

# СПОСОБЫ КРЕОЛИЗАЦИИ ТЕКСТА В РУССКИХ САТИРИЧЕСКИХ ЖУРНАЛАХ ПЕРВОЙ ТРЕТИ XX ВЕКА

Елена Брызгалова

Тверской государственный университет, Россия

**Аннотация:** В статье проанализированы наиболее частотные варианты сочетания вербальной и невербальной составляющих в сатирическом тексте. Дана общая характеристика креолизованного текста, показаны его различные модели, определены цели использования креолизации. Материалом исследования стали многочисленные сатирические «тонкие журналы» – еженедельники «Новый Сатирикон», «Стрекоза», «Барабан» и др., а также эмигрантский еженедельник «Иллюстрированная Россия», издававшийся в Париже в 1924–1939 гг. Сформулированы выводы о многообразии способов креолизации, использовавшихся для усиления комического эффекта.

**Ключевые слова:** креолизованный текст, сатира и юмор, еженедельник, карикатура, иллюстрация, комикс.

## Введение. Обоснование проблемы

В восприятии современных ученых креолизация любого печатного текста рассматривается как один из способов повышения его эффективности, а значит, и воздействия на аудиторию. Напомним, что говорить о креолизации, как утверждает наука, можно не про всякую «картинку с подписью» или «иллюстрированный текст», а лишь в том случае, когда вербальная и невербальная составляющие создают единое произведение, насыщенное общим смыслом. Более того, наука рассматривает данный вид текста как «культурно-социальное явление, поскольку он является неотъемлемой частью развития социума» (Чижикова, 2016).

За последние десятилетия в научном сообществе сложилась определенная традиция в изучении креолизованного (или поликодового) текста как явления мультикультурного. Его анализируют с точки зрения лингвистики (Анисимова, 2003; Колтышева, 2014), методики обучения (Авдеева, 2009), лингвокультурологии (Чаплыгина, 2002), журналистики (Громенко, Черникова; Корда, 2013 и др.), рекламы (Чигарёв, 2010) и др. По мнению составителей и авторов коллективной монографии «Креолизованный текст: смысловое восприятие» (Креолизованный текст, 2020), за последние десятилетия было защищено более шестидесяти диссертаций, в которых рассмотрены самые разные стороны данного явления.

Несмотря на обширную научную библиографию по данной проблеме, её нельзя считать окончательно изученной, поскольку сфера использования подобного вида текстов не ограничена ни временными, ни пространственными, ни социокультурными рамками. Это позволило нам обратиться к истории российской журналистики первой трети XX в. и проанализировать, насколько широко использовалось данное явление, какие способы и приемы креолизации были у журналистов в ходу и чего они добивались, прибегая к тому, что «визуальный ряд становился средством текстообразования» (Архейм)

## Основная часть. Аргументы и доказательства

На наш взгляд, правомерно будет начать анализ с обложки из-

BRIZGALOVA Elena  
Nikolaevna – Filologiya  
fanlari doktori, professor,  
Jurnalistika, Reklama va  
Jamoatchilik bilan aloqalar  
kafedrası, Tver Davlat  
Universiteti

BRYZGALOVA Elena  
Nikolaevna – Dr. Phil.  
Sciences, Professor, head. the  
Department of Journalism,  
Advertising and Public  
Relations, Tver State  
University

дания, поскольку практически все еженедельники тех лет открывались рисунком с подписью – карикатурой, целью которой был отклик на какое-то событие. Карикатуру не случайно называют визуальным производением для взрослых, поскольку она чаще всего имеет сатирический смысл и требует от рецепиента 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» (Ефимов, 1962).

Современные ученые, изучающие комический креолизованный текст, склонны с ним согласиться (Морозова, 2006). Текст подписи 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 пресуппозиции является обязательным для всех карикатур» (Воронина, 2009). Но более пристальное внимание к многочисленным карикатурам, помещенным на обложках отечественных сатирических журналов первых 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» (в цитатах из журналов сохранена 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) поместил картинку, на которой большую часть пространства занимает один из символов царской власти – шапка Мономаха, из-под которой пытается выбраться Николай II. Атрибут самодержавной власти представлен узнаваемо и вме-

сте 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). Правда, во втором случае изображение головной убора 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». Непременным героем обложечных карикатур еженедельников 1917 г. стал Николай II, часто изображенный в российской короне как одном из самых узнаваемых символов самодержавия (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 упомянутом 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 оригиналом, 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) 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 «Сказоч-

кой». 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?» (там же). 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!». 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.

Использование креолизованных текстов характерно не только для обложки, они являлись важнейшей составляющей контента любого сатирического издания. Наиболее частотным в эмигрантском еженедельнике «Иллюстрированная Россия» (1924–1939, Париж) был жанр комикса, дающего нам многочисленные примеры самых разных способов креолизации.

Проанализировав более 230 выпусков разных лет, мы пришли к выводу, что в еженедельнике представлены два основных вида комикса. Первый строится по кинематографическому принципу: каждая картинка – кадр, эпизод истории, сюжет которой разворачивается на глазах у читателя. Это наиболее распространенная и привычная форма комикса. Второй вид характеризуется тем, что в нем дан ряд картинок, каждая из которых автономна, но они объединены общей идеей. Каждое изображение – законченное произведение, но оно работает на раскрытие общей темы и развитие общего сюжета. Каждое изображение дополняет общую картину и привносит новые краски в развитие темы. Оба вида многочисленны и представлены в «Иллюстрированной России» во множестве вариаций.

Начнем с первого. Если принять распространенное утверждение, что комикс – это история в картинках, то даже последовательность их расположения становится средством коммуникации. Монтажность комикса в данном случае строится так же, как и в киноленте: последовательно.

Наиболее часто в еженедельнике встречаются комиксы, которые невелики по объему и объединяют от двух до десяти картинок. Сюжет такого произведения незамысловат и отличается простотой и статичностью. Чаще обыгрывается какая-то реплика или деталь. Например, «Разговор в вагоне» (1926, № 46). Иконическая составляющая статична: изображены двое мужчин, беседующих в вагоне поезда. Комикс состоит из шести картинок, которые отличаются друг от друга лишь позами и жестикой собеседников. Вербальная составляющая тоже проста. Один из собеседников говорит, что русским плохо живется в эмиграции («Иностранцы нас не любят!», «А эти визы! Нас никуда не пускают!») и что его заветное желание – умереть на родине. Второй собеседник вступает в разговор только в последнем эпизоде и подает реплику: «Простите, почему же вы в таком случае не едете в Россию?». Смысл всего произведения сосредоточен в последней реплике: «... Да ведь я еще не собираюсь умирать!». Как видим, текст краток: под каждой картинкой одна реплика, и только под последней – две. Изображение в этом комиксе статично, оно почти не передает действие, подчеркивая тем самым смысл слова.

Если задаться вопросом о доминировании в подобном комиксе,



то, на наш взгляд, его можно назвать «текстоориентированным», «где изображение иллюстрирует, но не добавляет информации к исчерпывающему тексту» (Макклауд). Основным средством и способом презентации смысла становится вербальная составляющая. Но именно изобразительный компонент фиксирует протяженность развития сюжета во времени – разговор длится: персонажи меняют позы, жестикулируют, изменяется выражение их лиц. И это важно, потому что дает возможность зрителю вникнуть в тему, примерить на себя роли собеседников. Изобразительный ряд обладает заданным форматом и сопровождается диалогом, который и несет в себе основной смысл всего произведения. По тому же принципу построен целый ряд комиксов, опубликованных в разные годы: «Вина иностранцев» (1930, № 48, 3); «Гидра революции» (1938, № 46); «Приятная компания» (1936, № 1, 3); «Бернард Шоу» (1931, № 35) и др. «Значащие очертания», по выражению Г.М. Маклюэна (Маклюэн), в таком типе комикса основаны на сопричастности зрителя к теме диалога героев: он как будто присутствует и становится третьим собеседником.

Другой пример комического комикса, отнесенного нами к первому типу, – это объемное произведение с развернутым сюжетом, охватывающее значительный период времени и содержащее рассказ о действиях и поступках героев. Подобный тип комической «истории в картинках» можно назвать классическим воплощением жанровых признаков комикса. Такие произведения, как правило, публиковались в нескольких номерах и рассказывали о злоключениях героя-эмигранта. Пользуясь журналистской терминологией, их можно назвать «романом с продолжением», поскольку история переходила из выпуска в выпуск. Здесь сохраняется кинематографический (то есть последовательный) принцип монтажности, но при этом подключается еще и фрагментарность: серия картинок-кадров, помещенная в одном выпуске еженедельника, – это определенный фрагмент общей истории. Последующий фрагмент в развитии сюжета читатель встретит в следующем номере журнала.

Например, комикс «В 8 лет вокруг света. Похождения И.И. Беглецова» (1926, №№ 46–51). Фамилия главного героя комикса, представленная в названии, направляет читательское восприятие в нужное русло. Комикс состоит из шести фрагментов из жизни Беглецова, начиная с его попытки покинуть советскую Россию на иностранном судне и заканчивая аферой в Париже, когда герой решил подзаработать денег сдачей жилья в наём. Каждый эпизод напоминает серию киноромана: герой ставит перед собой цель, на его пути встречаются препятствия, он их преодолевает – иногда удачно, иногда нет, чтобы в следующей «серии» представить и развернуть очередной сюжет.

«Получение эстетического отклика от зрителя» (Макклауд) в комиксе так же важно (а может быть, и важнее!), как и передача определенной информации. Мысль о важности роли читателя/зрителя вполне согласуется с размышлениями ученых о визуализации современных медиа и с мыслями Г.М. Маклюэна о том, что изображение «обособляет отдельные моменты времени» (Маклюэн). В представленном нами произведении смысл очевиден: автор, рассказывая о незадачливом герое, стремится не сколько вызвать смех у читателей еженедельника, сколько приободрить товарищей по изгнанию, показать, что выход всегда есть, нужно только его искать.

Последовательное развитие сюжета не отменяет его упрощен-

ности, как, впрочем, и упрощенности визуального ряда. Каждый кадр – это какой-то ключевой момент разворачивающейся на глазах у читателя/зрителя истории, который монтируется с предыдущим и последующим, создавая единое целое. При этом оказывается, что смысл происходящего гораздо глубже, чем это заложено в картинках и репликах. Во-первых, последовательность изображения – «превосходное коммуникативное средство» (Маклауд). А во-вторых, при такой монтажной схеме включается особый коммуникативный механизм, который С. Маклауд называет «домысливанием»: «Домысливание в комиксах стимулируется написанным словом – секретным контрактом между создателем и читателем» (Маклауд). Читатель вовлекается в сюжет и «достраивает» рассказываемую историю, которая хотя бы в какой-то своей части знакома любому эмигранту по собственному жизненному опыту.

Второй тип комикса в еженедельнике, как уже отмечалось, представляет собой не последовательное разворачивание сюжета, а собрание разных картинок на одну тему: «Лозунги большевиков» (1925, № 3); «Гримасы жизни» (1928, № 24); «Каталог новогодних игрушек» (1935, № 1, 5) и др. Комиксы данного типа тоже демонстрируют разнообразие не только с точки зрения проблематики, но и по способам креолизации. Кинематографический (последовательный) принцип монтажности для таких комиксов не актуален. Здесь все картинки вместе и каждая в отдельности раскрывают одну тему, при этом не повторяя друг друга. В «Каталоге новогодних игрушек» (кстати, подобные «каталоги» достаточно часто публиковались в новогодних номерах журнала в разные годы) каждая картинка обыгрывает какой-нибудь привычный предмет, представляя его именно как игрушку. В комиксах «А я уже знаю!» и «Мои пасхальные картинки» представлена стилизация под детское восприятие происходящего. Одним из средств креолизации здесь является рукописный текст, стилизованный под детскую речь. По мнению исследователя, «именно креолизация становится важным инструментом коммуникации – привлечения и удержания внимания адресата, способов выражения смысловой организации текста» (Корда, 2013). Добавим к этому, что креолизация в данном случае служит и одним из основных средств создания и усиления комического эффекта. Подписи под картинками, выполненные детским неровным почерком и содержащие наивные детские суждения, вызывают смех.

Другой достаточно частотный комический прием характерен не только для комикса, но и для других форм комического искусства. В подобных произведениях обыгрывается несколько вариаций на одну тему. Так построен комикс «Любовь» (1936, № 18, 3): каждая из шести картинок демонстрирует представления о любви у людей разных национальностей. Пять картинок изображают любовные сцены «у немцев», «у англичан», «у итальянцев», «у южноамериканцев», «у французов». Шестая картинка противостоит всем предыдущим и заключает в себе основной смысл комикса. Если на первых пяти изображениях читатель видел парочки влюбленных (это было признание в любви, исполнение серенады под окном, похищение возлюбленной, поцелуй в ресторане), то на заключительной картинке изображена масса народа с плакатами на фоне Кремлёвской стены. На первом плане мы видим характерное, узнаваемое изображение И.В. Сталина и надписи на плакатах: «любимый Сталин» и «обожаемый вождь». И надпись под изображением указывает уже не национальность, а на страну – «в СССР». Таким образом, именно шестая картинка переводит изображение в политический дис-

курс и придает комиксу сатирический смысл.

Конечно, многообразие способов креолизации и разновидностей креолизованного текста в русской сатирической журналистике обозначенного периода не исчерпывается обложкой и жанром комикса. Но рамки статьи, к сожалению, диктуют собственные условия и предполагают дальнейшие изыскания.

### Выводы

Таким образом, предпринятый анализ материала позволяет сделать вывод о том, что креолизация текста в сатирических журналах данного исторического периода выполняла несколько функций. Во-первых, она играла коммуникативную роль, вовлекая читателя в диалог и активизируя его участие в создании более глубокого смысла произведения. Отталкиваясь от события, которое было, что называется, «на слуху», читатель интерпретировал происходящее, соглашаясь или противопоставляя свое мнение автору креолизованного текста на обложке издания.

В сатирических комиксах читатель узнавал характерные ситуации, мотивацию действий героев, характеры и положения, типичные для читательского опыта. Отсюда восприятие героя как близкого человека, узнаваемого, понятного, переживающего те же жизненные ситуации.

Вторая важнейшая функция креолизации – усиление комического эффекта. Карикатурность изображения, приемы шаржирования, создание комических клише, позволявших узнавать известных людей и события – все это характерно для невербальной составляющей поликодового текста. Изображение и языковой материал создавали новый смысл, визуализируя мысль об определенном событии, явлении или человеке.

### Список литературы

Авдеева, Екатерина С. 2009. Использование комиксов при обучении японскому языку: автореф. дис. канд. пед. Наук. 13.00.02. Москва. Учреждение Российской академии образования «Институт содержания и методов обучения». URL: <http://наука-pedagogika.com/viewer/271030/a#?page=26>, 26 с. Дата обращения: 01.10.2023.

Анисимова, Елена Е. 2003. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва. Изд. центр «Академия», 128 с. URL: <https://interesnoe.me/view/1/content/upd/69807394>. ISBN: 5-7695-0961-9.

Арнхейм, Рудольф. 1974. Искусство и визуальное восприятие. Москва. Прогресс. URL: <https://mishalaut.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0195/195316.63n9d80523.pdf>. Дата обращения: 13.06.2023.

Воронина, Олеся А. 2009. Карикатура как вид креолизованного текста. Москва: Вестник ЦМО МГУ. Русистика. № 2, с. 14–18.

Громенко Мария В, Черникова Ольга Ю. 2021. Креолизованные тексты в языке современной журналистики. Международный научно-исследовательский журнал. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreolizovannye-teksty-v-yazyke-sovremennoy-zhurnalistiki/viewer>. Дата обращения: 13.07.2023. DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2021.114.12.158>.

Ефимов, Борис. 1962. Оружие смеха. Москва. Вопросы литературы. № 1, с. 22–24.

Колтышева, Светлана Я. 2014. Креолизованный текст как сфера функционирования метафор (на примере шоу-дискурсов России и США). Курск. Вестник ЮУрГУ. Лингвистика. № 1, с. 44–58.

Корда, Ольга А. 2013. Креолизованный текст в современных печатных СМИ: Структурно-функциональные характеристики: автореф. дис. канд. филол. наук;

10.01.10. Екатеринбург. Уральский федеральный университет им. Б.Н. Ельцина, 22 с. URL: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/18959/1/urgu1208s.pdf>. Дата обращения: 13.06.2023.

Креолизованный текст: Смысловое восприятие: Коллективная монография. 2020. Москва. Институт языкознания РАН, 206 с. URL: [https://iling-ran.ru/library/psylingva/kreolizovannyj\\_tekst.pdf](https://iling-ran.ru/library/psylingva/kreolizovannyj_tekst.pdf). Дата обращения: 13.05.2023.

МакКлауд, Скотт. 2016. Понимание комикса. Невидимое искусство. Москва. Белое яблоко. URL: [file:///C:/Users/bryzg/Downloads/SMakKlaud-Ponimanie\\_komixa\\_nevidimoe\\_iskusstvo.pdf](file:///C:/Users/bryzg/Downloads/SMakKlaud-Ponimanie_komixa_nevidimoe_iskusstvo.pdf) Дата обращения: 21.07.2023. ISBN: 978-5-9903760-9-0.

Маклюэн, Герберт М. 2003. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. Москва; Жуковский. КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 464 с. URL: [http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding\\_media.pdf](http://yanko.lib.ru/books/media/mcluhan-understanding_media.pdf). Дата обращения: 04.02.2023. ISBN: 5-86090-102-X.

Морозова, Галина В. 2006. Принципы гармонизации смыслов креолизованного текста при переводе. Казань. Издательство Казанского университета. III Международные Бодуэновские чтения. 23–25 мая 2006 г. Труды и материалы. В 2 т. Т. 1, с. 99–101.

Чаплыгина, Юлия С. 2002. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика: на материале английского языка: автореф. дис. канд. филол. наук; 10.02.04. Самара. Самарский гос. пед. ун-т, 23 с.

Чигарев, Денис П. 2010. Способы креолизации современного рекламного текста: автореф. дис. канд. филол. наук; 10.02.01. Москва. МПГУ, 25 с.

Чижилова, Светлана Н. 2016. Вербальные и невербальные компоненты в креолизованных текстах (на примере мультимедийных презентаций). Краснодар. Концепт. Научно-методический электронный журнал. № 57. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/verbalnye-i-neverbalnye-komponenty-v-kreolizovannyh-tekstah-na-primere-multimediyh-prezentatsiy/viewer>. Дата обращения: 13.06.2023.

#### Об авторе:

БРЫЗГАЛОВА Елена Николаевна - профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета, [bryzgalovaelena@gmail.com](mailto:bryzgalovaelena@gmail.com)

#### METHODS OF TEXT CREOLIZATION IN RUSSIAN SATIRICAL MAGAZINES IN THE FIRST THIRD OF THE XX CENTURY

Elena Bryzgalova  
Tver State University, Russia

**Abstract:** The article analyzes a satirical text's most frequent combinations of verbal and non-verbal components. The general characteristics of the creolized text are given, its various models are shown, and the purposes of using creolization are determined. Numerous satirical thin magazines" - the weeklies "New Satyricon", "Dragonfly", "Drum", etc., as well as the emigrant weekly "Illustrated Russia", published in Paris in 1924–1939, became the material of the study. Conclusions are formulated about various creolization methods used to enhance the comic effect.

**Keywords:** creolized text, satire, humor, weekly, cartoon, illustration, comics.





---

XX ASRNING BIRINCHI CHORAGIDA RUS SATIRIK JURNALLARIDA MATNNI  
KREOLIZATSIYALASH USULLARI

Elena Brizgalova  
Tver Davlat Universiteti, Rossiya

**Annotatsiya:** Maqolada satirik matnda og'zaki va og'zaki bo'lmagan komponentlarning tez-tez uchraydigan birikmalari tahlil qilinadi. Kreolizatsiya qilingan matnning umumiy xususiyatlari berilgan, uning turli modellari ko'rsatilgan, kreolizatsiyadan foydalanish maqsadlari aniqlangan. Ko'plab satirik jurnallar - "Новый Сатирикон", "Стрекоза", "Барабан" va boshqalar, shuningdek, 1924-1939 yillarda Parijda nashr etilgan "Иллюстрированная Россия" muhojir haftaliklari tadqiqot materiallari sifatida tanlangan va o'rganib chiqilgan. Komik effektini kuchaytirish uchun ishlatiladigan turli xil kreolizatsiya usullari haqida xulosalar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** kreollashtirilgan matn, satira, yumor, haftalik, multfilm, illyustratsiya, komikslar.