфографика требуют современного и детального изучения как специфического рода сообщения, обладающие семантическими, синтаксическими и прагматическими характеристиками, важной информационной ценностью для социума.

В свою очередь, объект данного исследования – карикатура как тип изображения – в российской печати появилась в 1808 году. Это была графическая работа «Вельможа» в «Журнале карикатур на 1808 год, в лицах», исполненная А.Г. Венециановым, издателем и художником в одном лице. Между тем, прижившись на страницах отечественной периодики в качестве одного из изобразительных компонентов, карикатура в течение последующих двух столетий удивительным образом оказалась востребованной научным сообществом в качестве объекта для наблюдения и изучения не в полной мере. И это притом, что, к примеру, в советское время карикатуры носили ярко выраженный воспитательный характер, являлись орудием пропаганды коммунистического образа жизни, обличения капиталистического устройства «враждебных» Советскому Союзу западных государств. Всё это бесспорно могло бы лечь в основу разработок ангажированных теорий и концепций изучения карикатурного творчества, методик по основам «правильного» рисования и т.п. С проникновением в 1960-1970-ые годы в СССР западных моделей изобразительной юмористики и сатиры творческое сообщество художников страны оказалось поделённым на два идеологических лагеря. С одной стороны, продолжали печататься в СМИ «картинки» про недружелюбный оскал империализма или пагубную «жажду капиталистической наживы». С другой стороны, появилась плеяда новых карикатуристов, мыслящих более

прогрессивно. Они определили для себя основные творческие задачи в служении высоким гуманистическим идеалам, формировании гражданственности в обществе, развенчании культа идеологических догм с помощью карикатур. Однако ни первая, ни вторая группа карикатуристов, как в целом и сам феномен «карикатуры», её особый язык, типология, функции, основные приёмы конструирования информации комической интенции в изобразительной форме, научным сообществом комплексно не рассматривались. Иначе говоря, до сих пор нет ни методологии, ни теории изучения феномена карикатуры в прессе, не существует никаких описаний алгоритма карикатурного творчества в медийном профессиональном сообществе.

Таким образом, карикатура остаётся одним из слабо изученных в теоретическом и эмпирическом отношении изобразительным компонентом печатных СМИ (далее – газет, журналов, периодической печати – А.А.) и нуждается в специальном исследовании.

Комплексное изучение карикатуры как типа изображения российской прессы в настоящий момент времени требует выработки особого теоретического подхода и эмпирического анализа. С одной стороны, оно мотивировано формированием нового объекта для научных исследований. А с другой стороны, обусловлено ситуативной логикой, в том числе – целым рядом сложных вопросов, связанных с потерей былых культурных и информационных позиций карикатуры в российской прессе.

Степень научной разработанности проблемы. Научных работ по карикатуре, написанных на русском языке, крайне мало, а те, что есть, носят не системный, разрозненный характер. Степень анализа творческой деятельности карикатуристов остается довольно низкой, строгого научного исследования о карикатуре в современных печатных СМИ автором диссертации не обнаружено.

Существует лишь та научная литература, которая посвящена анализу и описанию некоторых русских и западных графических работ в историческом аспекте, а также исследованию творческих манер отдельных художников¹.

Особняком располагается фундаментальный труд А.В. Швырова «Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней». Он был издан в начале XX века и обобщил поэтапно становление мировой карикатуры². Однако работа этого автора не ставила своей целью комплексно

¹ Алексеев В. А. Оружием политической сатиры. М., 1979; Бабинцев С. М. «Журнал карикатур А.Г. Венецианова» // Искусство. 1948. № 4; Варшавский Л. Р. Русская карикатура 40-50-х гг. XIX в. М.-Л., 1937; Варшавский Л. Р. Наша политическая карикатура. М., 1930; Верещагин В. А. Русская карикатура. Т. 2. Отечественная война. Терехов, Венецианов, Иванов. СПб., 1912.; Кольцова Л. А. Художественная иллюстрация в России середины XIX века. М. С. Башилов и его современники. М., 2008; Кузьминский К. С. Русская реалистическая иллюстрация XVIII и XIX вв. М., 1937; Лебедева Г. М. Сатирический журнал «Искра». Орган передовой демократической печати. 1859-1873. М., 1959; Неопубликованные карикатуры «Искры» и «Гудка» 1861-1862 годы. М.-Л., 1939; Стернин Г. Ю. Очерки русской сатирической графики. М., 1964; Стыкалин С. И., Кременская И. К. Советская сатирическая печать. 1917-1963. М., 1963; Ямпольский И. Г. Сатирическая журналистика 1860-х годов: Журнал революционной сатиры «Искра» (1859-1873). М., 1964; Ямпольский И. Г. Сатирические и юмористические журналы 1860-х годов. Л., 1973.

² Швыров А. В. Иллюстрированная история карикатуры с древнейших времен до наших дней. СПб., 1903.

осмыслить особенности карикатуры, обозначить её языковые, информационные возможности конкретно в периодической печати.

В СССР об отечественной карикатуре, как правило, писали художники-практики. Например, Б.Е. Ефимов и Л.С. Самойлов, опираясь на свой творческий опыт, изложили собственное видение роли и функций изосатиры для общества через те задачи, которые стояли в целом перед социалистическим искусством. Подобный «монополистический» взгляд на карикатуру в значительной мере сужает представление о ней, её информационная сущность не ограничивается только отражением политической сферы социума³.

Л.Я. Елькович в начале 1970-ых годов в статье «Только ли графика?» одним из первых заинтересовался структурой карикатуры. Он выделил в ней две конструктивные единицы: замысел и графико-образную сторону⁴. Однако в полной мере структуралистский подход к изучению феномена карикатуры автору не удался.

Другая группа исследований – это работы по карикатуре, написанные за последнее время. Среди них: кандидатская диссертация Е.А. Артемовой «Карикатура как жанр политического дискурса», монография В.А. Казаневского «Искусство современной карикатуры» и статья Ю.С. Чаплыгиной «Текстовые категории лингвовизуального феномена карикатуры». Диссертационное исследование Е.А. Артемовой рассматривает карикатуру узко как один из вторичных жанров политического дискурса. Монография В.А. Казаневского представляет собой культурологическое изучение феномена современной карикатуры «без слов»⁵. Ю.С. Чаплыгина изучает карикатуру как специфическую форму креолизованного текста⁶.

Однако, по мнению автора диссертации, испытывать различного рода креолизации, оказывать влияние на другие тексты может только система с оформившейся (и что важно глубоко изученной) имманентной структурой. Поэтому прежде чем вписывать карикатуру в контекст тех или иных дискурсивных практик необходимо исследовать, в первую очередь, её общую специфику и своеобразные информационные возможности. В сфере карикатуры надо разделять и четко понимать, **как** сообщается и **что** сообщается.

Х. Мамдух в кандидатской диссертации о карикатуре в 1993 году сделал попытку определить общие нормы и функциональное предназначение карикатуры, не ограничиваясь какими-либо национальными рамками⁷. Можно сказать, что подобная работа носит принципиальный авторский характер, тяготеет по своему замыслу к энциклопедическому описанию. И всё же автор не предложил никакой серьёзной теоретико-методологической основы, огра-

³ Ефимов Б. Е. Основы понимания карикатуры. М., 1961; Самойлов Л. С. Карикатура, карикатурист, читатель. (Заметки художника-сатирика). М., 1981.

⁴ Елькович Л. Я. Только ли графика? // Искусство. 1970. № 10.

⁵ Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: Автореферат дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: Волгогр. гос. пед. ун-т, 2002; Казаневский В. А. Искусство современной карикатуры. Киев, 2004.

⁶ Чаплыгина Ю. С. Текстовые категории лингвовизуального феномена карикатуры. – URL: <http://www.isuct.ru/konf/antropos/section/3/chaplygina.htm> (дата обращения: 02.02.2009).

⁷ Мамдух Х. Карикатура в периодической печати: Дис. ... канд. филол. наук. Минск, 1993.

ничившись лишь раскрытием вопросов, связанных с историей развития и внешними характеристиками карикатуры в прессе.

Итак, названным выше работам по изучению карикатуры или не хватает серьезной теоретико-методологической основы, либо они рассматривают этот тип изображения в отрыве от печатных СМИ.

Общие вопросы, связанные с теорией и практикой журналистики, проблемами истории развития российских периодических изданий были изложены по работам Е.Л. Вартановой, Л.П. Громовой, М.М. Ковалевой, Г.В. Лазутиной, Б.Н. Лозовского, Б.Я. Мисонжникова, В.Ф. Олешко, А.В. Перцева, Л.Г. Свитич, Д.Л. Стровского⁸.

Текстуальные категории и языковые компоненты рассматривались по исследованиям Н.А. Баемой, Н.С. Валгиной, И.Р. Гальперина, Е.Н. Зарецкой, Ю.В. Казарина, Ю.Н. Караулова, Л.М. Майдановой, В.Н. Мещерякова, Т.М. Николаевой, Н.А. Фатеевой, Э.В. Чепкиной⁹.

Объект диссертационного исследования – карикатура как информационный и творческий феномен.

Предметом исследования является специфика карикатуры как изобразительного компонента прессы и творчество карикатуристов в современных российских печатных СМИ как научно-практическая проблема.

Научной проблемой, решаемой в диссертации, является теоретическое обоснование процедуры изучения и анализа карикатур в современных российских печатных СМИ как текстов-изображений.

Цель данной работы. На основе семиотического подхода и комплексного анализа рассмотреть специфику карикатуры как самостоятельного информационного и творческого феномена прессы.

Достижение этой поставленной в работе цели осуществлялось через постановку и решение локальных задач:

- описать статические «изображения» на страницах прессы как знаковую систему;

⁸ Вартанова Е. Л. СМИ в системе творческих индустрий // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. М., 2009; Громова Л. П. История русской журналистики XVIII-XIX веков. СПб., 2005; Ковалева М. М. Отечественная журналистика: вопросы теории и практики. Сборник статей. Екатеринбург, 2000; Лазутина Г. В. Основы творческой деятельности журналиста. М., 2001; Лозовский Б. Н. Журналистика и средства массовой информации: крат. словарь. Екатеринбург, 2007; Мисонжников Б. Я. Соотношение содержательных и формальных структур печатного издания: Автореферат дис. ... д-ра филол. наук. Санкт-Петербург: СПбГУ, 2001; Олешко В. Ф. Моделирование массово-коммуникационной деятельности: Дис. ... на соиск. уч. степ. д-ра философ. наук. Екатеринбург, 1998; Перцев А. В. Чему может научить телевизор? // Образование. Медиа. Общество. 2008. № 3; Свитич Л. Г. Профессия: журналист. М., 2003; Стровский Д. Л. История отечественной журналистики новейшего периода. Екатеринбург, 1998.

⁹ Баева Н. А. Интертекстуальность как текстовая категория. Кемерово, 2006.; Валгина Н. С. Теория текста. М., 2003.; Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М., 1981; Зарецкая Е. Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. М., 1990; Казарин Ю. В. Поэтический текст как система. Екатеринбург, 1999; Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987; Майданова Л. М. Структура и композиция газетного текста. Красноярск, 1987; Мещеряков В. Н. К вопросу о модальности текста // Филологические науки. 2001. № 4; Николаева Т. М. Текст // Лингвистический энциклопедический словарь. М., 1990; Фатеева Н. А. Контрапункт интертекстуальности, или Интертекст в мире текстов. М., 2000; Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: Текстопорождающие практики и коды (1995-2000). Екатеринбург, 2000.

- проанализировать работы по дизайну и газетно-журнальному производству, исследовавшие значение «иллюстраций», уточнить правомерность использования этого термина в отношении современных «изображений» прессы;

- рассмотреть изобразительные компоненты печатных СМИ как фактор формирования и развития визуальной культуры;

- представить карикатуру как текстуальный компонент прессы;

- на основании семиотического подхода описать морфологию карикатурного изображения;

- раскрыть средства создания «комического» в творчестве карикатуристов в прессе, её публицистический и художественный потенциал;

- описать виды и функции карикатур различного содержания в прессе;

- сформулировать основные проблемы, с которыми сталкиваются карикатуристы в ходе сотрудничества с современными российскими печатными СМИ;

- выявить и описать особенности творческого мышления карикатуристов в процессе их творческого взаимодействия с журналистами редакций;

- обозначить пути дальнейшего изучения карикатур.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что карикатура на страницах печатных СМИ является самостоятельным, специфическим информационным продуктом, выраженным в знаковой форме, основной целью которого является репрезентация объектов с помощью комических приёмов. Сила карикатуры в разнообразно организованной информации публицистического и художественного значения об объектах, событиях, процессах, явлениях социума. Публикация карикатур всегда осуществляется в намерении художника и редакции СМИ оказать воздействие на аудиторию и изменить её отношение к объектам карикатурной оценки за пределами рисованного текста.

Теоретико-методологической основой исследования карикатуры в печатных СМИ послужили общенаучные и частнонаучные методы теоретического и эмпирического уровней научного знания. Автор в ходе работы над диссертацией использовал компонентный и диалектический метод филологического анализа текста, семиотический подход в рамках расширения представлений о языковых спецификах СМИ, структурно-функциональный, сравнительный метод. В исследовании также применялись типологический анализ и контент-анализ, наблюдение за творчеством карикатуристов, экспертный опрос.

При работе с источниками из других отраслей научного знания автор диссертации не стремился представить исчерпывающую информацию по той или иной проблеме. В диссертации использованы: труды классиков отечественной и зарубежной семиотики, лингвистическая, искусствоведческая, психологическая литература, специальные труды по вопросам эстетики, литературоведения, теории журналистики, истории журналистики, восприятия изображений.

Научная новизна исследования:

- впервые в отечественной практике предпринята попытка изучить карикатуру как особый тип информации визуального характера на страницах современных российских печатных СМИ;
- предложена авторская концепция восприятия и изучения изобразительного ряда периодических изданий;
- проанализирована морфология карикатурного изображения, её уровни, внутренняя структура языковых единиц;
- раскрыты комические приёмы карикатуры (гэговая структура и др.) на страницах российских изданий;
- дана полная типология карикатур, представленных в печатных СМИ, раскрыты основные черты каждого из видов карикатуры;
- описаны функции карикатуры в современных российских газетах;
- систематизированы основные проблемы творчества карикатуристов, работающих в СМИ или сотрудничающих с ними на постоянной основе;
- предпринята попытка описать инвариантные, доминирующие черты и необходимые профессиональные качества, необходимые газетному и журнальному художнику в его повседневной деятельности.

Основные положения и выводы, выносимые на защиту.

1. Общепринятой и наиболее распространённой сегодня является точка зрения, согласно которой любой изобразительный компонент прессы оценивается с учётом его рассмотрения как инструмента дизайна. Частично это так, поскольку изобразительные компоненты обладают эстетической функцией. Но, по мнению автора диссертации, при изучении и восприятии изображений необходимо также принимать во внимание семантические, синтаксические и прагматические характеристики каждого из изобразительных элементов в отдельности, представляющих собой знаки, отличные от знаков естественного языка (это не буква, слово).

2. Печатные СМИ «внутренне» представляют собой не что иное, как комплекс двух знаковых систем: вербальной (письменной речи) и изобразительной (невербальной), имеющей иную форму плана выражения. В изобразительную знаковую систему входят статические фотоизображения, коллажи, инфографика, рисунки, карикатуры. Она характеризуется следующими признаками, как и любая другая знаковая система: операторным способом, сферой применения, числом знаков, типом функционирования.

3. Проблема «текста» является одной из центральных в гуманитарных науках. Автор диссертации считает, что тексты как объекты формируются в рамках рефлексии творческих индивидуумов над определёнными сферами жизни с целью хранения и передачи информации. В этом смысле и любой изобразительный знак можно воспринимать как текст. Но понимание изображений как знаков, отождествляющихся с текстами, необходимо уточнить. Изобразительный текст – это текст-изображение, т.е. всякая отображённая фотографическая, рисованная в ручной технике или с помощью компьютерных технологий форма информации со своей внутренней семиотической структурой. Фотография, коллаж, инфографика, рисунок, карикатура – это разные тексты-изображения, обладающие своими особыми языками. Они

дифференцируются со свойственной им структурной и семантической системностью.

4. Одним из важных критериев оценки любого текста-изображения оказывается его соответствие требованиям, предъявляемым к нему творческим, профессиональным сообществом, а также аудиторией данного рода информационной продукции. Для каждого типа текста-изображения творческо-технологические этапы сводятся к различным процедурам. Все изображения прессы формируют и развивают визуальную культуру.

5. Морфология карикатуры представляет собой многоуровневую систему плана содержания и плана выражения, между которыми существует установленная связь (уровень информативности, пространственно-временного континуума, интертекстуальности, модальности, композиций, линий, фигур, цветов, словесных сопровождений). Все внутренние единицы каждого из уровней карикатурного текста вступают в парадигматические отношения. Из класса допустимых случаев автор карикатуры выбирает наиболее необходимые для передачи определённой информации, раскрытия темы изобразительного высказывания, принимая во внимание совокупность признаков, выражаемой каждой единицей.

6. Карикатура в печатных СМИ может преследовать сатирическую или юмористическую интенцию, структурно представлять собой интеграцию публицистических, художественных образов, их комбинации. Из числа парадигматических отношений каждого уровня языковых единиц автор выбирает наиболее подходящие, образуя целостные изобразительные высказывания комического характера. Повествование карикатуры – это преодоление типовой структуры, уникальная проекция карикатурного текста. Карикатурист имеет большое количество возможностей выбора того, как отобразить тот или иной объект в отличие, скажем, от фотографии, которая бесконечно повышает точность в воспроизведении объекта, но снижает этим её потенциальные информативные возможности. Карикатура, как и любое другое юмористическое, сатирическое произведение, обладает необходимым набором общечеловеческих, гуманистических устремлений. Но технология реализации «комического» в ней отличается. Все карикатуры в прессе можно поделить на два уровня сложности создания и восприятия: первого (в структуре текстового изображения любой из гэгов использован карикатуристом единожды) и второго (в структуре текстового изображения используется более одного гэга или сочетания с другими комическими приёмами).

7. Видовое разнообразие карикатур в печатных СМИ представлено: шаржами, изошутками, социальной, философской и политической карикатурой. Первые карикатуры исполнялись офортом, затем литографией, линогравюрой. В настоящее время – в карандашной манере, пером на бумаге. Но, на взгляд автора диссертации, технология производства карикатуры накладывает определённые ограничения на конечный продукт в типологическом и изобразительном плане. Следовательно, у издания возрастёт шанс получить качественную, действенную карикатуру высокого публицистического и обра-

зовательного характера, если карикатура произведена в соответствии с самыми трудоёмкими технологиями.

8. В условиях слабой реализации публицистического потенциала карикатур в современной российской прессе, а также замещения её функций фотографиями, коллажами представляется необходимым корректное урегулирование экономических проблем, связанных с сотрудничеством карикатуристов с изданиями. Кроме того, совершенно нелогичным выглядит в настоящий момент изменение роли и профессионального статуса художника в столичной и региональной печати.

Хронологические рамки исследования охватывают период с начала 2007 по конец 2009 года. Они определяются ключевым событием, которое произошло незамеченным широкой общественностью. В 2008 году исполнилось 200 лет с момента появления первой карикатуры в российском периодическом издании. Автор диссертации посчитал необходимым провести анализ современных карикатур на страницах общероссийских СМИ с целью, с одной стороны, оценки текущего состояния дел в области карикатурного творчества, а с другой стороны, разработки теоретической основы для изучения проблемы, связанной с повышением эффективности использования такого рода изображений в прессе.

Эмпирическую основу диссертации составили карикатуры, опубликованные в общероссийских газетах и еженедельниках в 2007-2009 гг. Автор обратился к 17 наименований общероссийских газет и еженедельников, провёл мониторинг общероссийских печатных СМИ, в основе которого лежало слежение за карикатурами как за устойчивыми изобразительными компонентами этих изданий. Таким образом, анализировались:

- не публикующие совсем или лишь изредка использующие карикатуры на своих страницах издания («Аргументы и факты», «Коммерсант», «Независимая газета», «Российская газета»);
- печатные СМИ, не систематически использующие карикатуры на своих страницах («Литературная газета», «Правда», «Трибуна», «Труд»);
- издания, публикующие карикатуры в регулярном режиме («Ведомости», «Известия», «Комсомольская правда», «Московский Комсомолец», «Наша Версия», «Новая газета», «Новые Известия», «Собеседник», «Советская Россия»).

В недавнем историческом прошлом карикатура часто присутствовала на страницах российских журналов. Но на сегодняшний день в стране общероссийских журнальных изданий, публикующих карикатуры в постоянном или эпизодическом режиме, как мы выяснили, совсем немного. Более того, некоторые из журналов с карикатурами являются специализированными юмористическими СМИ, изобразительных ряд которых, с точки зрения автора диссертации, в целом требует отдельного изучения. По этим причинам журнальная периодика была исключена из эмпирической базы диссертационной работы.

В совокупности автор диссертации проанализировал 8 812 выпусков общероссийских газет и еженедельников России, изучил 5 950 карикатур на

их страницах. Из них для объективности результатов – 2 543 выпуска тех печатных СМИ, в которых карикатуры как тип изображения не публиковались в рассматриваемый исторический период времени («Аргументы и факты», «Коммерсант», «Независимая газета», «Российская газета»).

Теоретическая и научно-практическая значимость полученных результатов. Предложенная в работе концепция представляет собой в теоретическом аспекте ценность как исследование творческого опыта художников-карикатуристов. Она позволяет с иных позиций посмотреть на сущность и эффективность карикатуры как изобразительного компонента печатных СМИ.

Впервые в отечественной научной практике объектом теоретико-методологического и системного практического изучения стала карикатура в современной российской прессе. Раскрыты те проблемы, с которыми сталкиваются художники-карикатуристы в ходе сотрудничества с российскими печатными СМИ. Их преодоление позволит существенно повысить публицистический потенциал карикатур, эффект от воспитательной и образовательной функции этого типа изображения на страницах периодических изданий.

Проведённый анализ карикатур, а также выявленные критерии профессиональной компетенции карикатуристов, практические рекомендации обеспечат печатным СМИ и карикатуристам систему ориентиров, необходимую в их повседневной творческой деятельности.

Теоретические основания и выводы диссертации в отношении процедуры восприятия и изучения карикатур могут быть использованы в учебном процессе по подготовке журналистов в рамках специальных курсов по теории и практике печатных СМИ, дизайну периодической печати, техники и технологии СМИ, конвергентной журналистики, в области медиаобразования.

Апробация и внедрение результатов работы. Содержание концепции, положенной в основу диссертации, её различные аспекты были представлены в тезисах и докладах научных сообщений для всероссийских научно-практических конференций «Журналистика в 2007 году: СМИ в условиях глобальной трансформации окружающей среды» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 2008 г.), «Общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ» (Москва, МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009 г.), «Средства массовой информации в современном мире: Петербургские чтения» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2009 г.), «Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2009 г.), «Мультикультуральная современность: Урал-Россия-Мир» (Екатеринбург, Гуманитарный университет, 2009 г.), «Информационное поле современной России: практики и эффекты» (Казань, КГУ им. В.И. Ульянова-Ленина, 2009 г.). Материалы и основные положения работы вошли в статью для научного сборника «Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности» (под ред. проф. В.Ф. Олешко, Екатеринбург, 2008 г.)

Материалы и выводы диссертации используются автором при проведении семинарских занятий и чтений лекций на факультете журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

Диссертация обсуждена на расширенном заседании кафедры периодической печати факультета журналистики Уральского государственного университета им. А.М. Горького.

Структура работы. Структура диссертации определяется целью исследования и логикой изложения материала, она отражает последовательность решения поставленных диссертантом задач. Диссертация состоит из оглавления, введения, трёх глав, включающих восемь параграфов, заключения, приложения, где представлены основные виды карикатур и их гэговые приёмы, библиографического списка использованной литературы. Общий объём работы составляет 180 страниц. Список литературы включает 208 наименований.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается актуальность темы исследования, определяется степень научной разработанности проблемы, определены объект и предмет, научная проблема, формулируются цель и задачи исследования, выдвинута основная гипотеза, охарактеризовано теоретико-методологическое основание исследования, отражаются основные положения, выносимые на защиту, раскрывается научная новизна работы, описываются эмпирическая база и научно-практическая значимость диссертации, хронологические рамки исследования, сведения об апробации результатов работы и краткая структура всей диссертации.

Содержание первой главы **«Теоретико-методологические предпосылки исследования изобразительных компонентов печатных СМИ»** раскрывает вопросы о сущности и значении «изображения» как формы информации на страницах периодических изданий. В рамках главы предложен общий семиотический подход к изучению изобразительных компонентов печатных СМИ, рассмотрена историография литературы, дающая трактовку термина «иллюстрация», введено авторское определение «визуальной культуры». Статические «изображения» диссертантом представлены как самостоятельные объекты исследования в научной практике. Кроме этого актуализируется проблема дефиниции «текста» применительно к изобразительным публикациям прессы.

В первом параграфе **«Статические изображения на страницах периодических изданий как знаковая система»** обосновывается целесообразность использования семиотического метода при восприятии и изучении изобразительного ряда прессы.

Прежде всего, автор исходит из постулата о том, что все типы «изображений» на страницах печатных изданий отличаются друг от друга технологиями производства. С одной стороны, часть «картинок» производится с помощью специальной аппаратуры, которая конструирует их внешнюю фор-

му и внутреннюю структуру. Другая часть «изображений» связана с ручным производством.

Кроме того, печатные СМИ «внутренне» представляют собой не что иное, как комплекс двух знаковых систем: вербальной (письменной речи) и изобразительной (невербальной), имеющей иную форму плана выражения. В изобразительную знаковую систему входят статические фотоизображения, коллажи, инфографика, рисунки, карикатуры. Она характеризуется следующими признаками: операторным способом (зрительное восприятие), сферой применения (в печатных СМИ), числом знаков (пять типов «изображений»), типом функционирования (отношение альтернативности).

Восприятие внутренних форм периодических изданий происходит последовательно, двумя этапами: формально-предметным (изображения как геометрические цветовые пятна различаются с буквенными знаками-символами, т.н. «тельняшкой») и предметно-структурным (опознание качественных и пространственно-временных признаков, отличающих одни изобразительные знаки от других).

Проблема «текста» является одной из центральных в гуманитарных науках. Автор диссертации считает, что тексты как объекты формируются в рамках рефлексии творческих индивидуумов над определёнными сферами жизни с целью хранения и передачи информации. В этом смысле любой изобразительный знак можно воспринимать как текст (буквы и слова, отдельные фразы, сопровождающие пространство изобразительного знака, следует рассматривать органичными элементами его единого континуума). Изобразительному знаку соответствуют три основополагающих свойства: выраженность (иконическим знаком), отграниченность (внешним обрамлением) и структурность (соподчинение внутренних единиц, определяющее пространственно-временной, типологический облик знака). Кроме того, при выработке подхода диссертант избегает опоры на лингвистическую теорию креолизованных (смешанных) текстов, имеющую в научном сообществе свою особую историю.

Во втором параграфе **«Изобразительные компоненты прессы: сущность, значение, текстуальность»** диссертант проводит анализ практических пособий, научных статей и учебной литературы по дизайну и конструированию композиционно-графических моделей печатных СМИ, написанных отечественными и зарубежными авторами, начиная с 1920-х годов. Автор даёт их следующую периодизацию: 1920-1940-ые годы, 1950-ые годы, 1960-1970-ые годы, 1980-1990-ые годы, 2000-ые годы.

В многочисленных работах этих исследователей, как правило, при описании техники и технологии создания периодических изданий в отношении «изображений» часто упоминается термин «иллюстрация» (лат. «illustrate» – сопровождать, освещать). Однако, на взгляд автора диссертации, в условиях роста визуальной информации он не способствует раскрытию типологических особенностей статических «изображений», знания о которых необходимо и сотрудникам редакций, и аудитории СМИ.

Диссертант отмечает труды С.И. Галкина, в которых исследователь наметил отход от прежних представлений об «изображениях» как некоторых «вторичных» информационных продуктах на страницах прессы¹⁰. Развивая его мысль, диссертант исходной точкой для теоретического и практического изучения берёт понятие – тип «изображения»: фотография, коллаж, инфографика, рисунок, карикатура. Каждый из этих «изображений» обладает своим особым языком и дифференцируется со свойственной ему структурной и семантической системностью. При этом понимание «изображения» как знака, отождествляющегося с текстом, автором уточняется. Изобразительный текст – это текст-изображение, т.е. всякая отображённая фотографическая, рисованная в ручной технике или с помощью компьютерных технологий форма информации со своей внутренней семиотической структурой.

В третьем параграфе **«Печатные СМИ как фактор формирования и развития визуальной культуры»** диссертантом вводится понятие «визуальной культуры», рассматриваются качественные особенности каждого из типов «изображений» прессы, в том числе карикатуры, обладающей особыми технологиями производства и интенцией.

Автор приходит к выводу, что каждый изобразительный знак как текст-изображение может иметь несколько уровней изучения на страницах печатных СМИ: семантический (область значений), синтаксический (морфологии), прагматический (особенности использования тех или иных изобразительных текстов для реализации определённых коммуникативных задач).

Кроме того, статические «изображения» прессы продуктивно рассматривать в качестве одного из факторов формирования и развития «визуальной культуры», под которой понимается совокупность информационных, публицистических и художественных «изображений» различной технологии производства как продуктов целенаправленной творческой деятельности людей, имеющих материальную и духовную ценность. В этом смысле, с одной стороны, все статические «изображения», формируя «визуальную культуру», дифференцируются на три группы со свойственными им доминантными качественными признаками. К первой группе относятся фотоизображения, они изоморфны реальности. Ко второй группе относятся инфографики, коллажи. Они гомоморфны реальности. К третьей группе – рисунки и карикатуры. Они полиморфны по отношению к своим денотатам. С другой стороны, не все «изображения» обладают креативным контентом, важным содержательным значением для информационной политики издания, могут быть скудны с точки зрения качества исполнения. В столкновении между качественным информационно-публицистическим, художественным продуктом и малосодержательным «товаром на продажу» проявляется один из важнейших конфликтов «визуальной культуры» и современной российской прессы в частности.

Во второй главе диссертации **«Специфика карикатуры как изобразительного компонента современной прессы России»** выявляется особен-

¹⁰ Галкин С. И. Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. Общее и особенное в худож.-техн. конструировании период. изд. М., 1989; Галкин С. И. Техника и технология СМИ: Художественное конструирование газеты и журнала. М., 2005.

ность исследуемого объекта и предмета, проводится анализ морфологии карикатуры, рассмотрена её типология и функции, описаны средства создания комических приёмов для передачи информации.

В первом параграфе **«Морфология карикатуры»** диссертант излагает структурную основу карикатурного текста-изображения. Морфология карикатуры представляет собой многоуровневую систему плана содержания и плана выражения, между которыми существует установленная связь (уровень информативности, пространственно-временного континуума, интертекстуальности, модальности, композиций, линий, фигур, цветов, словесных сопровождений). Все внутренние единицы каждого из уровней карикатурного текста вступают в парадигматические отношения. Из класса допустимых случаев автор карикатуры выбирает наиболее необходимые для передачи определённой информации, раскрытия темы изобразительного высказывания, принимая во внимание совокупность признаков, выражаемых каждой единицей.

Соединение значимых элементов (синтагм) может быть двух родов: функционально-однотипных единиц и тех элементов, которые выполняют разные функции, отношение доминации. Зрительное восприятие карикатуры осуществляется слева направо в связи с навыками глаз, приобретёнными от овладения письменностью западной культуры.

Карикатура может преследовать сатирическую или юмористическую интенцию, структурно представлять собой интеграцию публицистических, художественных образов, их комбинации.

Из числа парадигматических отношений каждого уровня языковых единиц автор выбирает наиболее подходящие, образуя целостные изобразительные высказывания комического характера. Повествование карикатуры – это преодоление типовой структуры, уникальная проекция карикатурного текста. Карикатурист имеет большое количество возможностей выбора того, как отобразить тот или иной объект в отличие, скажем, от фотографии, которая бесконечно повышает точность в воспроизведении объекта, но снижает этим её потенциальные информативные возможности.

Во втором параграфе **«Комизм как доминанта карикатуры»** автором диссертации раскрываются механизмы создания комических приёмов для передачи информации от адресата к аудитории через рисованные карикатурные тексты-изображения.

Диссертант отмечает, что карикатура, как и любое другое юмористическое, сатирическое произведение, обладает необходимым набором общечеловеческих, гуманистических устремлений. Но технология реализации «комического» в ней отличается. Автор вводит понятие гэгга (комического представления в пределах текста-изображения, выраженного изобразительными средствами) и предлагает алгоритм мыслительных операций при разработке гэггов.

На основе эмпирического анализа карикатур выявлено восемь видов гэггов, приёмов конструирования «комического» для передачи информации какого-либо содержания. В их числе: гэг лёгкого понимания, гэг искажения, гэг перемещения объектов в пространстве, историко-временной гэг, ролевой

гэг, гэг ассоциации и аналогии, гэг правдоподобия, гэг символизации. Кроме того, ощущение «комического» может вызываться индивидуальной манерой рисования карикатуриста и словесными сопровождения, несущими определённое смысловое значение.

Все карикатуры в прессе можно поделить на два уровня сложности создания и восприятия: первого (в структуре текстового изображения любой из гэгов использован карикатуристом единожды) и второго (в структуре текстового изображения используется более одного гэга или сочетания с другими комическими приёмами).

В третьем параграфе **«Типология и функции карикатур различного содержания»** диссертантом используется типологический метод для выявления и фиксирования уникальных признаков карикатур в пределах её отдельных видов, а также рассматриваются функции, которые выполняют все без исключения рисованные тексты-изображения комической интенции.

Видовое разнообразие карикатур в печатных СМИ представлено: шаржами, изошутками, социальной, философской и политической карикатурой.

Карикатура любого вида на страницах печатных СМИ может выполнять некоторое количество функций. Автор исследования выявил информационную, коммуникативную, психологическую разрядки (рекреативную), эстетическую, гносеологическую, эвристическую, воспитательную и образовательную функции карикатур.

Диссертант приходит к выводу о том, что в общем виде карикатура – это текст-изображение, основанный на художественном и публицистическом искажении реальности, продиктованном необходимостью воздействия на аудиторию с целью вызвать у неё смех. Сила карикатурного текста в разнообразно построенной, по-разному организованной информации, понимаемой в широком смысле как совокупность интеллектуальных, эмоциональных структур, передаваемых читателю и одновременно зрителю печатных СМИ в намерении оказать на него воздействие и изменить отношение к объектам карикатурной оценки за пределами континуума комического произведения.

Третья глава **«Творчество карикатуристов в современных российских печатных СМИ как научно-практическая проблема»** представляет собой анализ полученных результатов исследования карикатур общероссийских печатных СМИ, попавших в выборку диссертации, изучение творческих слагаемых, определяющих успешность сотрудничества карикатуристов с периодическими изданиями, а также перечень рекомендаций по использованию информационного потенциала карикатур российскими редакциями в большем объёме.

В первом параграфе **«Публицистический потенциал карикатуры»** диссертант рассматривает карикатуру с двух позиций. Прежде всего, отмечает проблемы, с которыми сталкиваются художники-карикатуристы в ходе работы с современными российскими печатными СМИ, а также уделяет внимание вопросу профессионализма использования карикатуры периодическими изданиями, в частности её публицистического потенциала.

В результате контент-анализа общероссийских изданий, попавших в выборку исследования, было выяснено, что публицистическая направленность их карикатур характерна только для некоторых СМИ: «Ведомостям», «Литературной газете», «Нашей Версии», «Правде», «Собеседнику», «Советской России», «Труду». В целом карикатуры публицистического характера составляют незначительный процент от общего количества рисованных изображений комической интенции, составивших эмпирическую базу диссертации.

На основании наблюдения за творчеством карикатуристов, их экспертного опроса, а также личного опыта работы в редакциях газет диссертант перечисляет и характеризует основные проблемы творчества художников в печатных СМИ.

В числе таковых автор отмечает экономическую, повлекшую к отказу региональных и центральных изданий от должности «штатного художника». При этом количество карикатур, выполненных под частный «заказ» в отдельном выпуске какого-либо издания тоже ограничено. Оно, как правило, не превышает двух-трёх в еженедельниках и тех СМИ, которые выходят несколько раз в неделю («Собеседник», «Советская Россия»), в ежедневных газетах карикатуры востребованы в «Ведомостях», «Известиях», «Московском Комсомольце», «Новых Известиях».

На полосах большинства изданий присутствует беглый рисунок пером и карандашом, иногда компьютерная графика. Скучность технологической стороны объясняется природной оперативностью современных периодических изданий, однако редакции и редакторы прибегают к «заказу» карикатур, следовательно, уязвимым звеном в контакте СМИ с художником оказываются творческие навыки карикатуриста, экономические причины или ограниченность конкретного издания в тематическом, исполнительском предпочтении той или иной карикатурой. У издания возрастёт шанс получить качественную, действенную карикатуру публицистического и познавательного характера, если она будет создана в соответствии с самыми трудоёмкими технологиями.

В отсутствие в России в отличие стран Европы и Азии учебных заведений, готовящих художников СМИ и комиксов, обозначилась проблема преемственности, ротации кадров. Как следствие – на медиарынке слабо развита творческая конкуренция, которая бы повышала качество исполнения карикатур. Один художник может сотрудничать с несколькими СМИ одновременно, причём противоположными по формату, политическим убеждениям их владельцев, учредителей. Этот факт не приводит к консолидации журналистов и карикатуристов, ставит под сомнение заинтересованность в общих целях редакционного сообщества в пределах одного СМИ.

Довольно скудной выглядит видовое разнообразие карикатур. С одной стороны, это вызвано тем, что политическая карикатура сатирического характера и публицистической направленности публикуется крайне редко. Анализ выборки показал, что такого вида карикатура присутствует эпизодически в «Ведомостях», «Собеседнике», «Советской России». Шаржи перио-

дически встречаются в «Литературной газете», «Нашей Версии», «Собеседнике». С другой стороны, практически нет на страницах печатных СМИ авторских рубрик или постоянного «места» у художника. Наличие на полосах рубрики карикатуриста в свою очередь тоже приведёт к тематическому разнообразию изображений комического характера.

На основании отмеченных проблем и противоречий автор делает вывод о том, что карикатуры в российской прессе в общей своей совокупности не обозначают многих социальных и политических проблем, о которых силой изобразительной сатиры и юмора они должны были бы говорить с аудиторией СМИ в обязательном порядке. Внутренняя цензура художников, сотрудничающих с периодическими изданиями, стала сильнее внешней, которая была при царском режиме и КПСС. Свобода творчества карикатуриста зависит от финансовой свободы и законов рынка. Следовательно, публицистический потенциал карикатуры, имеющий давние исторические традиции в отечественной практике, реализуется современными редакциями в незначительном объеме.

Во втором параграфе **«Особенности и основные противоречия творческой деятельности карикатуристов на современном этапе»** диссертант проводит систематизацию творческих критериев, составляющих основы профессионализма в работе карикатуристов в современных российских печатных СМИ. Кроме того, отмечает главные противоречия, сопутствующие их творческой деятельности в российской прессе.

Выделяется целый ряд объективных факторов и профессионально-квалификационных требований, определяющих способность художников как сотрудников редакций СМИ к созданию карикатурных изображений высокой культуры исполнения и значения.

Прежде всего, отмечается необходимость иметь художнику высшее или среднее художественное образование, профессиональную выучку в области создания графических изображений. Однако, как показывает практика, данный фактор свойственен малой части современных карикатуристов.

Успех и востребованность карикатуриста зависит от его способностей к ироническому осмыслению мира, социума, отдельных лиц, явлений. На этапе сотрудничества СМИ и художника между их идеологическими представлениями об объектах информационного освещения должен находиться компромисс. Но творческая свобода художника в настоящий момент развития СМИ оказывается зависимой от запросов владельцев изданий и редакционных предпочтений. В условиях постперестроечной России на первый план в среде творческих профессий и специальностей выдвинулась проблема «выживания», что равнозначно нивелированию самоидентификации личности художника в самом широком смысле этого определения. Творческий потенциал части карикатуристов гораздо выше того уровня заинтересованности, которым ограничиваются современные печатные СМИ.

Выявлены две распространенные формы контактов редакций СМИ с карикатуристами: должность «штатного художника» и сотрудничество одной редакции с несколькими художниками одновременно. Отсутствие заинтере-

сованности ряда общероссийских СМИ в труде карикатуристов приводит к расширению полномочий последних. За неимением возможности заниматься прямыми своими обязанностями, они реализовываются в области дизайна, верстки, обработки фотоизображений и т.п., что неблагоприятно сказывается на развитии сообщества художников-карикатуристов, пребывающего в профессиональной стагнации.

В условиях снижения количества публикуемых в современных российских изданиях карикатур исчезла традиция специального мониторинга СМИ за состоянием дел в художественной среде, практически ликвидирована работа редакций с внештатными авторами, в том числе и с художниками из регионов по подобию опыта советской печати. Нет организаторской деятельности СМИ по проведению конкурсов на лучшие, интересные карикатуры, материального стимулирования художников на творческую деятельность. Таким образом, очевиден слабый менеджмент современных российских печатных СМИ в направлении повышения количества и качества карикатур, создания условий для реализации творческого потенциала карикатуристов, сохранения целого визуального наследия.

В данном параграфе диссертант обосновывает принадлежность карикатуристов к творческому сообществу, выявляя такие их свойства мышления, как установка, интенция, доминантный мотив. Результатом творческого акта карикатуриста является текстовый материал изобразительной природы, в его основе лежит сознательное намерение передать информацию-мнение, совпадающую, как правило, в условиях современного состояния журналистики и СМИ с позицией редакции по той или иной социально важной и экзистенциальной теме. Она выражается карикатуристом в изобразительной форме смеховой интенции через искусственно сконструированную в пространстве карикатурного текста провокацию эмоционального и образного характера, наблюдателем которой становится аудитория СМИ.

В **заключении** диссертации представлены общие выводы, подводятся итоги исследования, даются практические рекомендации, определяются перспективы и ориентиры дальнейшего научного поиска в отношении карикатуры и творчества карикатуристов как объектов для изучения.

Положения и выводы диссертации отражены в публикациях автора, в том числе:

Статьи, опубликованные в ведущих рецензируемых научных журналах и изданиях, определенных ВАК РФ:

1. *Айнутдинов А. С.* Типология и функции карикатуры в прессе / А.С. Айнутдинов // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология, искусствоведение. – 2008. – № 21. – С. 20 – 28.

2. *Айнутдинов А. С.* О феномене изображения в прессе (к методологии познания) / А.С. Айнутдинов // Вестник Челябинского государственного университета. Серия: Филология, искусствоведение. – 2009. – № 35. – С. 5 – 10.

Статьи, опубликованные в научных сборниках, журналах и материалах конференций:

1. *Айнутдинов А. С.* Публицистический потенциал карикатуры / А.С. Айнутдинов // Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Сборник статей и материалов. Под редакцией профессора В.Ф. Олешко. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, Издательский Дом «Филантроп», 2008. – С. 233 – 240.

2. *Айнутдинов А. С.* Карикатура как она есть / А.С. Айнутдинов // Образование. Медиа. Общество. – 2008. – № 3. – С. 49 – 52.

3. *Айнутдинов А. С.* «Журнал карикатур на 1808 год, в лицах» А.Г. Венецианова – первый российский иллюстрированный сатирический журнал с карикатурами / А.С. Айнутдинов // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Пятой Международной научно-практической конференции 16-18 октября 2008 года / Под ред. В.З. Гарифуллина. – Казань : Изд-во Казан. гос. ун-та, 2008. – С. 8 – 13.

4. *Айнутдинов А. С.* Еще раз к вопросу о термине «иллюстрация» в прессе / А.С. Айнутдинов // Журналистика в 2008 году: общественная повестка дня и коммуникативные практики СМИ. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. – М. : Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова; МедиаМир, 2009. – С. 346 – 347.

5. *Айнутдинов А. С.* Общие подходы к изучению невербальных компонентов прессы как иконических знаков / А.С. Айнутдинов // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: Материалы VIII межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов (4-6 марта 2009 года) / Под ред. Л.П. Громовой; сост. О.А. Никитина. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, 2009. – С. 136 – 138.

6. *Айнутдинов А. С.* Изобразительные элементы прессы в аспекте визуальной культуры и карикатура как их особый тип / А.С. Айнутдинов // Средства массовой информации в современном мире : Петербургские чтения : тезисы межвуз. науч.-практич. конф. – СПб. : Роза мира, 2009. – С. 210 – 211.

7. *Айнутдинов А. С.* Изобразительные элементы прессы в аспекте визуальной культуры / А.С. Айнутдинов // Мультикультуральная современность: Урал-Россия-Мир: Материалы XII Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием) Гуманитарного университета, 2-3 апреля 2009 года: Доклады. / Редкол.: Л.А. Закс и др.: В 2 т. – Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, 2009. Т. 2. – С. 268 – 273.

8. *Айнутдинов А. С.* Информативность карикатуры в прессе / А.С. Айнутдинов // Информационное поле современной России: практики и эффекты: Материалы Шестой Международной научно-практической конференции 22-24 октября 2009 года / Под ред. В.З. Гарифуллина / Вып. ред. Р.П. Баканов. – Казань : Изд-во Казан. гос. ун-та, 2009. – С. 98 – 100.

9. *Айнутдинов А. С.* Интертекстуальность карикатуры в прессе / А.С. Айнутдинов // Факс. Журнал уральских журналистов. – 2009. – № 1 – 2. – С. 5 – 7.