

УДК 81'42

**СПЕЦИФИКА ПРОЯВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЙ КАРНАВАЛИЗАЦИИ В
САТИРИЧЕСКИХ МЕДИАТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ
КАРИКАТУРНЫХ МЕДИАТЕКСТОВ ГАЗЕТЫ
THE WASHINGTON POST")**

Н.В. Смирнова

*Российский государственный социальный университет
Москва, Российская Федерация
natalia_mosina@bk.ru*

Настоящая статья посвящена изучению особенностей проявления стратегий карнавализации на примере сатирических медиатекстов, опубликованных в электронном издании газеты «The Washington Post» в 2025-2026 году. В частности, объектом исследования стала социально-бытовая карикатура, связанная с переизбытком социальных сетей в жизни современного человека, а также с влиянием на его жизнь искусственного интеллекта. Так, в ходе работы было выявлено, что в проанализированных медиатекстах присутствовали стратегия снижения, стратегия профанации и стратегия амбивалентного смеха.

Ключевые слова: карнавализация; карнавализованный медиатекст; стратегии карнавализации; сатирический медиатекст; карикатура; газета "The Washington Post".

Поликодовость карикатурных медиатекстов, в которых основная информация заложена в изображении, является действенным инструментом воздействия на читателей, т.к. подобный текст привлекает их своей формой. Благодаря развлекательному формату представления окружающей действительности, некоторые карикатуры вызывают у читателей желание поделиться ими с другими, что способствует распространению показанной точки зрения автора на ситуацию. Более того, в современном мире наблюдается тенденция к визуализации информации, т.е. к выражению информации в более ёмком и красочном виде, чему в полной мере соответствует формат подачи информации в виде карикатуры. По своей природе карикатурные медиатексты сатиричны. «Сатира – одна из форм проявления комического, предполагающая особую остроту проявления социальной и общественной силы смеха, конкретизацию обличительного начала» [4, с 174]. Считается, что само слово ‘карикатура’ произошло от итальянского глагола *caricare*, одно из значений которого ‘преувеличивать’. Так, исходя из написанного выше, можно сделать вывод, что карикатурный сатирический медиатекст комически преувеличивает, гиперболизирует окружающую действительность, осмеивает её с целью привлечения внимания к острой проблеме и создания предпосылок для обсуждения данной проблемы пользователями сети-Интернет.

Смеховое, комическое начало является основным компонентом карнавала, который по М.М Бахтину представляет собой обратную (весёлую, праздничную) сторону повседневной жизни средневекового человека, протекающей согласно принятым нормам и правилам общества [2, с. 15]. Несмотря на временную несоотнесенность, понятие карнавал также применяют по отношению к современной действительности. М.А. Загibalова понимает под карнавализацией «процесс при-

внесения в культуру черт и принципов карнавала» [3, с. 32]. Так, в контексте данной статьи мы рассматриваем карнавализацию как инструмент умышленного комического изображения действительности в традициях средневекового карнавала. Карнавализация реализуется в медиатекстах через определенные стратегии, которые будут рассмотрены в статье на примере проанализированных текстов. В этом отношении Г. Морсон и К. Эмерсон отмечают, что карнавализация «переворачивает» принятое в обществе видение мира за счёт использования визуализированных стратегий [5].

Объектом исследования данной статьи выступили сатирические медиатексты американской газеты "The Washington Post" в форме карикатур.

Согласно классификации А.С. Айнутдинова карикатура в СМИ может быть подразделена на следующие подгруппы: шаржи и портреты, социально-бытовая и политическая карикатура, "strip" (серия из нескольких карикатур, объединенных сюжетом или общей идеей), изюшка (карикатура без слов с положительным посылом), философская карикатура [1].

В ходе анализа карикатур, представленных в газете "The Washington Post" за период 2025-2026 год мы заметили, что их можно разделить на два типа – социально-бытовая и политическая карикатура. В нашей работе мы рассмотрим карикатуры социально-бытовой тематики. В частности, большая часть карикатур данного типа касалась переизбытка социальных сетей в жизни современного человека, а также влияния искусственного интеллекта на обычный ход жизни.

Прежде всего, рассмотрим медиатексты, касающиеся искусственного интеллекта, роль которого возрастает в бытовой рутине человека сегодня. Так, карикатура Эдиты Притчетт, опубликованная 2 мая 2026 года, названа *New AI tools to make chatbot writing sound human* (перевод наш: *Новый инструмент ИИ, позволяющий ему звучать как человек*) [6]. Карикатура состоит из четырех изображений, которые шаг за шагом иллюстрируют деградацию робота, выступающего на изображении олицетворением искусственного интеллекта. Каждое мини-изображение передаёт в уничижительной манере по одной негативной характеристике текста, написанного современным человеком. На первой картинке, названной *typos* (перевод наш: 'опечатки') мы видим улыбающегося робота, который печатает что-то на ноутбуке. Напечатанный им текст нарисован в схематичном виде, некоторые слова в нём подчеркнуты красной волнистой линией, что отсылает нас к ошибкам, которые таким образом обозначает текстовый редактор. На втором изображении в руках робота появляется бутылка вина, из которой он наполняет себе бокал. Вид робота на этом изображении изменен – антенна на его голове наклонена и деформирована, глаза полужакрыты, улыбка выглядит неестественной. Вероятно, автор пытался передать изображение робота под алкогольным опьянением. Данная картинка несёт название *erratic quality* (перевод наш: 'некачественно написанный текст'), в схематично нарисованном тексте строки более не идут ровными линиями, они направлены хаотично в разные стороны. Третье изображение под названием *an unprofessional dig at a college* (перевод наш: 'некорректное общение с коллегами') иллюстрирует робота, на щеках которого мы видим красные овалы, использованные как показатель агрессивного настроения. В середине схематично изображенного текста теперь чётко читается фраза *expertly unhelpful* (перевод наш: 'как эксперт Вы бесполезны'). На финальном изображении данной серии перед нами робот с сигаретой в зубах и с агрессивным выражением лица, который продолжает печатать что-то на ноутбуке, рядом с которым теперь не только бу-

тылка вина, но и открытая пачка сигарет. Описанная мини-картинка названа *a long word used incorrectly* (перевод наш: 'неправильно использованные длинные слова') и проиллюстрирована схематично напечатанным роботом текстом, в конце которого читаема фраза *vociferously yours, Ed* (перевод наш: 'с многоуважением, Эд').

Анализируя описанную выше карикатуру, отметим, что с помощью гипотетического внедрения новых функций в работу искусственного интеллекта, что обычно воспринимается положительно, т.к. говорит об усовершенствовании работы устройства, автор карикатуры высмеивает манеру написания текстов человеком. Прежде всего, «высмеивается» тот факт, что деловое письмо пишет теперь не сам работник, а искусственный интеллект за него, но в связи с интеллектуальным превосходством программы над человеком, её текст нарочно должен содержать ошибки и неуместные фразы, которые позволяет себе человек. Образ жизни человека показан с помощью поведения робота – современный человек агрессивен, употребляет алкогольные напитки, губит своё здоровье курением и настолько мало времени уделяет своему интеллектуальному развитию, что неспособен грамотно использовать длинные слова, значение которых не понимает. Именно такое сатирическое описание человека транслирует карикатурист Эдита Притчетт через свою работу. Можем сделать вывод, что в данной карикатуре автор добивается своей цели с помощью стратегии снижения, т.е. показа действительности через телесно-низменный план повествования, иллюстрируя пороки современного человека.

Принимая во внимание тот факт, что 17 октября 2025 года опубликована другая карикатура Эдиты Притчетт *The slippery slope of outsourcing tasks to your chatbot* (перевод наш: 'Хождение по скользкой дорожке или напрасное делегирование задач ИИ') [7] касательно искусственного интеллекта, изображенного в виде того же робота, то по классификации А.С. Айнутдинова можно отнести данные карикатуры не только к категории социально-бытовых, но и к категории "strip", т.к. они объединены общей идеей и выражены при помощи одного персонажа.

В данной карикатуре Эдиты Притчетт мы видим человека, который просит ИИ описать для него опыт проживания таких действий, событий как: написание списка продуктовой корзины, чтение трогательных книг, походы на свидания, поездки в другие страны, медитация, рождение детей. В названии данной карикатуры мы находим метафору *slippery slope*, обозначающую ситуацию, при которой одно действие становится началом цепной реакции негативных последствий, которые со временем только ухудшаются. В контексте анализируемого изображения метафору можно трактовать как градуальную аналогию, т.е. иллюстрацию процесса "смещения" социального взаимодействия с человека на автоматизированные системы, что может привести к проблемам в выстраивании личной жизни. На изображении мы видим счастливых роботов, транслирующих радость от пережитых эмоций, в то время как человек, дающий команды искусственному интеллекту, изображен унылым и безэмоциональным. В данном случае удручающее будущее человека, делегирующего даже приятные события на искусственный интеллект, показано с помощью стратегии амбивалентного смеха, строящегося на соединении насмешки над современным человеком и позитивными эмоциями, которые переданы за счёт счастливых моментов, прожитых роботами.

Показательна еще одна карикатура Эдиты Притчетт, описывающая использование человеком ИИ в личных целях является изображение от 11 апреля 2026 года

– *Dating in the AI age* (перевод наш: ‘Свидания в эру ИИ’) [8], на которой изображена серия картинок, иллюстрирующих мужчину с недовольным выражением лица и женщину с отстраненным взглядом, которые сидят за столом в ресторане с бокалами вина, в то время как их глаза направлены на мини-стол в центре большого стола, за которым их два мобильных телефона точно также сидят на свидании с мини-бокалами вина. Подготовку к свиданию Эдита Притчетт изображает как подбор для приложения знакомств фотографии с широкой улыбкой со стороны женщины, взгляд которой в этот момент полон безразличия и тоски, и как генерация сообщения с помощью искусственного интеллекта со стороны мужчины. Таким образом, сатирически утрированно показано, как строятся романтические отношения современных мужчины и женщины, на базе стратегии снижения.

Как мы отметили ранее, другой общественно-социальной проблемой, обсуждаемой на материале карикатур в газете "The Washington Post", является преобладающая роль социальных сетей в жизни людей.

Данную проблему ставит, например, Майкл Рамирез в карикатуре от 26 февраля 2026 года *Parental sponsors needed* (перевод наш: ‘Необходима материальная поддержка родителей’) [9]. Мы видим изображение унылого маленького мальчика, сидящего с понурой головой среди взрослых и произносящего следующую фразу: *My name is Joey and I'm a social mediaholic* (перевод наш: ‘Меня зовут Джои, и я завишусь от социальных сетей’). Подобная фраза считается характерной для встреч людей, страдающих от какой-то зависимости и готовых поделиться этим с другими, чтобы стать на путь исправления. Неологизм *a social mediaholic* образован по модели слова *alcoholic*. Данная карикатура основана на стратегии профанации, т.к. маленький ребенок помещен в ситуацию, характерную только для взрослого человека, что можно считать табуированной темой. Название карикатуры предвещает материальные проблемы родителей, которым придется оплатить будущее лечение молодого поколения, которое приобрело новый тип зависимости – от социальных сетей.

В заключение, отметим, что в проанализированных нами социально-бытовых карикатурах газеты "The Washington Post" нам удалось выявить использование следующих стратегий карнавализации: стратегия снижения, стратегия профанации и стратегия амбивалентного смеха. Для подтверждения частности использования выявленных стратегий необходимо дальнейшее исследование большего количества примеров медиатекстов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Айнутдинов, А. С. Типология и функции карикатуры в прессе / А. С. Айнутдинов // Вестник ЧелГУ. 2008. – №21. – С. 20 – 28. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-i-funktsii-karikatury-v-pressе> (дата обращения: 03.05.2026).
2. Бахтин, М. М. Собрание сочинений : в 7 т. / РАН, Ин-т мир. лит-ры им. А. М. Горького, ред. С. Г. Бочаров, В. В. Кожин. – М.: Языки славянских культур, 2010. – Т.4 (2) : Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса (1965). Рабле и Гоголь (Искусство слова и народная смеховая культура) (1940, 1970). Комментарии и приложение. Указатели / М. М. Бахтин, ред. тома И.Л. Попова – 2010. – 752 с.
3. Загibalова, М. А. Особенности культурного развития современности: феномен карнавализации / М. А. Загibalова // Известия ТулГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2011. – №2. – С. 32 – 39.
4. Езан, И. Е. Эволюция политической сатиры в журнале «симплициссимус»: лингводискурсивный подход / И. Е. Езан, Е. А. Ковтунова // Немецкая филология в Санкт-Петербургском государственном университете. 2021. – С. 169-192. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-politicheskoy-satiry-v-zhurnale-simplitsissimus-lingvodiskursivnyy-podhod> (дата обращения: 03.05.2026).

5. Morson, G. S. Mikhail Bakhtin: Creation of a Prosaics / G. S. Morson, C. Emerson // Stanford, CA: Stanford University Press, 1990. – 530 p.

6. Pritchett, E. New AI tools to make chatbot writing sound human / E. Pritchett // The Washington Post. – 2026. – 02 May. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2026/05/02/edith-pritchett-cartoon-making-chatbot-writing-sound-human/> (дата обращения: 02.05.2026).

7. Pritchett, E. The slippery slope of outsourcing tasks to your chatbot / E. Pritchett // The Washington Post. – 2025. – 17 Oct. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2025/10/17/edith-pritchett-cartoon-artificial-intelligence-outsourcing/> (дата обращения: 02.05.2026).

8. Pritchett, E. Dating in the AI age / E. Pritchett // The Washington Post. – 2026. – 11 Apr. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2026/04/11/edith-pritchett-cartoon-ai-dating-apps/> (дата обращения: 02.05.2026).

9. Ramirez, M. Parental sponsors needed / Ramirez M. // The Washington Post. – 2026. – 26 Feb. – URL: <https://www.washingtonpost.com/opinions/2026/02/26/michael-ramirez-cartoon-social-media-ban-children/> (дата обращения: 02.05.2026)

FEATURES OF CARNIVALIZATION STRATEGIES IN SATIRICAL MEDIA TEXTS (BASED ON CARICATURE MEDIA TEXTS OF THE WASHINGTON POST)

N.V. Smirnova

*Russian State Social University
Moscow, Russia, natalia_mosina@bk.ru*

The article focuses on the study of the features of carnivalization strategies in satirical media texts published in the electronic edition of *The Washington Post* in 2025-2026. In particular, the study examines the socio-domestic caricature related to the overabundance of social media in the life of a modern person and the impact of artificial intelligence on people. The analysis reveals the presence of such strategies as the strategy of reduction, the strategy of profanation, and the strategy of ambivalent laughter.

Keywords: carnivalization; carnivalized media text; carnivalization strategies; satirical media text; cartoon; The Washington Post.