
ИДЕИ И ПРАКТИКА: АНАЛИЗ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Е.В. ШУСТРОВА*

ЛЮДИ И ДЕНЬГИ: ЛИЦО ВЕЛИКОЙ ДЕПРЕССИИ В АМЕРИКАНСКОЙ КАРИКАТУРЕ

Аннотация. В статье представлен анализ ментальных моделей, формирующих основу графических метафор, которые появились в американской карикатуре в течение периода, начавшегося после биржевого краха на Уолл-стрит в «черный вторник» 29 октября 1929 г. Основной упор сделан на описании наиболее частотных типажей, ставших своеобразным лицом Великой депрессии.

Методология исследования берет начало в работах по метафорическому моделированию и мультимодальной метафоре. Описаны результаты работы с архивными данными. Описаны основные культурно обусловленные смыслы, участвующие в создании образов американской карикатуры.

Ключевые слова: графическая метафора; политический дискурс; политическая карикатура; Великая депрессия; Ф. Д. Рузвельт.

E. V. Shustrova

People and money:

The face of great depression in American cartoon

Abstract. The paper investigates mental models which form a basis for graphic (multimodal) metaphors that were connected with the representation of people in American editions in the time that is traditionally called the Great Depression. The

* **Шустрова Елизавета Владимировна**, доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры английского языка, методики и переводоведения Института иностранных языков Уральского государственного педагогического университета (Екатеринбург, Россия), e-mail: shustrovaev@icloud.com.

Shustrova Elizaveta, Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg, Russia).

basic target of our investigation is formed by the representation of different social strata in America of that period.

The methods of investigation are formed on the basis of conceptual metaphor theory, multimodal metaphor approach. As a result we've described transferred meanings, pun, decomposition of set-expressions and analyzed images that are deeply rooted in culture. All these form the basis for satire and irony in political cartoons of the given period.

Keywords: graphic metaphor; political discourse; political cartoon; the Great Depression; F.D. Roosevelt.

В рамках данной статьи мы предлагаем результаты исследования американской карикатуры времен Великой депрессии. Ведущим ракурсом исследования стало обращение к основным человеческим типам, которые наиболее часто появлялись на карикатуре этого периода. Мы полагаем, что отчасти это было продиктовано вполне реальными чертами американцев той поры. В то же время нужно учитывать существование определенных стереотипов, в том числе и в графике, которые появляются как запроса конкретной группы производителей продукции (в том числе и политической) на рекламу или пропаганду конкретного образа жизни, человеческого типа, ценностей, установок. Приведем конкретный пример. С одной стороны, в американском обществе начала XX в. действительно была популярна социальная роль женщины-домохозяйки, весь круг интересов которой сосредоточен исключительно на домашних хлопотах, муже, детях. И она счастлива в этом круговороте будничных дел. При этом она должна хорошо выглядеть. Достаточно посмотреть фотоархивы той поры, чтобы убедиться, что внешние черты такого типажа демонстрируют достаточно много американок. Если обратиться к рекламе тех лет, мы легко обнаружим такой стереотип. Только в отличие от фотографий там утрируются черты, нужные производителю конкретной продукции. Если говорить о стереотипной домохозяйке в американской рекламе начала XX в., ей вряд ли будет больше 30, обычно она еще моложе. Всегда хорошо причесана, опрятно одета, заботится о легком макияже, носит туфли на достаточно высоком каблуке. Но кроме такого женского типа в американском обществе, конечно, были и совсем другие домохозяйки.

Если вернуться к политической продукции, во время Великой депрессии в самой разной графике ведется активная пропаганда стереотипа счастливой и рачительной домохозяйки. Это было продиктовано ужасной безработицей и запретом на трудоустройство

обоих супругов – работать разрешалось только кому-то одному. Многие женщины шли на обман и выдавали себя за незамужних. Те, кому это не удавалось, могли утешать себя рекламным стереотипом семейного счастья. Один из таких примеров приведен на рис. 1. Это реклама витаминов, на которой муж жалуется, как ему тяжело, как он устает, и спрашивает у абсолютно счастливой молоденькой супруги, как ей удается так хорошо выглядеть. Вывод в полном соответствии с реалиями времени: «Чем тяжелее работает жена дома, тем лучше она выглядит». На рис. 2 совершенно другое, абсолютно реальное женское лицо периода Великой депрессии. Но для таких лиц тоже подбирается стереотип в графике – это озабоченная мать.



Рис. 1

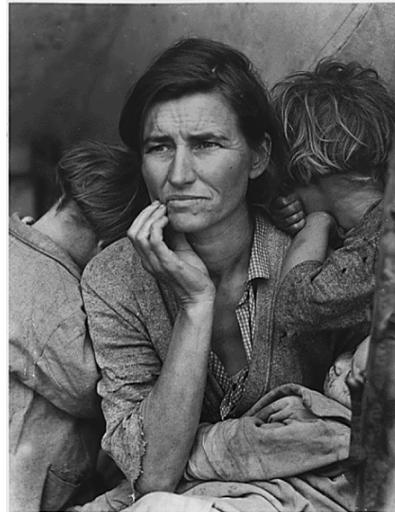


Рис. 2

Мы считаем, что в определенной мере это взаимонаправленное влияние – в обществе присутствуют определенные типы людей, которые начинают использоваться в графической продукции. Там они нередко получают гиперболизированное выражение и в свою очередь начинают провоцировать желание реальных людей примерить на себя черты стереотипа. Карикатура, конечно, изна-

чально предполагает утрирование нужных черт. Тем не менее она не будет не только смешна и злободневна, но и просто понятна, если эти черты не будут хотя бы отчасти присущи изображаемому объекту или соотносимы с ним в той социальной группе, на которую рассчитывает карикатурист. Наш опыт изучения карикатуры позволяет заключить, что в первую очередь это касается карикатуры, которую мы бы назвали социальной, т.е. изображающей стереотипные ситуации, типичных представителей общества и т.д. С политиками это немного иначе. По нашим наблюдениям, в политической карикатуре, так же как и в политическом тексте, хорошо прослеживаются устойчивые метафорические модели, которые автоматически применяются к политику и далеко не всегда напрямую соотносятся с его реальными увлечениями, интересами, стилем жизни. Типичный пример такой модели «политика – это спорт»; так практически любой крупный политик становится спортсменом. Х. Клинтон никогда не увлекалась легкой атлетикой, фехтованием и боксом, тем не менее в карикатуре она предстает именно так. Смеховой эффект создается за счет иных средств, а не пародирования стереотипа ее увлечений.

В этой статье речь пойдет о первом типе карикатуры – социальной. В течение всего времени Великой депрессии стереотипные изображения американцев практически не менялись. Могли немного меняться настроения при подаче материала, но ключевые персонажи оставались неизменны. В качестве таковых выделяются брокер или светский человек, ранее имевший высокий доход – обычно это молодой персонаж около 30 лет; светская барышня или дама (тоже молодая); обеспокоенный, а вскоре и опечаленный, удрученный отец семейства; домохозяйка, старающаяся помочь супругу; дети, доминируют мальчики до восьми лет; продавцы яблок; фермеры (возрастные категории варьируются, иногда появляются и очень пожилые персонажи); преступники; люди, сохранившие свой высокий доход (обычно это пожилая супружеская пара). Это персонажи, демонстрирующие не только коллективные, но и индивидуальные черты. В качестве собирательных персонажей появляются толпы безработных на улицах или у ворот закрывшихся фабрик, участники очередей за хлебом или в бесплатные столовые (см. рис. 3, 4, 5).

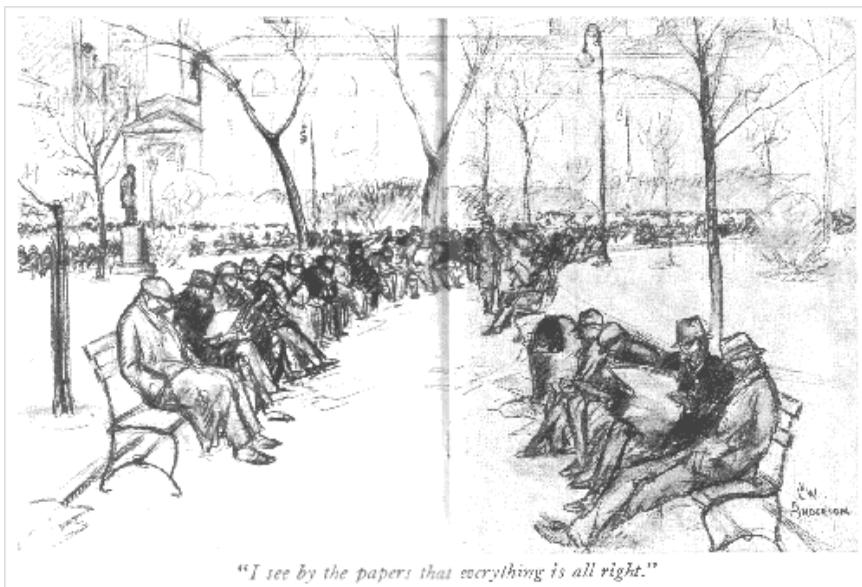


Рис. 3



"Scuse me, Buddy, is this the bread-line or a run on a bank?"

Рис. 4



"The food's nothin' extra—but you meet some awful nice people."

Рис. 5

Как правило, эти люди изображаются на фоне плохих погодных условий, зимы или поздней осени, в заметенных снегом парках или на неприятных улицах. Даже скульптуры в парках горбятся, сутулятся, прижимают к груди руки или головные уборы. Применительно к этим персонажам нам не встретилось ни одного рисунка внутри здания или столовой, где бы люди изобража-

лись за едой. Все они кутаются в мятую, севшую, потерявшую вид верхнюю одежду. В этом случае карикатуристы из рисунка в рисунке прибегают к одной и той же оппозиции «внешнее пространство – внутреннее пространство». Первое ассоциируется со всеми напастями и тревогами, холодным ветром враждебных или равнодушных улиц. Второе, проявляясь в метонимических связях с выдавшим виды плотно запахнутым пальто, призвано передать внутренний мир коллективной души Америки тех лет – серый, удрученный, голодный, с попытками отогреться близостью других таких же и одновременным уходом в себя. Еще одна особенность – в таких очередях изображены только мужчины, в основном молодого и среднего, т.е. самого работоспособного, возраста. Пониженные, часто плохо выбритые лица, поднятые воротники, головные уборы, надвинутые на глаза, и руки, поглубже засунутые в карманы пальто, – вот основные черты таких персонажей. Отметим, что ни один из таких рисунков не выполнен в цвете, хотя техника печати позволяла это сделать. Художники используют только оттенки серого и черного даже тогда, когда издательства еще не ввели режим экономии. Рис. 3 – один из примеров. Подпись гласит: «В газетах пишут, что все хорошо». Насколько все «хорошо», демонстрируют удрученные толпы на скамейках.

Светские люди

Вернемся к персонажам с индивидуальными чертами. Молодой человек, лишившийся своего прежнего дохода, в начале кризиса изображается в основном с рассеянным взглядом, устремленным в пространство. Доминирует сидящий персонаж. При этом сидячая поза в начале депрессии воспринимается как внезапное движение, бессознательное желание обрести опору, своего рода падение под давлением груза обстоятельств. Плечи ссутулены или человек горбится, подаваясь вперед. Но в то же время остается ощущение, что человек поднимется после минутной слабости, он снова обретет уверенность в своих силах, придумает, как переломить ситуацию. Одежда не оставляет сомнений в высоком доходе (рис. 6).



Рис. 6



Рис. 7

К концу 1931 г. этот человек стареет от непомерных забот, у него осунувшееся лицо, мятая одежда. Взгляд углублен в себя или становится отрешенно-обреченным. Кардинально меняется обстановка: из освещенной, хорошо меблированной комнаты, нередко с изображением званого обеда, мы перемещаемся в темную каморку с обшарпанными, облупленными, потрескавшимися стенами, окном, напоминающим окно тюремной камеры или больницы. Где-то рядом стоит железная жалкая кровать. Мужчина ищет опору не в себе, а в стене. Руки опущены. Один из таких примеров на рис. 7.

Параллельно развивается и тема богатых светских людей в возрасте, вынужденных изменить свои привычки, более неспособных поддерживать в ухоженном состоянии свою одежду и жилье. На рис. 8 молодой человек приезжает со своей невестой или молодой женой в прежде роскошный особняк своих родителей. На любезный прием он, судя по озадаченному, приятно удивленному лицу, явно не рассчитывал, потому что в жены он выбрал так называемую *a Follies girl* – актрису бродвейских шоу-мюзиклов. Такие спектакли стали популярны в Америке во многом благодаря Флоренцу Зигфельду и его жене француженке Анне Хелд, захотевшей поставить на Бродвее шоу, подобные парижским мюзиклам театра-варьете Фоли Бержер. С одной стороны, «девушки Анны Хелд», или «девушки Зигфельда» ассоциировались с роскошью театральных постановок и славились своей красотой. С другой стороны, они часто снимались полуобнаженными, а сами шоу носили изысканно-эротичный характер. Эти шоу хорошо показаны в фильмах «Великий Зигфельд» и «Смешная девчонка» с Барброй Стрейзанд в главной роли. Шоу Зигфельда держались на плаву первые годы депрессии, и его актрисы на общем фоне безденежья и безработицы считались любимицами не только богатой публики, но и самой судьбы. В 1931 г. этому миру бурлеска пришел конец, сам Зигфельд угаснет в 1932 г., не в силах пережить утрату театра и состояния. Шоу закроется вскоре после выхода этой карикатуры. Фактически горькая ирония здесь затрагивает обе стороны: девушка хотела стабильности и искала ее в браке, а семья мужа внезапно поняла, что брак с красоткой бурлеска поможет поправить плачевное состояние дел. Интересно и обыгрывание слова *folly*. Здесь, безусловно, доминирует отсылка к названию шоу «Безумства Зигфельда», но есть и смеховой эффект от основных значений: «а) неосмотрительность, недалновидность, непредусмотритель-

ность; б) глупость; недомыслие; в) глупый поступок или идея; безрассудный поступок или поведение; г) искусственные руины или пышно украшенное сооружение (в готическом стиле, не имеющее практического применения; такие сооружения строились в XVIII в. для улучшения общего вида имения)»¹.



"What, son, a Follies girl? Splendid!"

Рис. 8

На трех других рисунках (рис. 9, 10, 11) изображено изменение статуса. Так, дворецкий обращается к хозяину с просьбой вер-

¹ Пер. электронной программы ABBYY Lingvo.

нуть ему заем в цент, а светский человек у букинистической лавки не может больше позволить себе роскошные книжные раритеты и вынужден присматриваться к дешевой книжонке в куче хлама, где все за 10 центов. Название у книжки вполне в духе времени – «Как найти работу». На третьем рисунке два оборванца едут в товарном поезде. Один из них мечтательно говорит: «Кажется, только вчера я был держателем акций этой компании».

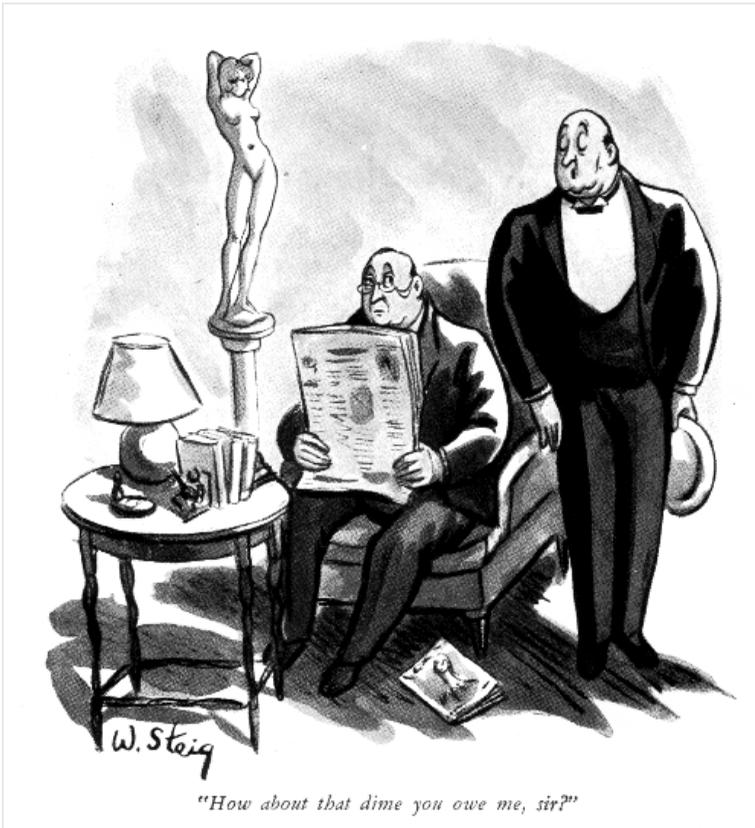


Рис. 9



Рис. 10

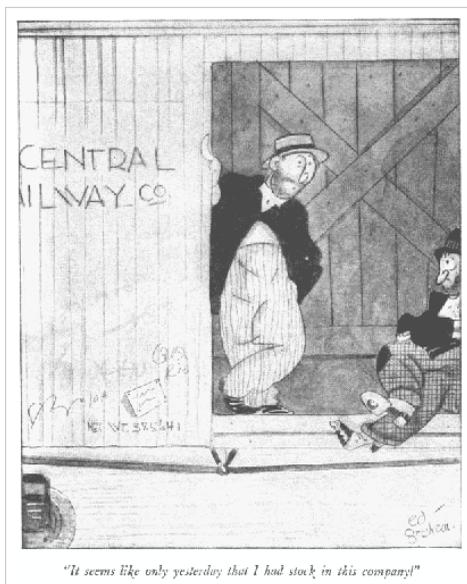


Рис. 11



"Keep out of there, you bum! That's the millionaires' bread line!"

Рис. 12

Вместе с тем частотна и тема несправедливого распределения доходов, помощи государства тем, кто не испытывает нужды, желания обеспеченных слоев не упустить свое. В таких рисунках подчеркиваются лицемерие и равнодушие тех 5%, которые сохранили,

а иногда и приумножили свой капитал за счет миллионов разорившихся, желание представить и себя пострадавшей стороной.



Рис. 13

На рис. 12 изображена очередь миллионеров за бесплатным хлебом, куда не пускают простого американца, хотя такая очередь не должна предусматривать социальный статус. На рис. 13 один из персонажей сетует, что действительно наступили трудные времена, вот и полотенца в комнате для гостей не стирают целых два месяца.

Светская барышня или молодая дама становятся воплощением преступного легкомыслия и тщеславия (рис. 14, 15, 16). Они либо сами становятся жертвами разорения, но продолжают спорить, кто из них потерял больше денег, либо неосмотрительно продолжают тратить деньги, несмотря на недоумение и расстройство мужа. При этом они ссылаются на призывы экономистов, действительно обращавшихся к населению с лозунгом «Тратьте! Тратьте! Тратьте!». Этот лозунг становится частым спутником и карикатур. Иногда, как здесь, он используется в ироничном ключе, но нередко звучит вполне позитивно, отражая находчивость и выдержку простых американцев.



Рис. 14



Рис. 15



Семья

Предыдущий женский персонаж менее частотен, чем заботливая жена и мать. Это приводит нас к теме семьи, которая, конечно, предполагает супружескую пару и детей. Приведем несколько примеров. На рис. 17 обыгрывается не только тема изменившегося достатка, когда хозяйке дома нужно сделать выбор, что из растений она может позволить себе оставить, а с чем придется распрощаться. Вкладывая в ее уста слова «Думаю, мне придется пройти плугом по каждому третьему пастернаку», карикатурист

делает отсылку к законодательным проектам, принуждавшим производителей сельскохозяйственной продукции уничтожить ее излишки. Предположительно, это должно было предотвратить дальнейшее падение цен и вернуть деньги в экономику, но большого эффекта эти меры не дали.



Рис. 17

На трех следующих рисунках появляется уже молодая хозяйка и мать. Первый из них (рис. 18, 19, 20) появился в начале

стагнации и носит еще достаточно забавный характер. Мама обращается к малышу с просьбой не надоедать папе, пока он наслаждается экономическим кризисом. Комический эффект здесь построен на неполных омонимах *slump* и *slum*. Первое обозначает резкое падение, в том числе и курса акций, в сочетании с прилагательным получается устойчивая коллокация *economic slump* – «экономический кризис». Второе слово *slum* обладает несколькими значениями: «лачуга, трущоба», «терпеть лишения и неудобства, влачить жалкое существование» и в американском английском «мясная похлебка, мясное блюдо (из мелко порубленного мяса)». В сочетании с глаголом *enjoy* возникает ассоциативная (словарно зафиксированная как вторая по частотности) связь с едой. Теперь у отца семейства вместо ужина и приятного послевкусия есть возможность обдумать последствия кризиса. В общем и целом все еще вполне благополучно, комната ярко освещена, на столе цветы, люди хорошо одеты, об описи мебели нет и речи.



Рис. 18



Рис. 19

На рис. 19, созданном 12 декабря 1930 г., ангелоподобная, бледная девочка говорит маме, что она очень рада, что папа сейчас все время дома. С одной стороны, это зачастившая на страницах американских изданий тема самой судьбой предоставленной возможности побольше времени уделить детям, которые этому только рады. Это должно было способствовать стабилизации психологической обстановки для семейных американцев, особенно молодых пар. С другой стороны, родители явно не разделяют энтузиазма ребенка. Молодой отец делает вид, что читает газету, чтобы не встречаться взглядом с женой. Судя по реплике девочки, работу он потерял не так давно. Его вид очень похож на другого молодого американца на рис. 7 – тот же отрешенно-обреченный взгляд, бледное осунувшееся лицо. Руки сжимают газету, заголовок передовицы которой не оставляет ему никаких надежд – «Безработица по-прежнему растет». У него за спиной молодая женщина. Она изображена в темном дверном проеме, на этом фоне кажется, что на ее опущенные плечи давит непомерный груз. Ее хрупкая фи-

гурка зажата между стен. Она в свою очередь старается не встречаться взглядом с дочкой. А впереди невеселое Рождество. Видимо, заказ издательства разошелся с внутренними ощущениями художника.



Рис. 20

Третий рисунок (20) создан на семь дней раньше и носит совершенно обреченный характер. Ужаса ему добавляет то, что его создает Ч. Гибсон – американский художник, прославившийся своим образом так называемой «девушки Гибсона». Рядом для сравнения размещены типичные работы Ч. Гибсона докризисной поры (рис. 21, 22, 23, 24). *Gibson girl* (Гибсоновская девушка) – это образ «идеальной американки, чистой, цельной, симпатичной де-

вушки 90-х гг. XIX в.»¹. Как писал сам Ч. Гибсон, «я скажу вам, как у меня получилось то, что вы теперь называете “девушкой Гибсона”. Я видел ее на улицах, в театрах, храмах. Я видел ее всюду, и она занималась самыми разными делами. Я видел ее праздной на Пятой Авеню и работающей за прилавками магазинов. Нация создала этот тип. То, что И. Зангуилл назвал “плавильным котлом”, создало определенный человеческий тип; так почему этот котел не мог создать и определенный тип внешности? Нет никакой “девушки Гибсона”, но есть тысячи молодых американок, и хвала Господу за это»². Другими словами, на нашем рисунке изображена американская Мадонна с младенцем образца 1930 г. На смену изящным позам, округлому ухоженному лицу, избалованному взгляду, пышным чистым волосам к 1930 г. пришли запавшие глаза и щеки, голодный, полный отчаяния, устремленный в небеса взгляд. Лицо обрамляют безжизненные пряди плохо прибранных волос; вместо щегольских блузок и пышных юбок на ней что-то бесформенное, больше напоминающее рубище. Исхудалые руки судорожно прижимают к себе ребенка. Похожие черты мы увидим на реальных фотографиях той поры (ср., например, с рис. 2).



Рис. 21

¹ Пер. электронной программы ABBYY Lingvo Americana.

² Режим доступа: <http://www.loyno.edu> (Дата посещения: 01.02.2017.)



Рис. 22



Рис. 23



Рис. 24

Следующий рисунок дает пример типичного американца среднего класса времен Великой депрессии – отца семейства. Сюртук сел от влаги и весь измят, брюки вытянулись на коленях, образовав неисправимые «пузыри», шляпа тоже потеряла былую респектабельность. Но человек этого не замечает, он по-прежнему старается казаться опрятным – обратите внимание на аккуратное бритье, поправленный воротничок, выправленные из рукавов манжеты, видимую часть галстука. Он смотрит на полностью вводящий в заблуждение указатель, который призван показать путь к процветанию, а на деле отражает противоречивые советы экспертов «будьте благоразумны», «рискуйте», «тратьте», «откладывайте», «нанимайте», «увольняйте», «вокруг да около», «совсем недалеко». «Процветание» было ключевым слоганом Г. Гувера. Рисунок появился 30 октября 1931 г. Это самый разгар кризиса. Интересно, что издательства того времени не только преследовали личные политические цели. В одну из задач журналистов, в том числе и художников, входило успокоить граждан, вселить уверенность, и самое главное – избавить от чувства вины. Нам кажется, что это ключевое отличие, если сопоставить карикатуру Великой депрессии с графикой недавнего экономического кризиса. Не случайно и частое обращение к семейным сюжетам. Историки свидетельствуют, что многие американцы испытывали депрессию не только от потери денег [Brinkley 1997; Nash, Shelton 1987]. Очень многих тяготило чувство, что они не справились со своей родительской ролью, не обеспечили своим детям шанс на успех, не говоря о завтраке, так называемой *the failed father syndrome of the Depression*. На нашем рисунке именно такой отец семейства, который, по мнению художника, ни в чем не виноват. Он просто запутался, его обманули. Сейчас надо просто взять себя в руки, все наладится, надо просто верить в себя. *Confidence* – вера, в первую очередь в себя – вот ключевое слово американской графики и риторики 1930-х. Обратим внимание на еще одну типичную деталь – **отчаянно** сжатая в кулак мужская рука. Это тоже своеобразный символ самой разной графической продукции Америки времен Великой депрессии. Здесь мужчина крепко сжимает лацканы своего сюртука, как будто говоря «Ты должен! Все получится! Соберись!». Подобный жест мы уже акцентировали, анализируя рисунки выше.



Рис. 25

Тему отца и сына продолжают рис. 26 и 27. Первый, опубликованный 17 июля 1931 г., снова вводит тему времени, проведенного с детьми для их блага. Сын спрашивает отца, кем он хотел быть, когда вырастет. В руках у мальчика модель самолета – символ головокружительных успехов, смелых начинаний, новых рекордов, небывалой скорости в американской графике начала XX в. Изображения рухнувшего самолета и различных летательных аппаратов доминировали в период незадолго до Великой депрессии и непосредственно в тяжелые дни. В сочетании с образом явно прогоревшего отца, не выдержавшего скоростей биржи, игрушечный самолетик выглядит достаточно печально. Пара изображена в парке на фоне дерева, напоминающего дуб. Это вводит типичную символику семейного древа, традиций, непрерывной связи. Одновременно с грустными мотивами, которые не могли обойти стороной художников, присутствует и достаточно много положительных деталей. Надежду внушает сам образ дерева с полной кроной и летней листвой в отличие от осенних или зимних парков с опавшими листьями и мрачными ветвями. Модель самолета в руках мальчика, его глаза, полные мечты, мысли о прошлом и будущем

позволяют думать о возможностях новых поколений. Отец, несмотря на свой помятый вид, уже не сжимает судорожно кулаки. Напротив, его плечи расправляются, лицо не несет печать обреченности. Несмотря на разгар кризиса, вся его поза говорит о решимости подняться со скамьи, устремлении вперед во имя своей детской мечты и мечты сына.



Рис. 26



Рис. 27

Тяжело воспринималась невозможность дать детям то, что уже привыкли считать самым обычным делом – сладости и счастливое Рождество. Теперь это стало недоступной роскошью, которой нет места в повседневной жизни большинства семей. Один из таких примеров приведен на рис. 27, где мальчик, стоя у витрины кондитерской, озабоченно интересуется у опешившего отца о том, какова «сегодняшняя экономическая ситуация». На другом рисунке (рис. 28) трое детей разного возраста, везущих вязанку каких-то деревянных обломков для топки, заглядывают в ярко освещенные окна богатого дома, где взрослая компания пляшет вокруг елки. Один из присутствующих одет в костюм Санта-Клауса. Ребенок постарше обращается к двум малышам: «Смотрите, там Санта-Клаус!» Рисунок не может не вызвать ассоциаций с творчеством Г. Андерсена и Ч. Диккенса, что дополняет общее настроение обреченности и одновременной надежды на чудо вопреки всему. Ка-

рикатура посвящена теме богатых американцев, сохранивших свой высокий доход и не находящих нужным это скрывать даже ради приличий.

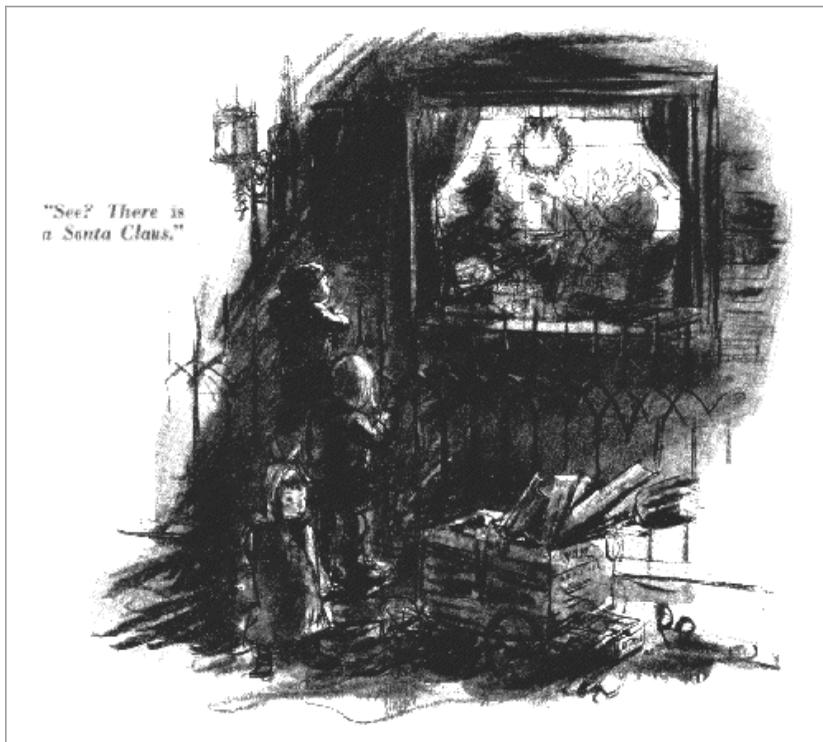


Рис. 28

Состоятельные слои и бизнесмены

Предыдущий материал параллельно вводит тему 5% богатой Америки. Состоятельные слои иногда представляли в образе готовых лопнуть обжор. Обычно это пожилая супружеская пара (ср. рис. 29), которая сознается, что снова съела лишнего, в то время как у них за спиной в окне виднеется унылая очередь за бесплатным хлебом, или же разговор сводится к тому, что они просто обязаны пойти и что-нибудь «потребить». Лексема *«consume»* в дан-

ном случае позволяет соотнести два значения: «тратить, расточать (деньги); расходовать, тратить», т.е. то, к чему призывало правительство, и «съесть, поглощать (о еде)», причем едят в этом случае достаточно много и жадно. Но таких рисунков очень немного.

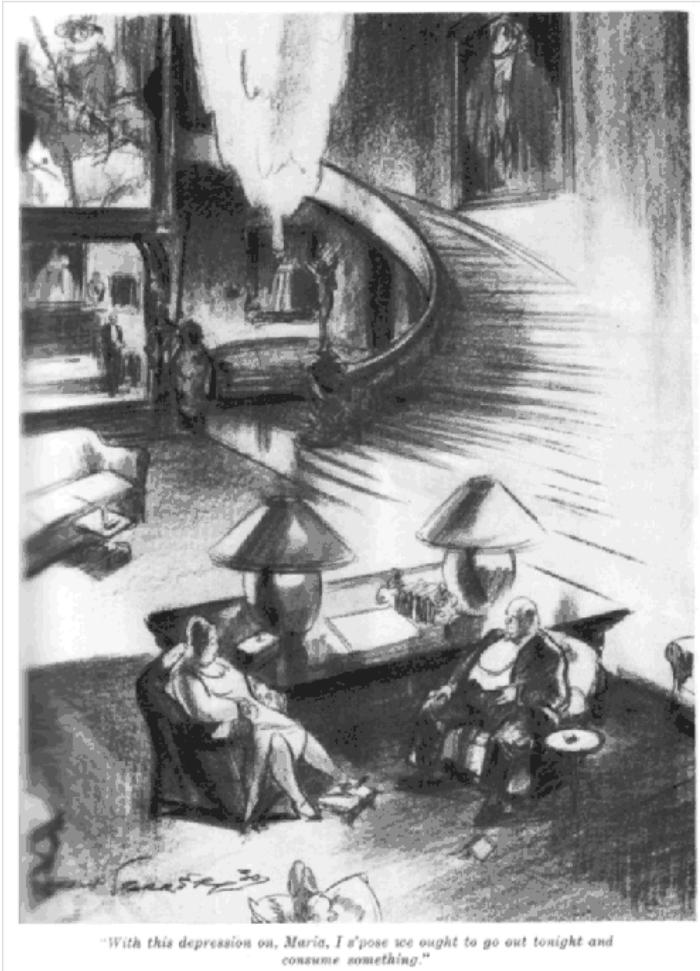


Рис. 29

Другая тема – сокращение зарплаты или увольнение. Несмотря на то что увольнения были повсеместно, в карикатуре

здесь доминирует офисная тема. Один из таких рисунков (рис. 30) вводит стереотип преуспевающего вопреки всему дельца, который не стал хуже есть и продолжает курить дорогие сигары. В качестве контраста вводится образ подчиненного, обычно простого клерка. На нашем рисунке ему урезают зарплату до 15 долларов в неделю и советуют внести свой вклад в оздоровление экономики через более существенные траты. Звучит все тот же призыв «Тратьте! Тратьте! Тратьте!». Другая типичная ситуация возникает, когда клерка просят не упоминать о депрессии, притом что человек явно подавлен и недодает.



Рис. 30

Еще одна тема «акул бизнеса» возникает в связи с Ф.Д. Рузвельтом и его политикой «Нового курса». Как известно, крупный бизнес возненавидел Ф.Д. Рузвельта, чьи реформы лиши-

ли этот класс былого влияния. На рис. 31 из радиоприемника звучит знаменитое обращение Ф. Д. Рузвельта «Мои друзья!». В качестве «друзей» здесь выступает крупный бизнес, оказавшийся в очень противоречивом положении. Стоит обратить внимание на положение рук изображенных. Руки находятся или в карманах, или агрессивно сжаты в кулаки, или снова сжаты, но уже за спиной, что тоже считается одним из жестов агрессии и попытки контролировать свое поведение. Трое из бизнесменов подаются вперед, как будто готовясь напасть, вступить в бой. Челюсти у всех судорожно сжаты. Четвертый откинулся назад. В сочетании с поднятой вверх головой, твердо сжатым ртом и полуопущенными веками он становится воплощением высокомерия. Эти четверо изображены на фоне большого окна, переплет которого напоминает тюремную решетку. Для рисунка характерно стереотипное восприятие богатого человека как толстяка – именно так изображали преуспевающий класс во время Великой депрессии, когда вводили негативную прагматику.



Рис. 31

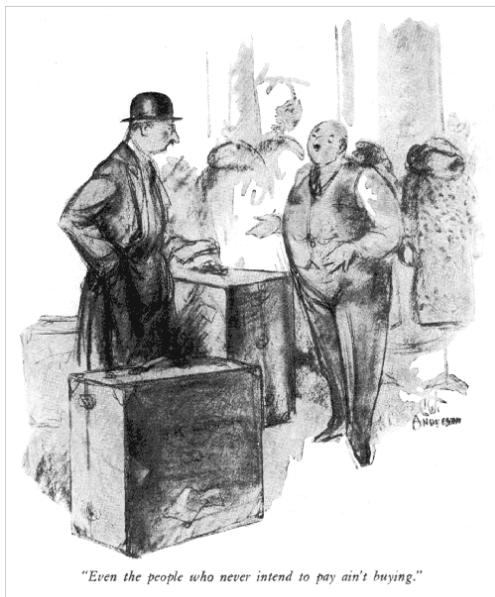


Рис. 32



Рис. 33

Нужно сказать, что такое отношение не являлось ведущим. Бизнес терпел большие убытки, и это было слишком очевидно. Поэтому при изображении деловых кругов главной становится тема потерь клиентов, заказов, былых доходов. Два типичных примера приведены на рис. 32 и 33. На первом из них обыгрывается тема любителей покупать в долг. Поставщик одежды стоит со своим товаром, который отказывается принять менеджер, а возможно и сам хозяин, магазина одежды. Его аргумент звучит весомо и страшно: «Сейчас не покупают даже те, кто не собирался оплачивать покупку». На втором (опубликован 12 декабря 1930 г.) два поставщика рыдают, перебирая свои архивы и читая почту от 1928 г. Там они находят былые заказы на 50 000 экземпляров одной из новых моделей своей продукции. Похожие карикатуры содержат отсылки к бережно обозначенным на карте сохранившимся покупателям, заменившим ранее находившиеся там обозначения представителей. Другой типичный поворот – это опустевший офис или кабинет совета директоров, где может оставаться один оборванец или две потрепанные личности играют в домино или кости. В начале депрессии присутствует и тема помпезных банкетов, закатываемых по поводу самого минимального подъема акций после их безудержного падения. Почти вся подобная графика содержит в качестве неотъемлемого атрибута изображение кривой курса акций. Ближе к 1936 г. начинает появляться тема бизнесмена, который, оставшись совершенно один из всей прежней команды и пережив разные стадии грусти, подавленности и глубокого отчаяния, наконец, находит выход из сложившейся ситуации. Один из таких выходов это превращение кривой падения курса в план для нового аттракциона американских горок, который начинает пользоваться большим успехом. Нужно сказать, что эта тема жизни вопреки всему становится одной из главных при изображении предпринимателя, особенно мелкого и среднего.

Фермеры

Город и село во время Великой депрессии не испытывали друг к другу никакого сострадания. Фермеры считали, что это жадные горожане обрушили биржу, город подозревал алчных фермеров в сокрытии продукции и завышении цен. Рисунки ниже отражают только малую толику таких недружественных настрое-

ний. Одним из реальных продуктов, изображаемых в карикатуре, было молоко. Обычно оно создавало ассоциацию с нечестными, жадными фермерами, которые предпочитают уничтожить продукт, но не продавать его по низким ценам. На рис. 34 появляется фермер, решивший противопоставить себя всем остальным и спасти горожан, привезя молоко, которое невозможно разлить, потому что оно еще в коровах. Это своего рода пропаганда того, как должен действовать фермер-патриот. На практике большинство предпочитало все-таки уничтожить продукт, но держать цену, тем более что в 1933 г. это было узаконено.

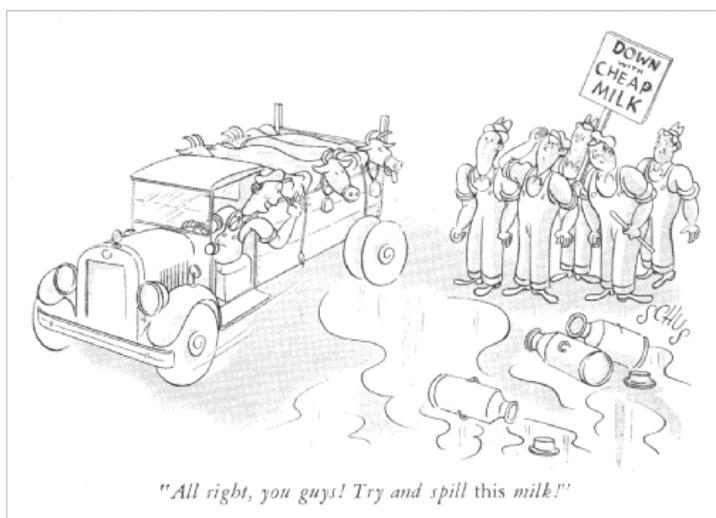


Рис. 34

Оба рисунка (34, 35) построены на идиомах *it's no use crying over spilt (or spilled) milk* – «что с возу упало, то пропало», «потерянного не воротишь», «слезами горю не поможешь» и *don't count your chickens before they're hatched* – «цыплят по осени считают». Вторая идиома предположительно восходит к басне Эзопа, где крестьянка считает свою выгоду, пока несет цыплятам молоко, запинаясь и проливает его. Этот сюжет достаточно хорошо известен, поэтому изначально у двух рисунков есть общий семантический компонент. В первом случае пытающиеся поднять цену могут только поплакать над испорченным продуктом. Второй рисунок

называется «Камень преткновения» и связан с ситуацией перепроизводства сельскохозяйственной продукции. Здесь недотепа-фермер, к которому явно не испытывают никакой жалости, спотыкается о мешок, в котором обычно хранили хлопок и злаки, с надписью «Перепроизводство», в результате вернуть «разбившиеся» цены на хлопок и пшеницу уже невозможно.

The Stumbling Block



Рис. 35



Рис. 36

Продавцы яблок и преступники

Яблоки стали своеобразной приметой времени, когда для многих безработных это превратилось в своеобразный способ просить подаяние. Пример такой «помощи» изображен на рис. 37, когда покупатель воспринял все слишком буквально. На эту тему было немало игривых карикатур с изображением безработных и женщин легкого поведения, где обыгрывались переносные значения слова «*apple*» – «деньги» и «женская грудь». Обычно продавец яблок – это новое амплуа человека азартного, прогоревшего на бирже. Один из типичных образов представлен на рис. 38. Карикатура появилась в январе 1931 г. под названием «Разорился, но продолжаю надеяться». Обычно продавец яблок изображался в плотно запахнутом, обветшалом пальто, чаще в котелке, чем шляпе. У него много сходств с собирательным образом персонажа очереди за бесплатной едой, что неудивительно. Из индивидуальных черт ему присущи определенная доля смекалки, черного юмора и надежды на исправление ситуации.



Рис. 37



Рис. 38

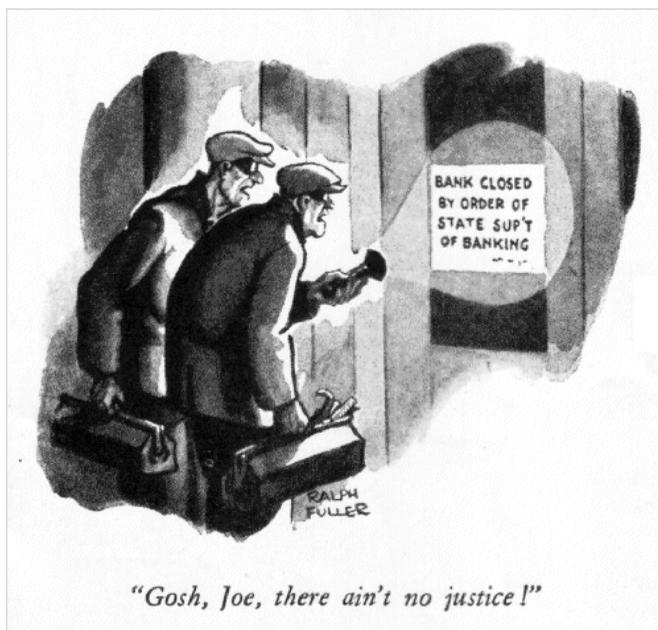


Рис. 39

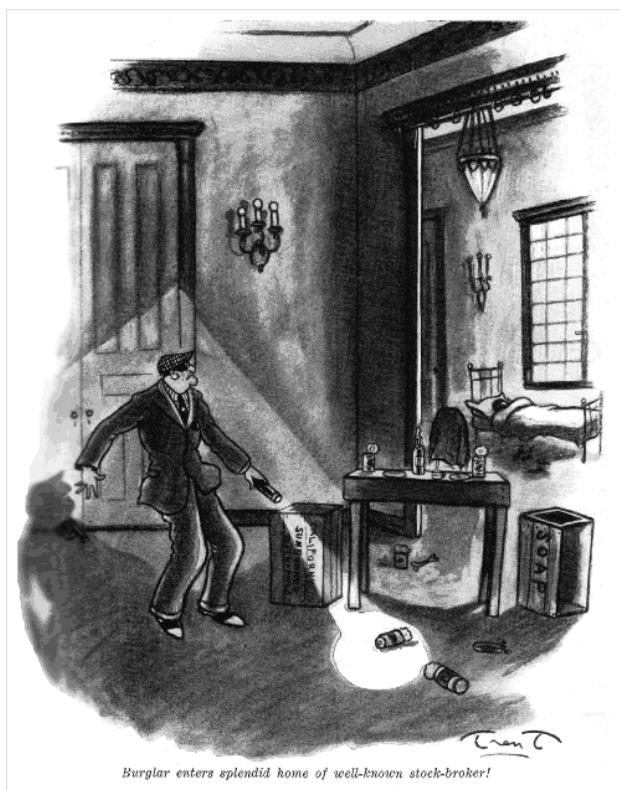


Рис. 40

Особый черный юмор возникает при изображении криминальных ситуаций. Один из наиболее частотных поворотов дают рис. 39 и 40. Грабители совершают налет или на банк, или на богатый дом и в ужасе констатируют, что зашли не по адресу. Еще один сюжет связан с каторжниками, которые прославляют судьбу, что они вынуждены выполнять тяжелую и грязную работу, в то время как в обычной жизни они остались бы без работы и пропитания.

В качестве заключения проведем небольшое сопоставление отдельных элементов карикатуры Великой депрессии и экономического спада, начавшегося в 2008 г. Сближают два периода многочисленные изображения кривых на диаграммах с падающим курсом. Но если в карикатуре Великой депрессии отношение к

этой кривой могло превращаться в что-то типа Never Say Die – «Не падайте духом, не отчаивайтесь, и из этого можно сделать прибыль», то современная графика на все смотрит с ужасом. Снизилась роль семьи, хотя дети как воплощение будущего присутствуют. И, пожалуй, самое главное – в отличие от карикатуры 1930-х современный карикатурный американец со скукой или тоской и смирением (!) в глазах принимает ситуацию как она есть, не пытается справиться с ней самостоятельно, перекладывая всю ответственность на других, преимущественно правительство и лично президента.

Список литературы

- Archelaus. – Mode of access: <http://www.archelaus-cards.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Bearish News. – Mode of access: <http://www.bearishnews.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Brinkley A. The unfinished Nation. A concise history of the American people. – N.Y.: Knopf, 1997. – 944 p.
- Hire an illustrator. – Mode of access: <http://www.hireanillustrator.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Humor in America. – Mode of access: <http://humorinamerica.wordpress.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Jokes.conservativepapers. – Mode of access: <http://jokes.conservativepapers.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Kaltoons = KAL: the official site of Kevin Kallaughter. – Mode of access: <http://www.kaltoons.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Los Angeles Times. – Mode of access: <http://www.latimes.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Marchand R. Advertising the American dream: Making way for modernity: 1920–1940. – Calif.: Univ. of Calif. press, 1997. – 448 p.
- Nash G.B., Shelton C.J. The private side of American history. Reading in everyday life. – N.Y.: Harcourt Brace Jovanovich Publishers, 1987. – Vol. 2. – 459 p.
- New York Post. – Mode of access: <http://www.nypost.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Ohio state University Billy Ireland collection of Cartoons. – Mode of access: <http://cartoons.osu.edu/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Pinterest. – Mode of access: <http://www.pinterest.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Political irony. – Mode of access: <http://www.politicalirony.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- Political graffiti: Independent political cartoons. – Mode of access: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com> (Дата посещения: 12.01.17.)

- Shutterstock images. – Mode of access: <http://www.shutterstock.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Authentic History Center. – Mode of access: <http://www.authentichistory.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Cagle Post Cartoons & Commentary. – Mode of access: <http://www.cagle.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Economist. – Mode of access: <http://www.economist.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Guardian. – Mode of access: <http://www.theguardian.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Huffington Post. – Mode of access: <http://www.huffingtonpost.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Library of Congress. – Mode of access: <http://www.loc.gov/pictures> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The New York Public Library. – Mode of access: <http://digitalgallery.nyupl.org> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The New York Times. – Mode of access: <http://www.nytimes.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Onion. – Mode of access: <http://www.theonion.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Political Carnival. – Mode of access: <http://thepoliticalcarnival.net/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Washington Times. – Mode of access: <http://p.washingtontimes.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)
- The Week. – Mode of access: <http://www.theweek.com> (Дата посещения: 12.01.17.)
- U.S. News & World Report. – Mode of access: <http://www.usnews.com/> (Дата посещения: 12.01.17.)