

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ “СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”  
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ  
Катедра “История и теория на журналистиката”

---

**ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СЪВРЕМЕННАТА КАРИКАТУРА В  
ПРЕСАТА (ВЪЗ ОСНОВА НА CASE STUDY ОТ ВЕСТНИЦИТЕ  
“СЕГА”, “THE GUARDIAN”, “FRANKFURTER ALLGEMEINE  
ZEITUNG” И “LE MONDE”)**

Дисертационен труд за придобиване на образователно-квалификационна  
степен “доктор”

Докторант:

Петър Борисов Шойлев

Научен ръководител:

проф. д-р Здравка Константинова

София, октомври 2023

**АВТОРЕФЕРАТ**  
**на дисертационен труд**

Дисертационният труд е обсъден и насочен за публична защита на заседание на катедра “История и теория на журналистиката” на Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ “Св. Климент Охридски”, проведено на 25.10.2023 г.

Дисертационният труд е в обем от 259 страници и включва: увод, три глави, заключение, библиография и приложение.

Библиографията включва 116 заглавия, от които 46 на кирилица, повечето на български език, и 70 на латиница, предимно на английски език.

## СЪДЪРЖАНИЕ

Увод.....	4
Глава I Журналистическият жанр карикатура.....	11
1. Основни характеристики.....	12
2. Из история на карикатурата.....	16
3. Теоретичен ракурс.....	19
4. Видове карикатури.....	37
5. Функциите на политическите карикатури.....	39
6. Карикатурата като комуникационен инструмент.....	47
7. Карикатурата като изменения на форми.....	49
8. Методи за изследването.....	54
9. Модели на изследване на карикатурата - теоретичен и исторически	56
10. Инструменти за изследване.....	63
11. Семиотичен анализ на функциите на политическата карикатура	65
12. Общата теория за вербалния хумор (GTVH).....	74
13. Сравнение между в. “Сега”, в. “The Guardian”, в. “Le Monde” и в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” при използването на медийните средства.....	76
Глава II Ролята на карикатурата в анализирания вестници.....	82
1. Вестник “Сега“.....	82
1.1. Особености в развитието на българската карикатура.....	82
1.2 Вестник “Сега” в медийния пейзаж в България.....	90
1.3 Основни прийоми на Христо Комарницки.....	92
1.4 Карикатури във в. “Сега”.....	104
2. Вестник "The Guardian".....	112
2.1 Особености в развитието на карикатурата в Англия.....	112
2.2 Вестник “The Guardian” в медийния пейзаж в Англия.....	120
2.3 Доминантни характеристики на карикатурата във в. “The Guardian” 120	
2.4 Открояващи се карикатуристи във в. “The Guardian”.....	121
2.5 Карикатурите във в. “The Guardian”.....	128
3. Вестник "Le Monde".....	134
3.1 Особености в развитието на карикатурата във Франция.....	134
3.2 Вестник “Le Monde” в медийния пейзаж във Франция.....	140
3.3 Карикатурата в редакционната политика на в. “Le Monde”.....	142
3.4 Открояващите се карикатуристи във в. “Le Monde”.....	143

3.5	Карикатурите във в. “Le Monde” .....	145
4.	Вестник "Frankfurter Allgemeine Zeitung" .....	152
4.1	Особености в развитието на карикатурата в Германия.....	152
4.2	Вестник “Frankfurter Allgemeine Zeitung” в медийния пейзаж в Германия.....	155
4.3	Открояващи се почерци на карикатуристи във в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” .....	156
4.4	Карикатурите във в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” .....	158
5.	Сравнителен контент анализ.....	167
Глава III.	Карикатурни коментари на събития.....	172
1.	Брекзит през 2019 г.....	173
2.	Срещата на Доналд Тръмп с Ким Чен Ун през 2018 г.....	194
3.	Пандемията от Covid-19 през 2020 и 2021 г.....	199
4.	Президентските избори в САЩ през 2016 и 2020 г.....	205
	Заключение.....	214
	Библиография.....	231
	ПРИЛОЖЕНИЕ.....	244

## **ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ ПРОБЛЕМ, ЦЕЛ И ЗАДАЧИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО**

Настоящата дисертация изследва в определени тематични направления карикатурите в електронните издания на четири вестника от четири страни в Европа - в. "Сега", в. "Guardian", в. "Frankfurter Allgemeine Zeitung" и в. "Le Monde", съответно от България, Великобритания, Германия и Франция. Обхванат е главно периодът от 2015 до 2021 г. с оглед включването на интересни и за пръв път появяващи се световни значими събития като Брекзит, срещите на Доналд Тръмп и Ким Чен Ун, пандемията от Covid-19 и президентските избори в САЩ през 2016 и 2020 г.

Дипломната ми работа за магистърска степен по международна журналистика във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет "Св. Климент Охридски" - "Ролята на карикатурата в сп. "The Economist" в началото на XXI век (2015-2017 г.)" ме мотивира да разширя погледа си върху карикатурата в медиите.

Интересно е да бъде идентифицирано доколкото пресата в различни страни разглежда едни и същи събития чрез карикатури. Липсата на научни изследвания на тази тематика, още повече и чрез сравнителен анализ на медиен терен в няколко държави, разкрива възможности за научни приноси.

### **Основни цели и задачи**

Основна цел на дисертацията е да открие присъщи на жанра журналистическа карикатура характеристики в контекста на значими международни събития.

За постигането на тази цел се очертават следните задачи:

- открояване в историческа перспектива на журналистическия жанр карикатура;
- характеризиране на избраните медии;
- избор на събитийни маркери;
- ситуиране на изследователския анализ в контекста на отделните издания и в паралел между тях;
- отчитане на влиянието на карикатурите върху редакционната политика на изследваните вестници.

### **Предмет на изследването**

Предмет на изследването са политически карикатури в четири вестника с амбициите за качествена журналистика: в. “Сегга”, в. “ The Guardian”, в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” и в. “Le Monde”.

В. “The Guardian”, в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” и в. “Le Monde” са с широка световна аудитория.

В. “Сегга” отделя подобаващо място на международни събития. Редакционният му карикатурист Христо Комарницки разширява аудиторията на публикуваните във вестника негови карикатури чрез разпространението им в популярни международни специализирани сайтове за карикатури.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Komarnitski, Christo - Facebook Profile. Available from: [https://www.facebook.com/christo.komarnitski/?locale=en\\_GB](https://www.facebook.com/christo.komarnitski/?locale=en_GB)

Разгледани са над 800 карикатури в четирите вестника за период от шест години. От общия обем карикатури са избрани 65 по следните признаци:

1. **Релевантност на темата:** Спрял съм се на карикатури отразяващи актуални събития и случки, като същевременно дават представа за обсъждане на глобални проблеми касаещи цялото човечество. Те са добра основа за размисъл на обществото.
2. **Изразителност на посланието:** Карикатурите са подбрани въз основа на излъчването им с най-ясни послания, силно въздействащи. Те определено са с изразителна сила на точен коментар върху сатиричното представяне на определени политически действия и фигури.
3. **Креативност и оригиналност:** Тези карикатури се фокусират върху начина на своето сатирично изобразяване. Те се отличават със своята оригиналност и креативност. Те предлагат в някои случаи нова насока на размисъл и символика.
4. **Визуална ефективност:** Визуалните качества на тези карикатури са от особено значение. Карикатурите излъчват подходящи цветове и композиции и са със силни линии и форми.
5. **Исторически контекст:** Обърнато е внимание при избора им и върху тяхното историческо съдържание или по-точно влиянието им в политическата история. Те използват политически фигури с определено значимо място в историята или политически събития с открояваща се следа в историята.

Останалите карикатури са изключени, защото те са аналогични на избраните от мен и така се получава субективно определение в контекста на изследването.

С оглед на сравнителния анализ между различните издания съм се спрял на осем карикатури от всяко отделно издание: в. “Сега”, в. “The Guardian”, в. “Le Monde” и в. “FAZ”.

В допълнение, във втора глава, точка 1 разглеждам в. “Сега” и се спирам на седем карикатури, които характеризират карикатуриста на изданието Христо Комарницки. В същата глава, в точка 3.2 и 3.4 разглеждам в. “Le Monde” и с оглед на важността на техния най-виден карикатурист Плантию се спирам на две отделни карикатури.

С оглед на обема на материал, съм ограничил частта на изследването фокусирано върху различните събития до максимум осем карикатури за всеки от вестниците, за всяко от събитията.

Карикатурите са избрани измежду всички публикувани такива в даденото издание за периода 2016 – 2022 г.

Предвид значителният обем на издадени карикатури за такъв продължителен период, изборът ми от четири за срещата на Доналд Тръмп с Ким Чен Ун и пандемията от Covid-19 и на по осем такива за Брекзит през 2019 г. и за президентските избори 2016 г., и 2020 г. в САЩ, е на базата на бързо и лесно възприятие и максимално и цялостно осмиване на събитието от гледна точка на карикатуриста.



## Методология

Общият инструментариум, към който съм се насочил за целта на този труд, е следният (използвал съм части от него):

- семиотичен анализ;
- визуален анализ;
- дискурс анализ;
- контент анализ;
- хипотетичен-дедуктивен анализ;
- контекстуален анализ;
- емпирични и описателни изследвания;
- сравнителен (количествен и качествен) анализ на карикатурите, техните функции и характеристики, в контекста, в който се намират;
- карта на анализ на карикатурата в съответното издание.

Характеристики за анализиране:

- цвят;
- периодичност;
- текст;
- цензура;
- постоянен карикатурист;
- хора;
- животни;
- събития;
- хора под прицел;
- съотношения - хора, животни, предмети;
- поръчкови;
- интелект в карикатурата;

- излъчване на карикатурата;
- привличане на внимание;
- аудитория, към която е фокусирано посланието ;
- актуалност.

Други елементи, които са взети предвид като част от анализа:

- идентификация на видовете карикатури;
- идентифициране на същностните характеристики на карикатурите;
- карикатурите като комуникационен процес;
- ролята на прикрепен автор към изданието;
- гражданска отговорност или служебно задължение;
- социалният елемент в карикатурата;
- класифициране на тематиката която е свързана с икономика, култура, политика, социален живот, спорт и други;
- какво най-много се осмива в различните разглеждани страни и от какво зависи;
- кой решава каква карикатура се публикува;
- кой наблюдател разглежда тези карикатури;
- кои събития са във фокуса на карикатурата;
- кои карикатури са преобладаващи;
- има ли поръчков метод;
- ролята на щатния карикатурист;
- има ли карикатури за деца, жени, бездомници, бедствени положения, нещастни случаи, обикновени хора;
- карикатурата - самостоятелно средство или спомагателно журналистическо онагледяване на случка, събитие или нещо друго;
- зависи ли карикатурата от образованието и интелигентността на карикатуриста;

- как карикатуристът определя какво да окарикури от дадено събитие;
- защо говорим за автора, а не само за карикатурите му;
- кой е най-важният елемент в една карикатура;
- когато сравняваме няколко карикатури за едно и също събитие, как разбираме коя е най-добрата, включително между карикатурите на един и същи автор;
- как се определя художествената стойност на една карикатура;
- може ли карикатурата да се превърне от средство за комуникация в медия;
- съотношение между вербална и визуална част на карикатурата;
- има ли карикатурата значение на културна памет и културен обмен;
- може ли да говорим за дискретност при карикатурите.

## **Структура на дисертацията**

Дисертацията е с общ обем от 259 страници и включва: увод, три глави, заключение, библиография и приложение. Първата глава е теоретична, докато втората и третата представляват същността на изследването ми във формата на сравнителен анализ между четирите издания и четирите основни събития.

Първата глава е “Журналистическият жанр карикатура” - с 13 подточки. Включва дефиниции, описание и значение на карикатурите, съобразно позициите на различни изследователи и карикатуристи. Направен е кратък исторически преглед на развитието на карикатурата от Ренесанса до днес и са представени от модели на работа на някои от интересните им майстори. Описани са някои от преобладаващите видове на карикатурите: политически, икономически, социални, хумористични, литературни,

художествени. Поставен е акцент върху политическата карикатура съобразно нейната същност, характеристики, влияние върху политиката, проявим социален ефект.

Изложени са някои от методите за изследване на карикатурите спрямо техните възможности за избор на тема и обект на окарикатуряване, както и причини за въздействието им. Описани са и критериите, съобразно които се извършва емпиричното изследване в глава втора като цвят, периодичност, актуалност, наличие или не на текст и др.

Втора глава “Ролята на карикатурата в анализирани вестници” включва пет основни подточки. Фокусът тук е върху анализ на отделните издания. Надникнато е в историята както на журналистиката в четирите избрани държави, така и е представена историята на конкретните наблюдавани вестници. Основен принос на тази глава е последователното презентирание на конкретни карикатури от всеки от наблюдаваните вестници, които са избрани по няколко ключови критерии.

Трета глава “Карикатурни коментари на събития” включва четири основни подточки. През призмата на карикатурата са разгледани четири основни социално-политически и икономически събития като Брекзит, срещите на Ким Чен Ун и Доналд Тръмп, пандемията от Covid-19 и изборите за президент в САЩ през 2016 и 2020 г.

## ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Анализът на избраните карикатури във в. "Сега" показва, че те са предимно малки по размер, всички те са цветни, текст има само вътре в тях, главни действащи герои са политически лица. Реализира добър кумулативен процес между вестника и аудиторията му, карикатурите имат своето влияние върху баланса на социалната среда, стимулират към определени реакции и по-задълбочена обработка на информацията, влияят убедително като социокултурения модел на убеждаване и подготвят аудиторията да мисли за промяна и нови нагласи.

Анализът на карикатурите във в. "The Guardian" показва, че те са цветни и се появяват в различни рубрики на вестника, като коментар, мнение, редакция, рождени дни и колона с хора. Карикатурите имат сериозен тон и изобразяват политически и социални теми. Вестникът има няколко открояващи се карикатуристи, като Никола Дженингс и Андрзей Краузе.

Анализът на карикатурите във в. "Le Monde" показва, че те са цветни и имат различен размер. Карикатурите съдържат текст както в тях, така и извън тях, като главните герои са хора и те са политически ориентирани. Карикатурите се съсредоточават главно върху Джонсън и изискват политическа култура за да бъдат разбрани. Важно е да се отбележи, че никоя от карикатурите не е претоварена и умно представят темата на Брекзит. Изводите от анализа показват, че в. "Le Monde" има стратегия за карикатурите на Брекзит, пречупена през призмата на френските виждания по тези въпроси.

Анализът на карикатурите във в. "FAZ" показва, че изданието включва 12,5% черно-бели карикатури и 87,5% цветни карикатури. Този вестник е

единственият от четирите, който съдържа черно-бели карикатури, което показва, че редакционната колегия приема и двата вида карикатури. В мнозинството от разглежданите карикатури присъства текст. Това означава, че карикатуристите използват текст за да подкрепят сатиричното послание на карикатурата. Най-използваните сатирични елементи в карикатурите са иронията и илюзията, последвани от парадокса, абсурда и анахронизма. Вестникът разполага с щатни карикатуристи, както и с други, с отделни участия. Карикатурите обхващат социални, политически и икономически теми. Политическите проблеми са основният акцент, следвани от икономическите и социалните въпроси. Карикатурите в изданието имат самостоятелна и илюстративна роля. Те служат за изразяване на актуални проблеми и привличане на внимание.

При разглеждане резултатите от контент-анализа на карикатурите в отделните вестници и съпоставката помежду им може да установим следните характеристики:

1. Всички вестници имат само цветни карикатури, с изключение на в. "FAZ". Това показва, че цветните карикатури са за предпочитане от художниците-карикатуристи, защото са по-близо до картините в завършен вид. Ако приемем, че скиците обикновено са черно-бели и следващият етап е цветното изпълнение, може да бъде счетено, че карикатурата е форма на художествено изразяване на мнението на твореца за дадено събитие или факт.

2. По отношение на текста в карикатурата, то на първо място е в. "Le Monde" с 100%, следван от в. "FAZ" с 87,5%, в. "The Guardian" с 75% и в. "Сегга" с 62,5%. Явно авторите използват този елемент за подсилване ефекта на това, което искат да подскажат чрез карикатурите си. Видно във

в. “Le Monde“ е, че най-много се влага текст, но това се дължи и на участието на различни народности карикатуристи във вестника, който за тях се явява, като издание на чужд език.

3. Стереотипът е застъпен само в българския ежедневник в. “Сега” с 62.5%. Това се дължи на дългият период от време с едни и същи лица от политическата сцена, които стават нарицателни и са добър повод за усмиване, какъвто са случаите с Бойко Борисов, Делян Пеевски и Иван Гешев.

4. Провокацията е предимно застъпена във в. “The Guardian“ и в. “Сега”, където 50% от карикатурите имат провокативен елемент. Такъв елемент е по-малко застъпен във в. “FAZ”. Това може да доведе до заключението, че медийната среда в Англия и България счита политическите карикатури като по-важен инструмент, отколкото тази в Германия.

5. Парадоксът е най-използван от карикатуристите във в. “The Guardian” (50%), следват в. “FAZ”, в. “Le Monde” и в. “Сега” (респективно с 37,5%, 25% и 25%). Причините за използването му са няколко. Първо - зависи карикатуристът как вижда събитието или хрумването си за някаква забелязана от него история или факт. Второ - дали желае директно или индиректно да подчертае своето отношение. Трето - каква е нагласата в момента на аудиторията, към която се отправя карикатурата.

6. Иронията се използва от всички карикатуристи в тези вестници: в. “Le Monde” (100%), в. “Сега” (87,5%), в. “FAZ” (87,5%) и “The Guardian” (62,5%). Иронията позволява да се насочи вниманието на реципиента към желанието от автора, с акцент на случващото се в тази карикатура, и да

раздвижи действието в нея. Води го в желаната посока на разсъждения и осмиване на дадена политическа фигура или ситуация.

7. Алюзията, която е 50% за в. “Сега”, 75% за в. “Le Monde”, 50% за в. “The Guardian”, 62,5% за в. “FAZ“, е удачно използвана в тези карикатури, за да предизвика аудиторията към често пъти незабелязаните досега от нея комични моменти в дадено събитие или факт. И по този начин да се преоткрият нови точки за размисъл.

8. Анахронизмът и абсурдът се наблюдават в под 50% от карикатурите. Вестниците “The Guardian” и “Le Monde” са в горните граници, а в. “FAZ” в средната част, докато в. “Сега” частично използва тези инструменти, понеже карикатурите там са повече за текущи конкретни събития, които нямат нужда да се връщат в по-задна епоха и да се явяват в екстремно състояние. Важно е да се отбележи, че черният хумор няма място в тези вестници и съответно карикатури.

9. Всички издания имат щатен карикатурист. Особеност за в. “The Guardian” е, че освен щатния карикатурист, и други такива работят постоянно и техни карикатури се публикуват във вестника, без те да бъдат на щат към същия.

10. Ако се спрем на функциите на карикатурите в социално-политико-икономически аспект ще забележим, че най-много карикатурите са политически, следват социалните и накрая остават икономическите. Интересен факт, защото излиза, че важно за обществото не е икономиката, а политиката, но това е така само привидно. Защото зад всеки осмян политик, стои икономически проблем или социален въпрос.



11. Разглеждайки с каква политика се занимават карикатурите, ще видим, че тя е предимно вътрешна, следвана от външната и накрая остава културната. И това е обяснимо, защото проблемите са най-видими в средата, в която се намиращ, и която е най-близо до теб.

12. Прогнозната роля на карикатурите може да се забележи във вестниците "The Guardian" с 25% и "Le Monde" с 12.5%. Останалите два ежедневника не показват такава. Самостоятелната и илюстративна роля на карикатурите е характерна за всичките четири вестника. Архивната се получава, когато тези карикатури вземат участие в дадена изложба или музей. Но и сами за себе си, те са готови за архивиране.

13. При анализ на съотношението хора : животни : предмети може да кажем, че доминират предметите, следвани от хората и накрая животните. Вестниците "Сегга" и "Le Monde" използват по-малко животните, а "The Guardian" и "FAZ" им отдават повече внимание. Интелектът в карикатурите на такива реномирани издания не го отчитаме поради факта, че всяка карикатура има вложен интелект, но това е принос на самия художник, т.е. това е неговият интелект.

14. Елементите на речта алегория и метафора са в следния порядък използвани в тези издания:

a. алегория: "The Guardian" 87.5%, "FAZ" 62.5%, "Сегга" 25% и "Le Monde" 62.5%

b. метафора: "FAZ" 50%, "Le Monde" 12.5%, "Сегга" 12.5%, "The Guardian" 0%

15. Всички карикатури имат 100% излъчване, 100% актуалност и предизвикват 100% внимание.

Разглеждайки отделните събития, съм стигнал до следните изводи:

Всеки от четирите вестника има своя стратегия за карикатурите на Брекзит. Дадено събитие в историята на Брекзит може да се подкрепи с повече карикатури или по-малко, в зависимост от значението, което му отдават от редакционната колегия.

При тези вестници най-много публикуват за Брекзит в “The Guardian”, следван от “Le Monde”, “Frankfurter Allgemeine Zeitung” и на последно място - в “Сега”. Естествено е в Англия да отдават най-голямо значение на Брекзит, следвани от най-близката и съседна страна, а най-малко да се третира темата в географски и икономически най-далечната България.

По отношение на Брекзит, в. “Сега” държи повече на текст, включително фейлетони, отколкото на карикатури, докато в “The Guardian” има баланс между текст и карикатури. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” използва пестеливо съчетание между двете.

В. “Сега” публикува карикатури ежедневно, но темата за Брекзит е засегната само в две от прегледалините 120 карикатури за периода до 2019 г.. Сравнението с останалите три вестника би предположило за година шест или седем, показвайки три- или четирикратно по-ниското покритие в българския вестник в сравнение със западноевропейските му аналози.

В “The Guardian” има динамично развитие на новините свързани с Брекзит, като всеки втори понеделник се помещава карикатура за Брекзит с основен герой министър-председателят. Вероятно “The Guardian” има концепция, в която един от факторите за по-пълна картина на новината е карикатурата.

Интересно е също и редовното изобразяване на премиера Борис Джонсън. Неговите карикатуристи са с допълващи се един други състав, които при това ползват всички прийоми на художествения рисунък.

Във в. “Frankfurter Allgemeine Zeitung” сякаш няма системно проследяване на развитието на явлението Брекзит, или поне няма системна редакционна политика по темата: оставено е на вниманието на карикатуристите.

В. “Le Monde” представя Брекзит карикатури от различни по националност карикатуристи, със съответния различен културен багаж.

В заключението можем да изтъкнем следното. Темите дават възможност да се установи ролята на карикатурата за поддържане имиджа на дадено издание, както и да допълни информацията по даден изложен в него въпрос. Изхождайки от качествата на една добре направена карикатура, може да подчертаем, че наличието ѝ прави разглеждания въпрос, събитие или случка по-запомнящ се и разширява полето на размишленията. Карикатурите в разглежданите ежедневници са актуални, релефни и подсказващи накъде да мислим. Те дават опорни точки за размисъл без да натрапват своята същност. Така са направени, че всеки да ги разбере. Те са живи и говорят. Не застопоряват читателя само в едно мнение. Явно са свързани с дизайна на изданието, в което са публикувани. Те са свободни комуникационни средства, които повишават обществената осведоменост. Изграждат комплексна картина на дадени събития и представят настроението на времето. Създават възможност за прилагане на метод на политически коментар и исторически запас на политическия климат. Хуманизират темата, която изобразяват и са мощна интерпретация на новините на деня. Карикатурите не отразяват фалшиви факти и добре се лансират в полето на социалните медии. Една положителна черта е, че при

нея не може да се прави изопачаване на фактите, по простата причина, че не подлежи на изменение за разлика от фотомонтажите. Те въздействат силно, особено при известни личности както на обществото, така и на самите личности. Спомагат за оформяне на общественото мнение и имат продължителна ментална памет. Създават положителни емоции и остават трайно в историята. Карикатурите изваждат на показ социалните, икономическите и политическите недъзи и насочва към определени изменения или коригират действията на определени обществени прослойки. Може да бъде поръчана като карикатурен коментар за дадено събитие. Тя се явява спонтанно и внезапно като субективно отражение на реалната действителност. Карикатурите прескачат границите, но зависят от мантилитета на народите, което обаче не им пречи да се разбират от хора без образование, за разлика от текста. Тук може да отбележим, че карикатурите имат предимство с заетото място пред фейлетоните. Ако сравним виц и карикатура, отбелязваме, че вицът зависи повече от мантилитета на народите, а карикатурите по малко. Съществен въпрос е, кога карикатурата се явява комуникационно средство в медийното пространство и кога е пропаганден факт или се превръща самата тя в медия. Очертава се различен аспект на влияние на карикатурата върху обществото. Може да разделя, може да обединява. Напомня, акцентира, загатва, насочва, критикува, осмива, преувеличава, дразни, прониква в забранени зони, създава настроение, прескача цензурата, изгражда нови виждания, респектира и си позволява да навлиза навсякъде. Реториката на карикатурата трябва да е диалектична т.е. да съдържа компоненти на истината в себе си.

Можем да твърдим с основателни аргументи, че карикатурата заема особено място в палитрата на сатиричните жанрове. Сравнявайки я с фейлетоните и вицовете, става ясно, че въпреки близостта им по

отношение на целите и механизмите за предаване на сатира, карикатурата изпъква със своето въздействие и способност да комуникира мощни послания бързо и ефективно.

Карикатурата се отличава със своето уникално свойство да съдържа сложни идеи в единично изображение. Една карикатура може да бъде възприета веднага, независимо от езикови бариери, и да предизвика незабавна емоционална реакция. Това е силата на визуалното изкуство – да пресъздава събития, характери и социални недостатъци с няколко изразителни щриха. Освен това, директният визуален хумор и преувеличение на карикатурата често я прави по-достъпна за широката публика, отколкото текстово базираният фейлетон или виц.

От друга страна, шаржът, въпреки своите визуални качества, често е ограничен до употреба в по-тесни кръгове и има тенденцията да бъде по-нежен в изразните си средства.

Тук възникна въпросът: кое е по-важното - да си добър художник или познавач на събитията с позиция? Явно би било най-добре да си и двете, защото, ако си само едно от двете, няма да се получи добра карикатура. Трябва да имаш умението да създаваш вица и то ежедневно или ежеседмично. Не става въпрос за нов виц на старо събитие, а за продължение на събитието, ако има такова или за неговото бъдещо развитие.

Също така бих искал да повдига въпроса за ролята на карикатуриста като социален коментатор и за обхвата на неговата сатирична свобода. Изкуството на карикатурата е форма на изразяване, която изисква остроумие и често е повлияна от личните убеждения на автора. Сатирата,

по своята същност, е остра и преувеличена, предназначена да подчертава определени черти и да провокира реакция или дебат. В този смисъл, карикатуристът, подобно на колумниста или фейлетониста, често заема позиция, която не е лишена от субективност.

От една страна, когато карикатуристите съсредоточават своето внимание изключително върху един обект, това може да създаде представа за фиксация или липса на обективност. Всеки обект на сатира, независимо дали е човек, политическа партия или социална норма, има различни аспекти, които могат да бъдат разгледани. Ограничаването на фокуса може да доведе до създаването на едноизмерен образ, който не отчита пълната сложност на темата.

От друга страна, един карикатурист може да аргументира, че неговата цел не е да предоставя балансирано отразяване на новините, както би направил традиционен журналист, а по-скоро да предизвикат мислене и да поставят под въпрос установени възгледи и норми. В този контекст, карикатуристът би могъл да бъде разглеждан като художник, който използва преувеличение и ирония, за да открие определени социални истини, а не като новинар, който се стреми към обективност.

Въпреки това, ако карикатуристът стане прекалено едностранчив или превзет в своите представяния, това може да намали въздействието и ценността на сатирата. Хуморът и сатирата работят най-добре, когато те предизвикват размисъл, а не когато служат като ехо камера за вече съществуващи предразсъдъци или мнения.

Карикатуристите обикновено се фокусират върху локални проблеми и събития в рамките на една страна и един език, базират се на идеята за

специализация и контекстуална значимост. Карикатурата често се храни от обществените настроения, политическите скандали, и културните особености, които са добре познати на местната аудитория. Един карикатурист, който владее дълбоко културните нюанси и социално-политическата динамика на своята страна, може да създаде по-задълбочени и въздействащи произведения за своята аудитория.

Когато обаче същият карикатурист реши да премине към международни теми или събития, важно е да се вземе под внимание манталитетът на другите страни. Това се налага от няколко причини:

**Културният контекст:** Всяка страна има свои уникални символи, исторически събития и културни препратки, които трябва да бъдат разбрани и уважавани. Карикатура, която е съобразена с този контекст, може да бъде по-лесно разбрана и ценена от международната аудитория.

**Езикови бариери:** Визуалният хумор често се основава на игра на думи и културни препратки, които може да не се предават добре или да се интерпретират различно в други езикови и културни контексти.

**Чувствителност към различията:** Карикатурите често разчитат на стереотипи за създаване на хумор, но тези стереотипи могат да бъдат възприемани като оскърбителни или неточни от хора извън културата, от която произхождат.

**Политически последици:** В глобализирания свят, политически чувствителната карикатура може да предизвика международни напрежения, дипломатически спорове или дори да стане причина за насилие.

**Етични соображения:** Разбирането на моралните и етичните норми в различните общества е от съществено значение, тъй като това, което е приемливо в една култура, може да се счита за неприемливо в друга.

## **ОСНОВНИ НАУЧНИ ПРИНОСИ**

Резултатите от работата показват, че карикатурата е мощен инструмент за комуникация на политически и социални теми. Тя може да изрази мнението на автора по ясен и забавен начин, като в същото време предизвика реакция от страна на публиката. Карикатурите имат важна роля за поддържане на имиджа на дадено издание и могат да допълнят информацията по даден въпрос. Качествената карикатура може да направи разглеждания въпрос, събитие или случка по-запомнящи се и да разшири полето на размишленията. Карикатурите в ежедневниците са актуални, релефни и подсказващи накъде да мислим. Те дават опорни точки за размисъл без да натрапват своята същност.

Главният принос е разглеждане влиянието на политическата карикатура и нейното отражение в качествената журналистика в медийното пространство на четири различни страни чрез пресата, както и характерните за тях специфични журналистически похвати.

Научният принос на изследване на карикатурата като сатирично средство е многопластов и значим по редица причини. Първо и най-важно, това изследване разширява познанията в областта на изобразителното изкуство и комуникациите, осветлявайки ролята на визуалната сатира в обществото. То допринася за разбирането на начините, по които изобразителният хумор



влияе върху обществените и политически нагласи и представя как изкуството може да функционира като средство за социална критика.

Второ, този тип изследване допринася към културологията и социологията, като анализира как карикатурите отразяват и влияят на културните норми, стереотипи и властови структури. Изучаването на карикатурите може да покаже как обществените мнения се формират, разпространяват и предизвикват съпротива сред различните социални групи.

Трето, историческият аспект на карикатурата е изключително важен. Тя служи като своеобразен архив на обществените настроения и политическите събития през различни епохи, предоставяйки на историците и учените уникален материал за анализ на миналото.

Четвърто, в областта на психологията, изследването на въздействието на карикатурите върху човешкото възприятие и емоции допринася за по-доброто разбиране на процесите на обработка на визуална информация и хумора, както и на механизмите за справяне чрез смях в трудни социални и политически времена.

Пето, изследването има принос и към политическата наука и комуникационни изследвания, тъй като карикатурите често се използват като инструмент за политически съобщения, пропаганда или антипропаганда, и могат да бъдат анализирани за разбиране на политическите процеси и медийните стратегии.

И последно, но не по важност, такова изследване има принос и към правните науки, давайки разяснения по въпроси като свободата на

изразяване, цензурата, правата на авторите и границите на сатирата в различни правни системи.

Друг важен принос е как реагират българските карикатуристи на значими международни събития.

Обобщено, изследването на карикатурата като сатирично средство е ценен междудисциплинарен подход, който обединява изкуството, комуникациите, социологията, историята, психологията и правото, откривайки нови пътища за разбиране на човешкото поведение и обществените отношения.

### **Научни публикации по темата на дисертацията:**

1. Шойлев, Петър. Брекзит, видян през карикатурите на в. „Гардиън” от 2019 г. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 19 октомври 2020. Available from:  
<https://www.newmedia21.eu/analizi/brekzit-vidyan-prez-karikaturite-na-v-gardian-ot-2019-g/>
2. Шойлев, Петър. Наградата „Пулицър“ за карикатура – критерии, тематика, влияние на епохата. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 28 октомври 2021. Available from:  
<https://www.newmedia21.eu/analizi/nagrada-pulitsar-za-karikatura-kriterii-tematika-vliyanie-na-epochata/>
3. Шойлев, Петър. Открояващи се карикатуристи във в. „Гардиън“. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 30 август 2023. Available from:  
<https://www.newmedia21.eu/analizi/otkroyavashti-se-karikaturisti-vav-v-gardian/>

### **Научни участия и квалификации:**

1. Участие в научно-образователен докторантски семинар "Медии и комуникации" на 26.11.2021 г. организиран от Факултета по журналистика и масова комуникация към СУ "Св. Климент Охридски"
2. Участие в международната научна конференция на тема "Качествена журналистика и нова комуникационна среда" на 29-30.10.2020 г. организирана от Факултета по журналистика и масова комуникация към СУ "Св. Климент Охридски"