

DOI: [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2\(34\).218121](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2(34).218121)

УДК 81.42

Орест Семотюк

ХТО Я: СТРАТЕГІЯ ЧИ ВИПАДКОВІСТЬ?: КОМП'ЮТЕРНИЙ КОНТЕНТ-АНАЛІЗ КАРИКАТУР І МЕМІВ НА В. ЗЕЛЕНСЬКОГО

Швидкий розвиток соціальних медіа в останні роки зумовив появу нових форм політичної комунікації, зокрема візуальної комунікації, представленої жанрами «карикатура» та «меми». Ці жанри є предметом багатьох різних дисциплін: культурології, медіазнавства, медіалінгвістики, політології, політичної лінгвістики, когнітивної лінгвістики, семіотики. У статті проаналізовано понад 600 політичних карикатур і мемів на президента В. Зеленського. Використано методи комп'ютерного контент-аналізу (MAXQDA 2018) та мультимодальний дискурс-аналіз.

Ключові слова: карикатура, мем, комп'ютерний контент-аналіз, візуальна комунікація, політична комунікація, культурний код, жанр, мультимодальність, гумористичний дискурс.

Вступ. Швидкий розвиток соціальних медіа в останні роки зумовив появу нових форм політичної комунікації, зокрема візуальної комунікації, представленої жанрами «карикатура» та «меми». Ці жанри є предметом багатьох різних дисциплін: культурології, медіазнавства, медіалінгвістики, політології, політичної лінгвістики, когнітивної лінгвістики, семіотики. Відповідно, існує велика кількість інтерпретацій цього феномена, і як, наслідок, низка методів його аналізу. Серед методів, які найчастіше застосовують для аналізу політичних карикатур і мемів варто згадати мультимодальний аналіз дискурсу, семіотичний аналіз, контент-аналіз, фреймовий аналіз, документальний аналіз, риторичний і нарративний аналіз.

Метою статті є показати, що поєднання кількісних і якісних методів при аналізі карикатур і мемів не лише розширює методичний апарат дослідників гумористичного дискурсу, а й забезпечує достовірні і об'єктивні результати дослідження. Ця стаття містить попередні результати аналізу політичних карикатур і мемів, у яких висвітлюються окремі аспекти діяльності президента Зеленського. Дослідження є частиною ширшого проекту «Карикатури і меми як форма соціального протесту».

Корпус, джерела і методи дослідження. Вибірка налічує 620 карикатур і мемів на Володимира Зеленського, обраного у квітні 2019 року на посаду Президента України. Часові рамки дослідження охоплюють період з лютого 2019 до травня 2020. Соціальний контекст дослідження сформувався події, пов'язані з діяльністю В. Зеленського як Президента України у сфері

внутрішньої і зовнішньої політики. Карикатури і меми, які увійшли до дослідницького корпусу, походять із українських і зарубіжних відкритих джерел: «*Перець Весела республіка*» (<https://www.facebook.com/PerecRepublic/>), інформаційно-гумористичні портали: «*Процишин офіційний*» (<https://www.facebook.com/ProtsyshynOfficial/>), «*Баба і кіт*» (<https://www.facebook.com/babaandkit/>), «*Goni мемаси*» (<https://www.facebook.com/gonimem/>), «*Друга приватна мемарня*» (<https://www.facebook.com/pershprivatnamemarnya/>), сторінка радіо «*Свобода*» (<https://www.radiosvoboda.org/z/752/>), інтернет-галереї <https://janson-karikatur.de/>, <https://www.cagle.com/>, <https://www.gocomics.com/comics/political>.

Для аналізу вибірки застосовано два методи: комп'ютерний контент-аналіз з використанням програми MAXQDA 2018 і мультимодальний дискурс-аналіз. У програмі було сформовано систему категорій (кодів), яка складається з формальних і змістових категорій. До формальних кодів належить «тип карикатури/мема» з підкодами «з текстом», «без тексту», «індивідуальний», «груповий», «безособовий» і «гібридний». До змістових категорій у нашому дослідженні належать «гумористичні прийоми» і «рівні комунікації», оскільки карикатури і меми є жанром гумористичного дискурсу і водночас мультимодальним текстом, у якому поєднуються і взаємодіють вербальна та невербальна складові. Будь-який мультимодальний текст гумористичного дискурсу функціонує у конкретному соціальному контексті, який ми аналізували на основі категорії «*хронотоп*», до якої увійшли такі підкатегорії: «*передвиборча кампанія і вибори*», «*інаугурація*», «*100 днів*», «*внутрішня політика*», «*зовнішня політика*», «*рік при владі*».

Результати контент-аналізу. Після проведення кількісного аналізу формальних категорій виявилось, що у нашій вибірці 541 документ має вербальну складову (87,3 %), у 79 документах вона відсутня (12,7 %). Серед карикатур і мемів домінує індивідуальний тип (335), що складає 54 % від загальної кількості проаналізованих документів. Другим і третім за частотністю є відповідно гібридний тип (123 одиниці) і безособовий тип (106), що складає відповідно 19,8 % і 17,1%. Найменш частотним є груповий тип (56), частка якого у вибірці складає 9%. (рис. 1).

Кількісний аналіз гумористичних прийомів засвідчив, що найбільш частотними є сатира (62,4 %), асоціація (49,7 %), пародія (39,2 %) і суперечність (31,3 %). (рис. 2).

У мультимодальних текстах, які належать до гумористичного дискурсу, присутні, як правило, кілька прийомів у різних комбінаціях. У нашій роботі ми послуговуємося типологією канадського дослідника N. Roukes, який

ТИП КАРИКАТУРИ/МЕМА

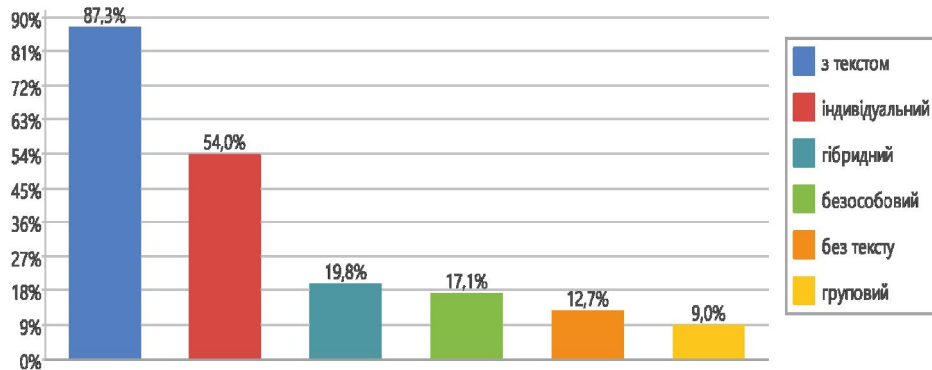


Рис. 1 Частотність різних типів документів

ГУМОРИСТИЧНІ ПРИЙОМИ

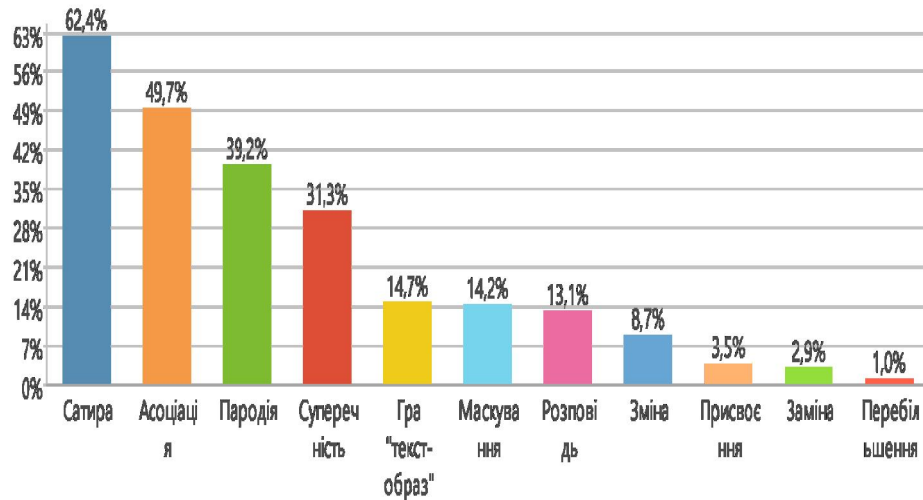


Рис. 2. Частотність гумористичних прийомів

виокремлює 11 різних прийомів. До них належать *асоціація* (association), *заміна* (transposition), *зміна* (transformation), *суперечність* (contradiction), *гіперболізація* (exaggeration), *пародія* (parody), *гра текст-образ* (punning),

маскування (disguise), *сатира* (satire), *розповідь* (narration) і *присвоєння/привласнення* (appropriation). [Roukes 1997: 12]. Проілюструймо тепер ці найбільш частотні прийоми прикладами з нашої вибірки.

Асоціація (рис. 3)

Цей прийом використовує поєднання, зв'язки, аналогії, порівняння, сусідство, накладання.

Суперечність (Рис. 4)

Цей прийом «працює» на контрасті, наголошуючи на невідповідності, парадоксальності ситуації, використовує візуальні метафори.

Пародія (Рис. 5)

Цей прийом використовує наслідування, алюзії, натяки на ті чи інші звичаї, способи поведінки, артефакти тощо.

Сатира (рис. 6)

Це візуально-вербальна насмішка, глузування, іронія і сарказм автора, який викриває соціально-політичні недоліки чи критикує політичних діячів та їх вчинки, порушуючи при цьому суспільні табу.



Рис. 3 Асоціація



Рис. 4 Суперечність

Будь-який мультимодальний текст гумористичного дискурсу, як вже згадувалося, функціонує у конкретному соціальному контексті. Кількісний аналіз категорії «Хронотоп» засвідчив, що найбільше карикатур і мемів у нашій вибірці присвячені проблемам внутрішньої (38,2 %) і зовнішньої політики (24,4 %). Приблизно однакову частку складають карикатури і мемів, присвячені річниці перебування В. Зеленського на посаді (19,7 %) і його передвиборчій кампанії (17,7 %) (рис. 7).



Рис.5 Пародія



Рис.6 Сатира

ХРОНОТОП

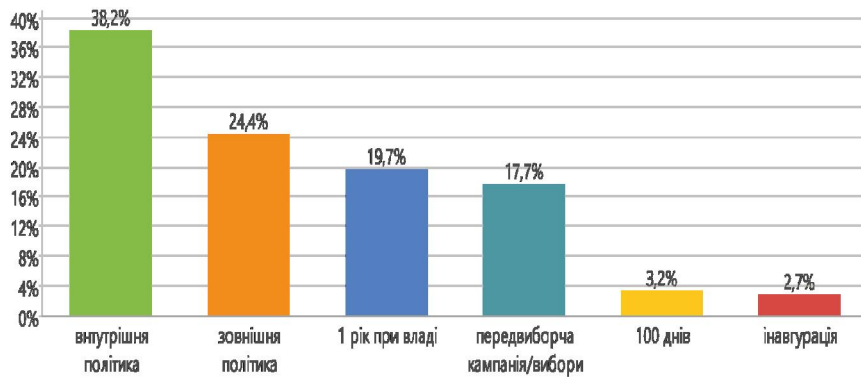


Рис. 7 Частка тематичних блоків у вибірці

Що стосується категорії «рівні комунікації», яка описує вербальний рівень карикатури чи мема, то їх чотири: внутрішня комунікація (хмарки думок і хмарки тексту), безпосередня комунікація (підпис внизу, підпис вгорі), вставки і оноματοпея. Автором цієї типології є Сабіне Фідлер [Fiedler 2003: 23].

Щодо кількісного розподілу цих рівнів у нашій вибірці, то найчастотнішими виявилися внутрішня комунікація (42,6%) і вставки (41,5%). Менш частотною є безпосередня комунікація (підписи угорі чи внизу), частка якої у нашій вибірці складає 15,3% (рис. 8).

РІВНІ КОМУНІКАЦІЇ

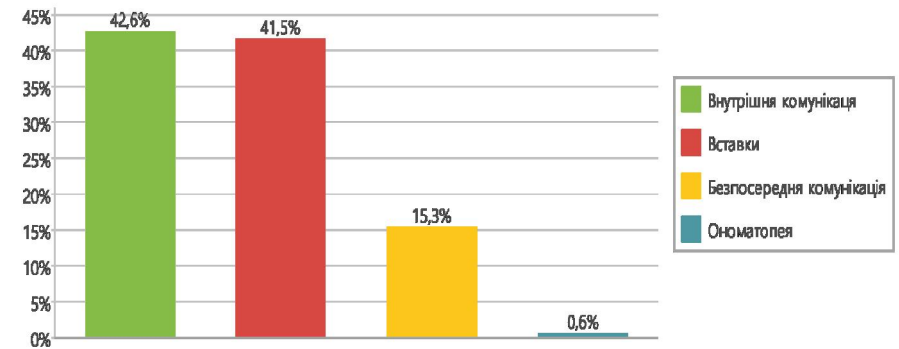


Рис. 8 Частка вербальних рівнів комунікації

Результати контент-аналізу і мультимодального дискурс-аналізу найчастотніших тем. Простежимо тепер кількісний і якісний розподіл гумористичних прийомів у карикатурах і мемах підкатегорій «внутрішня політика» і «зовнішня політика» та тематичних блоків у цих підкатегоріях. Отож, у підкатегорії «внутрішня політика» (235 документів) найбільше карикатур і мемів присвячено боротьбі з корона-вірусом (93) і намаганнями завершити війну на Донбасі (46 документів).

Найбільш частотними гумористичними прийомами у тематичній групі «Covid 19» є «асоціація» (26%), «сатира» (23,3%), «суперечність» (15,1%), «пародія» (14,2%). Варто зазначити, що у карикатурах і мемах цієї тематичної групи відображено усі події в країні, пов'язані з початком вірусу і оголошенням карантину: ажіотаж з закупівлею гречки і туалетного паперу (рис. 9), продаж масок за кордон (рис. 10),



Рис. 9

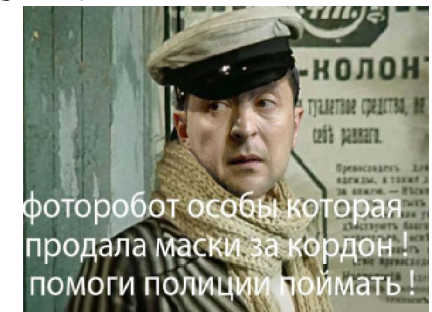


Рис. 10

прийом Олександрівською лікарнею нардепів, у яких виявили вірус (рис. 11), полегшення режиму карантину для лобмардів (рис. 12), помилкові титри під час звернення Зеленського на ICTV (рис. 13), поширення вірусу серед монахів Києво-Печерської лаври (рис. 14) і намагання уряду не випускати українських заробітчан за кордон (рис. 15).

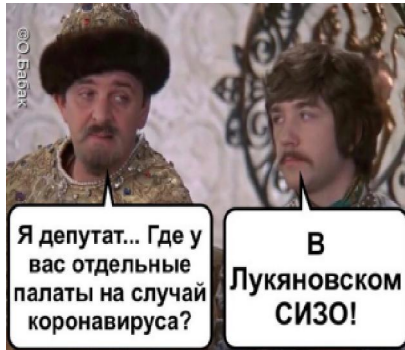


Рис. 11



Рис. 12



Рис. 13



Рис. 14

Як вже говорилося, у мемах і карикатурах часто поєднуються два і більше гумористичні прийоми. Значна кількість мемів, присвячених Covid19, обіграє висловлювання Зеленського «*надо перестать стрелять*» і «*я побачив в очах Путіна прагнення до миру*». (рис. 17). Текст на рис. 17, який є модифікованою цитатою оригінального висловлювання, поміщено у інший контекст. У поєднанні із зображенням він забезпечує реалізацію прийомів «сатира», «суперечність» і «асоціація»: із оригінальною фразою, з кортежами ВЗ, із закриттям метро на період карантину і 73 % виборців, які за нього проголосували.

На рис. 16 вербальний елемент «*Карантин – так карантин*» викликає

асоціацію з фразою П. Порошенка «*стадіон так стадіон*». Окрім того, зображення ВЗ на ліжку, без штанів і підпис унизу «*припинити ухвалення законів, чи інших актів, які викликають протести*», активують прийом «сатира». На рис. 18 бачимо комбінацію прийомів «асоціація», «суперечність» і «сатира». Зображення у поєднанні з підписом «*прости речі рятують Україну*» викликають асоціацію з дотриманням соціальної дистанції і фразою з рекламних роликів «*прости речі допомагають*».



Рис. 15



Рис. 16



Рис. 17

Водночас інший текст «*підходьте якнайближче до проросійських політиків*» активує прийом «суперечність», а в поєднанні з зображенням і модифікованою цитатою «*прости речі рятують Україну*» активує прийом «сатира». Що ж стосується прийому «пародія», то він у мемах і карикатурах має трохи інше смислове навантаження. У мемах візуальний елемент є пародією на фільм, літературний твір, мультфільм і т. ін, які є тлом для

вербального елемента, який у новому візуальному контексті і забезпечує гумористичний чи сатиричний ефект (рис. 11, 13, 15). У карикатурі прийом пародії може реалізуватися і без вербального елемента (рис. 19) або вербальним у поєднанні з невербальним (рис. 20).



Рис. 18

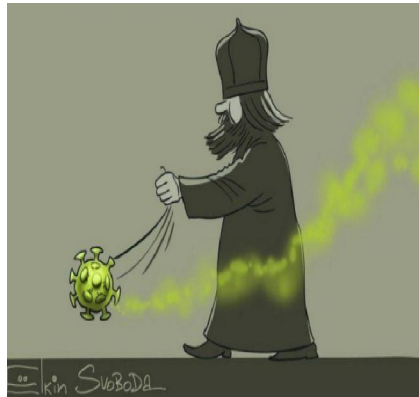


Рис. 19

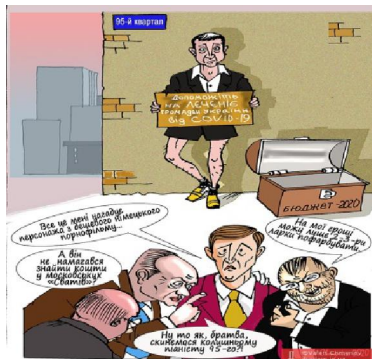


Рис. 20



Рис. 21

Карикатура на рис. 19 пародіює релігійний ритуал з кадилом, зображення якого нагадує корона-вірус, а фрази олігархів, у яких Зеленський просить грошей на боротьбу з Covid 19 («А він не намагався знайти гроші у московських "Сватів?"», «Ну, то як скинемося колишньому піаністу 95-го?»), є пародією на минуле теперішнього президента у «Кварталі 95» і на деякі з його тодішніх жартів.

У карикатурах і мемах, які належать до тематичного блоку «Війна на Донбасі» і висвітлюють намагання В. Зеленського припинити цю війну, можна виокремити такі теми: «поїздка на передову», «спільне

патрулювання», «мирні ініціативи», «обмін полоненими». Найбільш частотними у цьому блоці є сатира (23,4%), асоціація (19,3%) суперечність (15,9%). Подамо кілька прикладів.

На рис. 21 бачимо Зеленського на передовій у бронезилеті, без шолома. Репліка його викликає асоціацію з серіалом «Слуга народу», і водночас суперечить реальній ситуації. Поєднання прийомів «асоціація» і «суперечність» забезпечує гумористичний ефект. На рис. 22 невербальний елемент відсутній. Основне смислове навантаження несе елемент вербальний, який викликає дві асоціації: з фразою, сказаною Зеленським у розмові з бійцем ЗСУ і логотипом «Зе» на політичній рекламі. Водночас цей текст є пародією на відому фразу «Je suis Charlie». Поєднання латинки і кирилиці також посилює гумористичний ефект цього мему.



Рис. 22



Рис. 23

Мем на рис. 23 тематизує обмін полоненими, зокрема видачу Росії Володимира Цемаха, одного із ключових свідків у справі збитого у липні 2014 літака МН 17. Вербальні елементи викликають потрібну асоціацію: з передвиборчим гаслом «Зробимо їх разом», обміном Цемаха і біблійними 30 срібняками. Водночас підпис угорі «новий курс національної валюти» активує прийом суперечність. Водночас варто зазначити, що серед карикатур, присвячених війні на Донбасі, значна частина тематизує також і відносини з РФ та її агресивну політику. Прикладом є карикатура на рис. 27. У ній присутній гумористичний прийом «суперечність», який реалізується у взаємодії вербального елемента (вставка «мир») і невербального елемента (постаті з сокирами замість голів з підписами Росія, ДНР, ЛНР). Окрім цього у цій карикатурі присутній прийом «гра текст-образ». Він активує фразеологізм «закопати сокиру війни», який в свою чергу, вступає у

суперечність зі візуальним елементом (зображення закривавленої сокири).

У підкатегорії «зовнішня політика» найбільше карикатур і мемів присвячені російсько-українським відносинам (51) і стосункам України і США (34). У карикатурах і мемах, які формують тематичний блок «стосунки з РФ», можна виокремити такі теми: реакція на обрання Зеленського президентом, роль Росії у військовому конфлікті на Донбасі (з підтемами «газопостачання», «видача російських паспортів мешканцям ОРДЛО», «особливий статус Донбасу», «платформа примирення», повернення захоплених у листопаді 2018 українських військових суден), роль «пятої колонії» у просуванні ідей «руського мира». Найчастотнішими прийомами у карикатурах і мемах, які висвітлюють стосунки РФ і України, є «сатира» (25,5 %), «маскування» (20,8 %), «асоціація» (19 %). Більшість карикатур у цьому тематичному блоці є індивідуальними (містять зображення Путіна), у них присутній прийом «маскування», який використовує метафори та символи. Президента РФ часто зображають поруч із Сталіним і Леніним і водночас як ляльководу, що смикає за ниточки сепаратистів ОРДЛО і В. Зеленського (рис. 6, 25, 26).



Рис. 24

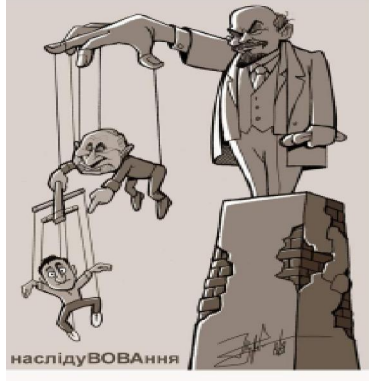


Рис. 25

Окрім прийомів «сатира» і «маскування», у карикатурах 25 і 26 присутній також і прийом «асоціація» (з тоталітарними діячами СРСР).

Що ж стосується карикатур і мемів, які присвячені українсько-американським відносинам після обрання Зеленського президентом, то вони висвітлюють дві теми: його візит у США у вересні 2019 р. і його телефонна розмова з Д. Трампом у липні. Серед гумористичних прийомів тут домінує «сатира» (33,8 %), приблизно однаковий відсоток складають «пародія» (13,2 %), «суперечність» (11,8 %), «асоціація» і «маскування» (10,3 %).

Подамо тут кілька прикладів. Більшість мемів, які з'явилися у період

візиту Зеленського до США, обігрують дві події: початок процедури імпічменту Трампа і фразу, яку тодішній помічник Зеленського А. Єрмак сказав про свого «патрона» у вересні 2019 на зустрічі з блогерами: «А ви ніколи не думали про те, що наш нинішній президент – один з найбільших лідерів цього світу?» (рис. 27, 28).

КОРОНАВІРУСИ «РУССКОГО МИРА»

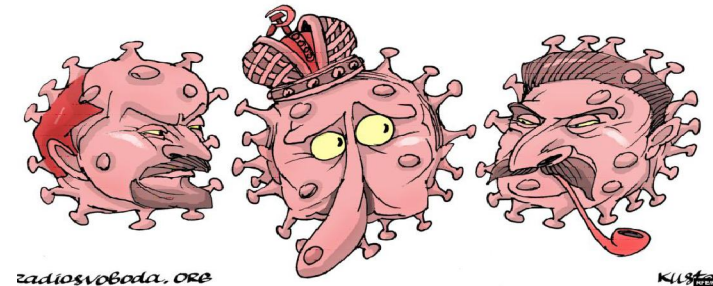


Рис. 26



Рис. 27



Рис. 28

На рис. 28 бачимо обличчя Зеленського, з жіночою зачіскою і підпис «Monica Zelensky». Взаємодія вербального і невербального елементів викликає асоціацію з колишньою практиканткою Білого Дому М. Левінскі, афера якої з тодішнім президентом США Б. Клінтоном, спричинилася до початку процедури імпічменту і посилює сатиричний ефект мема. На рис. 29 бачимо Зеленського у своєму кабінеті, який запитує у свого помічника «Чи роздобув Ти якийсь компромат на дитя Байдена?». Той перепитує: «Robocall?» Зеленський відповідає: «Bozo call». Слово «Bozo» означає «дурник, простака», а «gobocall» означає автоматичний набір номера, який часто використовують у політичній рекламі і телемаркетингу. Таким чином

основне навантаження у цій карикатурі, яка є гострою сатирою на Трампа, несе вербальний елемент. На рис. 30 зображено підвішеного на крані президента США, який каже «Тепер у Байдена великі проблеми», випускаючи з рук папір з написом «імпічмент». Контраст вербального і візуального елементів активує гумористичний прийом сатира, а напис на крані «U-KRAINE» – «маскування» і «асоціацію».

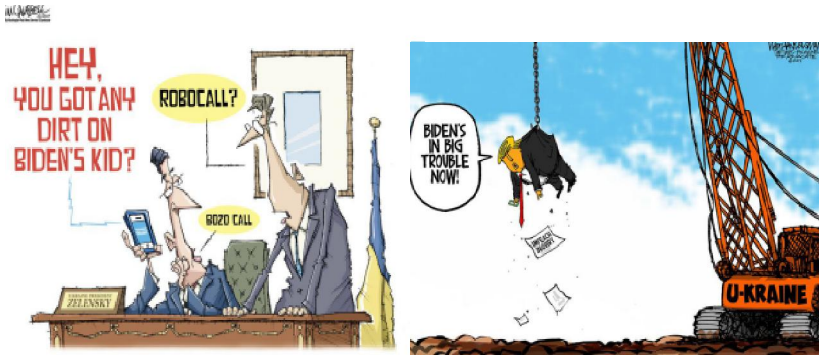


Рис. 29

Рис. 30

Висновки. 1. Аналіз політичних карикатур і мемів, у яких висвітлено окремі аспекти діяльності Володимира Зеленського на посаді президента, засвідчив, що його діяльність була і є об'єктом доволі гострої критики, яка знаходить своє вираження у гумористичних жанрах.

2. Карикатури і меми є медіа-феноменом і продуктом політичної комунікації. Вони мають колективного адресата, чинять на нього вплив, підтримують колективну ідентичність, відображають «порядок денний» певного соціуму.

3. Карикатури і меми є культурним феноменом з точною часовою і локальною прив'язкою до конкретного соціуму. Їм притаманні сатирична спрямованість, критичне ставлення до дійсності, маркування за схемою «свої-чужі», гротескність.

4. Карикатури і меми є засобами формування соціокультурних сенсів. Вони у різний спосіб фіксують сприйняття соціальної дійсності, відображаючи індивідуальне бачення світу їх авторів.

5. Поєднання кількісних і якісних методів для аналізу мультимодальних жанрів не лише розширює методичний інструментарій дослідників гумористичного дискурсу, а й забезпечує достовірність результатів.

Список використаної літератури

Fiedler, S. (2003) *Sprachspiele im Comic. Das Profil der deutschen Comic*

Zeitschrift Mosaik, Leipzig: Universitätsverlag, 283 S.

Roukes, N. (1997) *Humour in Art: Celebration of Visual Wit*. Worcester, Davis Publications, 160 p.

Орест Семотіук

КТО Я: СТРАТЕГИЯ ИЛИ СЛУЧАЙНОСТЬ?: КОМПЬЮТЕРНЫЙ КОНТЕНТ-АНАЛИЗ КАРИКАТУР И МЕМОВ НА В. ЗЕЛЕНСКОГО

Быстрое развитие социальных медиа в последние годы обусловило появление новых форм политической коммуникации, в том числе визуальной коммуникации, представленной жанрами «карикатура» и «мемы». Эти жанры являются предметом многих различных дисциплин: культурологии, медиаведения, медиалингвистики, политологии, политической лингвистики, когнитивной лингвистики, семиотики. В статье проанализированы более 600 политических карикатур и мемов на президента В. Зеленского. Используются методы компьютерного контент-анализа (MAXQDA 2018) и мультимодальный дискурс анализ
Ключевые слова: карикатура, мем, компьютерный контент-анализ, визуальная коммуникация, политическая коммуникация, культурный код, жанр, мультимодальность, юмористический дискурс.

Orest Semotiuk

WHO AM I: STRATEGY OR ACCIDENT?: COMPUTER BASED CONTENTS ANALYSIS OF CARTOONS AND MEMES OF V. ZELENSKY

The rapid development of social media in recent years has led to the emergence of new forms of political communication, in particular visual communication, represented by the genres “cartoons” and “memes”. These genres are the subject of many different disciplines: cultural studies, communication/media studies, media linguistics, political science, political linguistics, cognitive linguistics, semiotics. The paper deals with analysis of more than 600 political cartoons and memes of President Zelensky. Methodology includes computer based content analysis (MAXQDA 2018) and multimodal discourse analysis. The combination of quantitative and qualitative methods for the analysis of multimodal genres not only expands the methodological tools of researchers of humorous discourse, but also ensures the reliability of the results. The caricatures and memes included in the research corpus come from Ukrainian and foreign open sources: (<https://www.facebook.com/PerecRepublic/>), (<https://www.facebook.com/ProtsyshynOfficial/>), (<https://www.facebook.com/babaandkit/>), (<https://www.facebook.com/gonimem/>), (<https://www.facebook.com/pershprivatnamemarnya/>), (<https://www.radiosvoboda.org/z/752/>), интернет-галереї

karikatur.de/, <https://www.cagle.com/>, <https://www.gocomics.com/comics/political>.

A code system consists of formal and semantic codes. Formal codes include “cartoon/meme type” with subcodes “with text”, “without text”, “individual”, “group”, “impersonal” and “hybrid”. The semantic codes include “humorous techniques” and “levels of communication”, as caricatures and memes are a genre of humorous discourse and at the same time a multimodal text in which verbal and nonverbal components are combined and interact. Any multimodal text of humorous discourse functions in a specific social context, which has been analyzed on the basis of the code “chronotope”, which included the following subcodes: “election campaign and elections”, “inauguration”, “100 days”, “domestic policy”, “foreign policy”, “year in power”. As results of quantitative analysis the individual cartoon/meme type dominates (335 documents), which is 54% of the total number of analyzed documents. Quantitative analysis of humorous techniques showed that the most frequent are satire (62,4 %), association (49,7%), parody (39,2 %) and contradiction (31,3 %). The analysis of political caricatures and memes, which cover certain aspects of Volodymyr Zelensky’s activity as president, showed that his activity was and is the object of rather sharp criticism, which finds its expression in humorous genres.

Keywords: *cartoon, meme, computer based content analysis, visual communication, political communication, cultural code, genre, multimodality, humorous discourse.*

References

- Fiedler, S. (2003) *Sprachspiele im Comic. Das Profil der deutschen Comic Zeitschrift Mosaik*, Leipzig: Universitätsverlag, 283 S.
 Roukes, N. (1997) *Humour in Art: Celebration of Visual Wit*. Worcester, Davis Publications, 160 p.

Стаття надійшла до редакції 27.04.2020

Стаття прийнята 27.05.2020

DOI: [https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2\(34\).218123](https://doi.org/10.18524/2410-2601.2020.2(34).218123)

УДК 38.2

Крістіна Золотарьова

ВПЛИВ МИСТЕЦТВА КАРИКАТУРИ НА ВИБОРИ ПРЕЗИДЕНТА ФРАНЦІЇ 2017 РОКУ

Проаналізована традиція політичної карикатури в культурі Франції, її вплив на специфіку світосприйняття та аналізу явищ суспільством. Розглянуті масовість, чіткість, доступність змісту як характерні риси феномену карикатури у французькому мистецтві. Підкреслюється унікальність феномену та його динаміка у розрізі часу. Автором досліджується мистецтво сатири та карикатури як діючого інструмента у політичній боротьбі, його вплив на результат передвиборної кампанії 2017 року у Франції.

Ключові слова: *карикатура, політична карикатура, вибори Президента Франції, розслідування, «Канар анишене», політична сатира, Шарлі Ебдо.*

Взимку 2017 року у Франції у самому розпалі відбувається передвиборна компанія за пост Президента, результати якої були зовсім непередбачуваними. Саме ця політична компанія у подальшому стане однією з найдорожчих в сучасній історії цієї країни. Екзит-поли, рейтинги, опитування були дуже різнобарвними та не давали чіткої відповіді щодо конкретних обранців суспільства. Тим не менш, вже в січні починають формуватися перші рейтинги, де з’являються лідери. Серед основних лідируючих кандидатів найбільшою довірою та повагою користується Франсуа Фійон, який своєю програмою та репутацією відповідає очікуванням та настроям більш консервативної частини суспільства. На другому місці йде представниця радикального політичного крила Франції – Марі Ле Пен.

Програми претендентів відображають інтереси та хвилювання значної частини суспільства. Слід зазначити, що саме кінцевий результат цих виборів мав би вплив не тільки на майбутню долю країни, але й на вектор розвитку політики всього Євросоюзу. В той момент, коли перемога Франсуа Фійона стає вже більш передбачуваною, відбувається унікальне явище, яке демонструє місце феномену політичної карикатури та сатири у житті цілої країни. 25 січня 2017 року в сатиричному виданні «Канар анишене» (близько 600 тис. примірників) виходить скандальна публікація про незаконні прибутки дружини Франсуа Фіона Пенелопи, які вона отримала з державного бюджету як помічниця парламентаря, крім того, такі ж фіктивні зарплатні отримували їх двос дітей [Сатирична газета...]. Через тиждень, 1 лютого, виходить ще одна публікація, яка більш детально розглядає і розкладає по фактам відображені вище ствердження (іл. 1). Ці публікації