

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Факультет іноземної філології**  
**Кафедра англійської мови та методики її викладання**

**ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНОЇ КАРИКАТУРИ ЯК ВИДУ**  
**КРЕОЛІЗОВАНОГО ТЕКСТУ**

**Кваліфікаційна робота**

на здобуття ступеня вищої освіти бакалавр

Виконав: студент 4 курсу 09-401 групи  
денної форми навчання  
Спеціальності 035.04 Філологія  
(Германські мови та літератури (переклад  
включно) (англійська))  
Освітньо-професійної програми «Філологія  
(Германські мови та літератури)»  
Федоров Артем Олексійович  
Керівник: кандидат педагогічних наук,  
доцент Зуброва Ольга Андріївна  
Рецензент: кандидат філологічних наук,  
доцент Французова Катерина Сергіївна

Херсон – 2020

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади вивчення карикатури як виду креолізованого тексту .....</b>	<b>7</b>
1. 1. Поняття креолізованого тексту та підходи до його вивчення.....	7
1. 2. Види креолізованих текстів та їх структурні компоненти.....	16
1. 3. Карикатура та її зіставлення з іншими типами креолізованих текстів .....	22
<b>РОЗДІЛ 2. Карикатура в жанровому просторі англомовного політичного дискурсу .....</b>	<b>30</b>
2.1. Метафора як основний засіб створення американської політичної карикатури .....	30
2.2. Стилiстичні особливості тексту американської політичної карикатури .....	41
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>58</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>61</b>

## ВСТУП

На сучасному етапі розвитку суспільства мовну картину світу і свідомість людей багато в чому визначає політичний дискурс. Тісна єдність політичного мислення, політичної комунікативної дії і мовної форми робить політичний дискурс об'єктом досліджень таких дисциплін як політологія, психологія, філософія, соціологія, економіка, теорія комунікації. В останні десятиліття ця галузь знання потрапила в сферу пильної уваги лінгвістів.

Науковий інтерес до політичного дискурсу викликаний змінами, що відбуваються в суспільно-політичній свідомості і відображаються у мові засобів політичних комунікацій. З точки зору лінгвістики мова розглядається як соціальна дія, а область політики є найбільш показовою в цьому плані, оскільки сама природа багатьох політичних дій зводиться до їх реалізації через мову, зокрема у сфері розглянутої нами теми.

Креолізований текст тривалий час не привертав до себе особливої уваги лінгвістів. Традиційний вузький підхід до визначення даного поняття призводив до того, що аналіз креолізованих текстів зводився до окремих спостережень за застосуванням зображення в книговидавництві, рекламі, ЗМІ.

Утвердження широкого розуміння тексту призвело до зміни статусу креолізованих текстів у лінгвістиці: на передній план висувається дослідження їх текстової природи. Відправною точкою подібних наукових робіт є положення про принципovu подібність креолізованих і власне вербальних текстів, з якого випливає, що і ті, й інші мають однакову базу текстових категорій. Дане положення дозволило дослідникам розширити допустимий інструментарій аналізу креолізованих текстів.

На даний момент креолізовані тексти та їх типологія є недостатньо розробленими, причому найбільш вивченими видами креолізованих

текстів є плакат і реклама. Натомість карикатура є явищем, належність якого до креолізованих текстів викликало полеміку в лінгвістичних колах. В силу того, що карикатура в руслі теорії креолізованих текстів розроблена недостатньо, темою нашого дослідження обрано політичну карикатуру. Політична карикатура є помітним явищем політичного дискурсу, у ряді країн існують інститути, що займаються зберіганням і документуванням політичних карикатур: наприклад, «Центр по вивченню політичних малюнків» у США або британський «Архів карикатур у Сполученому Королівстві».

Проблемою вивчення креолізованих текстів займалися Ю. Сорокін, Є. Тарасов, О. Анісімова, А. Бернацька, О. Мішина та ін. Політичну карикатуру як вид креолізованого тексту вивчали Е. Артемова, Е. Будаєв, О. Вороніна, М. Ворошилова, Ю. Чаплигіна. Американську політичну карикатуру зокрема, вивчали Ю. Рогозиннікова, О. Дехнич, Е. Середіна, О. Пашкова та О. Сподарець.

Значна кількість думок з приводу методів дослідження політичної карикатури як виду креолізованого тексту та її класифікації є серйозним аргументом, який підтверджує високий інтерес до проблематики політичної карикатури в сучасному суспільстві. Всі ці фактори сприяють неухильному зростанню наукового інтересу до вивчення політичної карикатури.

**Актуальність** даної теми пов'язана із загальнолінгвістичним інтересом до типології креолізованих текстів, з одного боку, і до політичного дискурсу, з іншого, а також із недостатньою розробленістю проблем, пов'язаних із політичною карикатурою як видом креолізованого тексту на сучасному етапі розвитку лінгвістичної науки.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дипломну роботу виконано згідно з планом науково-дослідної роботи кафедри англійської мови та методики її викладання «Лінгвокогнітивні,

комуникативні та прагматичні аспекти дослідження тексту» (державний реєстраційний номер 0117U006792).

**Мета** дослідження полягає у вивченні особливостей політичної карикатури як виду креолізованого тексту.

Досягнення цієї мети передбачає виконання низки **завдань**:

- окреслити поняття «креолізований текст» та підходи до його вивчення;
- систематизувати підходи до визначення видів креолізованих текстів та їх структурних компонентів;
- з'ясувати спільні та відмінні риси між карикатурою та іншими типами креолізованих текстів;
- вивчити типи функціональних відносин між вербальною та невербальною частинами політичної карикатури;
- розглянути метафору як основний засіб створення політичної карикатури;
- виявити стилістичні особливості тексту політичної карикатури.

**Об'єктом** дослідження є креолізовані тексти як мовне явище, а **предметом** – особливості політичної карикатури як виду креолізованого тексту.

Окреслені завдання зумовили вибір **методів** дослідження:

- *описово-аналітичний метод* використано для накопичення та систематизації фактичного матеріалу дослідження та виявлення суттєвих характеристик політичної карикатури;
- *семантико-стилістичний метод* – для встановлення функціонального навантаження лексико-синтаксичних одиниць;
- *метод квантативного аналізу* – для виявлення кількості та пріоритету використання різних видів функціональної взаємодії між вербальною та невербальною частинами політичних карикатур;

– *контекстуально-інтерпретаційний метод*, суть якого полягає у вивченні тексту із урахуванням комунікативного макроконтексту та інших компонентів дискурсу.

– *метод концептуального аналізу* для конструювання метафоричної складової політичної карикатури.

**Матеріалом дослідження** слугували політичні карикатури відомих американських карикатуристів.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КАРИКАТУРИ ЯК ВИДУ КРЕОЛІЗОВАНОГО ТЕКСТУ

#### **1.1. Поняття креолізованого тексту та підходи до його вивчення**

Лінгвістичні дослідження креолізованих текстів, що містять в собі певні іконічні коди, розпочалися у 70-і роки ХХ століття. Це було пов'язано з переходом лінгвістики до нової наукової парадигми, «обумовленої залученням в орбіту її вивчення все більш широкого кола явищ, пов'язаних з передачею і сприйняттям інформації в сучасному суспільстві» [34, с. 95].

Початок ХХІ століття ознаменувався сплеском візуальної інформації, яка викликала закономірний інтерес лінгвістів до паралінгвістичних (невербальних) засобів, які супроводжують писемне мовлення, де відбувся перерозподіл функцій вербальних і невербальних компонентів. У результаті збільшення ролі лінгвістичних засобів виникли семіотично-ускладнені тексти, таким текстам Ю. Сорокін і Ю. Тарасов дали назву «креолізованих». Інформаційна і прагматична «ємність» невербальних засобів в структурі креолізованих текстів нерідко вище, ніж у вербальних [34, с. 125-128]. Розглядаючи в якості невербальної частини засоби іконічної мови, О. Анісімова вважає креолізований текст особливим лінгвовізуальним феноменом [2, с. 73].

Тексти, що породжуються в комунікативних актах, у більшості своїй є креолізованими або полікодовими. Початок наукового осмислення полікодових текстів було покладено в роботах з семіотики, що було обумовлено дослідженням зображення як особливої знакової системи, а також можливих контекстів її застосування [1, с. 28]. У даний час паралінгвістичні засоби, їх змістовні та прагматичні потенції

інтенсивно досліджуються в руслі параграфеміки. По відношенню до письмового тексту паралінгвістичні (невербальні) засоби, що визначають його зовнішню організацію, створюють поле паралінгвістичних засобів тексту. У цьому полі знаходяться такі елементи: графічна сегментація тексту і його розташування на папері, шрифт, колір, символи, засоби іконічного мови (малюнок, фотографія, таблиця, схема).

Тексти, в яких паралінгвістичні засоби набувають особливої значущості, тому що беруть участь у формуванні плану їх вираження і плану змісту, можуть розглядатися як паралінгвістично-активні тексти. Особливу групу паралінгвістично-активних текстів складають креолізовані тексти, що представляють собою «інтеграцію вербального і іконічного (образотворчого) кодів» [2, с. 75]. У процесі сприйняття креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації: при вилученні концепту із зображення відбувається його «накладення» на концепт вербального тексту, взаємодія двох концептів призводить до створення єдиного загального концепту (сенсу) креолізованого тексту [1, с. 12]. Як зазначає О. Мішина, основними компонентами креолізованого тексту є вербальна частина (напис / підпис, вербальний текст) та іконічна частина (малюнок, фотографія, таблиця). У різних типах текстів вони зустрічаються в різних комбінаціях [25, с. 48]. «Домінанту поля паралінгвістичних засобів» креолізованого тексту утворюють іконічні засоби (грец. *Eikon* – зображення: малюнок, фотографія), тобто найважливішим компонентом креолізованого тексту є зображення [13, с. 73].

Креолізований текст має ряд особливостей і характеризується цілісністю і зв'язаністю, що є категоріальним і для гомогенного тексту. Цілісність – це характеристика тексту як здатності існувати в комунікації будь-якого виду як структуроване ціле; зв'язаність описує зв'язок на рівні форми і контенту.



Цілісність і зв'язаність тексту об'єднує спільна тема, що обумовлено поєднанням іконічних, параграфемних і вербальних компонентів на різних рівнях, наприклад, на візуальному, структурному, смислового, функціональному [11, с. 67].

Поняття креолізованого тексту має широке значення, і в його склад можуть входити не тільки образотворчі, а й «слухові», «нюхові» та інші знаки. Наприклад, сучасна реклама створюється так, щоб впливати на всі органи чуття людини (зір, слух, нюх).

Якщо текст і малюнок сприймаються візуально, то на слух діють не тільки передачі реклами по радіо і телебаченню, а й деякі спеціальні слухові образи. Наприклад, на одній з паризьких вулиць у щита, який рекламує вино, електронний прилад відтворював гучний хлопок пробки, що витягується з пляшки, і звук вина, що наливають.

Слідом за О. Анісімовою вважаємо, що креолізований текст – це особливий лінгвовізуальний феномен, текст, у якому вербальний та невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, що забезпечує його комплексний прагматичний вплив на адресата [1, с. 26].

Креолізований текст являє собою складне текстове утворення, в якому вербальні і невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле. Згідно з О. Анісімовою, до креолізованих текстів слід віднести газетно-публіцистичні, науково-технічні, тексти-інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати, карикатури [1, с. 38].

Зростання інтересу до проблеми візуалізації обумовлено цілою низкою факторів, але в першу чергу вимогами сучасної комунікації: саме розуміння того, що «глобальний світ, світ постсучасності, орієнтується на візуальний спосіб представлення інформації», призвело до обґрунтування необхідності виділення в рамках сучасної науки поняття візуальності [18, с. 40]. В даний час у сфері соціального та

гуманітарного знання виникло безліч наукових дисциплін, що містять у своїй назві поняття «візуальність»:

- візуальна антропологія,
- візуальна культурологія,
- візуальна політологія,
- візуальна соціологія,
- теорія візуальних комунікацій та ін. [1, с. 57-58].

Найбільшу увагу дослідників сучасної візуальності привертає співвідношення словесного (вербального) і візуального (невербального) компонентів, зокрема в межах текстів друкованих засобів масової інформації [1, с. 24].

Незважаючи на те що візуальний канал інформації є найпоширенішим і доступним у сучасному суспільстві, не можна забувати і про інші знакові системи. Синтез з ними природної людської мови, як свідчить історія культури, має глибоке коріння. Так, Р. Якобсон зазначав: «... синкретизм поезії і музики, ймовірно, первинний по відношенню як до поезії, так і до музики в чистому вигляді. Візуальні сигнали, вироблені за допомогою рухів тіла, тяжіють до комбінування з тими чи іншими аудіальними знаковими системами: жести рук і міміка функціонують як знаки, що доповнюють або замінюють словесні висловлювання, тоді як рухи ніг і торсу переважно (а в деяких культурах виключно) пов'язані з інструментальною музикою» [39, с. 327].

І все ж сучасний науковий дискурс тяжіє до вивчення саме двоканальних креолізованих текстів, що складаються з вербальних та візуальних знаків, що обумовлено як особливостями сьогоденного інформаційного суспільства, так і традиціями філологічних досліджень.

У роботі А. Бернацької «До проблеми «креолізації» тексту: історія та сучасний стан» (2003) представлений вичерпний, хоча і короткий огляд розвитку відносин мови з образотворчим мистецтвом. Автор

пише, що писемність генетично пов'язана з образотворчим мистецтвом. Первісне письмо, або передписьмо, мало «мальований характер», було піктографічним [3, с. 102].

Учені зауважують з цього приводу: «На ранній стадії (первісне мистецтво, наскальні розписи) живопис оперував контрастною лінією і локальним кольором, в ній не було живопису в сучасному розумінні, а була образотворча мова» [12, с. 43].

Значно пізніше, з винаходом друкарства, текст і зображення все частіше супроводжують один одного – відбувається процес взаємодії і взаємозбагачення мистецтв. Початок наукового осмислення креолізованих, або семіотично-ускладнених, відеовербальних, полікодових текстів було покладено в роботах з семіотики в зв'язку з дослідженням зображення як особливої знакової системи, а також можливих контекстів її застосування [13, с. 48-49].

Тепер же, текстом вважається змістовно взаємопов'язана послідовність будь-яких знаків, а значить, з позиції семіотики, текстом є танець, обряд, архітектурний або музичний твір, які, в свою чергу, розглядаються як аналогічні мовним текстам, тобто володіють змістовною єдністю. В даний час подібний широкий семіотичний підхід застосовується до культури в цілому як текстової системи [15, с. 61].

Так, у сучасному науковому дискурсі в центрі уваги опиняється місто, яке, спочатку будучи носієм певної культурної інформації, розглядається дослідниками як особлива знакова система, «як простір комунікації, що складається з окремих структурних елементів, підлеглих цілому (ландшафту, стилю, міфології та ін.) і є знаковим місцем існування людини» [15, с. 63].

Таким чином, лінгвістика тексту перетворюється в семіотичну дисципліну, засновану на широкому розумінні знаку. Отже, перед ученими постає проблема чіткого розмежування при дослідженні

комунікації гомогенних і синкретичних повідомлень, що ґрунтуються на комбінації або об'єднанні різних знакових систем [39, с. 302].

Поява такого складного полікодового утворення обумовлює необхідність розвитку міждисциплінарних розробок, котрі приваблюють дослідницький апарат і методи не тільки лінгвістики тексту, а й теорії комунікації, семіотики, психолінгвістики, когнітивної лінгвістики.

Для текстів, організованих комбінацією природної мови з елементами інших знакових систем або впорядкованих множин, ще не виробилося єдине загальноприйняте термінологічне визначення. Широко відомий метафоричний термін «креолізовані тексти», запропонований лінгвістами Ю. Сорокіним і Е. Тарасовим.

Креолізовані тексти – це «тексти, фактура яких складається з двох і більше негомогенних частин (вербальної мовної (мовленнєвої) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова))» [34, с. 180-181].

Цей термін використовувався в якості робочого багатьма сучасними дослідниками [1; 7; 9], однак інші вчені не раз піднімали питання про термінологічної неточності даного визначення. Так, А. Сонін зазначає: «пасивна форма, закладена в основу номінації, створює уявлення про тексти, які цікавлять дослідників як тих, що виникли на основі якихось інших, через процедуру їх «креолізації» ... для більшості творів, які охоплюються словом «креолізований», такого вихідного тексту просто не існує, як не існує і самої дії по його «креолізації» [33, с. 20].

Таким чином, виникла необхідність створення і розвитку іншої системи термінів, спрямованої на часткове подолання термінологічної нестійкості і неоднозначності. Зараз, в сучасному науковому дискурсі можна відзначити понад 20 варіантів терміну «креолізований текст». Серед них найбільш часто згадуються, такі:

- синкретичний,

- складовий,
- семіотично-ускладнений,
- полікодовий / дікодовий,
- полімодальний,
- бімедіальний / полімедіальний,
- мультимедійний,
- багатоканальний,
- ізовербальний / ізоверб,
- відеовербальний,
- гетерогенний,
- контамінований,
- інтерсеміотичний,
- гібридний,
- супертекст [4, с. 100-102].

Більшість учених при створенні нового позначення даного поняття прагнули підкреслити «родзинку» власного дослідження, виділити і акцентувати ту чи іншу характеристику тексту, значиму для їх ракурсу розгляду. Таким чином, у сучасному науковому дискурсі закріпилося відразу кілька визначень, але кожне з них використовується в певній сфері.

Так, у сучасній лінгвістиці активно вживається термін «гомогенні і синкретичні повідомлення», що бере свій початок в роботах Р. Якобсона, який писав «про синкретичні повідомлення, що ґрунтуються на комбінації або об'єднанні різних знакових систем» [39, с.237].

Гетерогенний текст розглядається як «феномен, в якому вербальні і образотворчі елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, що забезпечує його комплексну дію на адресата» [2, с. 76].

Таким чином, ключовими ознаками аналізованого типу текстів стають цілісність і комплексний вплив.

У теперішній час термін «полікодовий текст» активно використовується. Термін «полікодовий» є найбільш частотним з усіх наведених і нерідко використовується як той, що по-своєму «примирює» різні наукові напрямки, що обумовлено його «нейтральною» формою, що відбиває тільки одну, центральну і основотворчу ознаку аналізованих текстів – полікодовість, поєднання знаків різних семіотичних систем [33, с. 235].

Однак навіть цей «незаперечний» термін не зміг раз і назавжди примирити вчених: у сучасному науковому контексті зміст полікодовості переосмислюється: дослідники стали виділяти дікодові тексти як «нелінійне гомогенне утворення, що включає коди двох знакових систем», і полікодові тексти, побудовані на синтезі трьох і більше кодів, наприклад кіно, музичний кліп та ін. Втім, запропоноване термінологічне розмежування не додало нічого нового в зміст даного поняття, і обмежується «кількісною», а не якісною характеристикою [33, с. 247].

Учені відзначають також, що в сучасному інформаційному просторі широко використовуються і тексти, до складу яких входить звучить усний текст, музика і т. п., які називають багатоканальними. В рамках психолінгвістичних досліджень істотним стає той факт, що їх сприйняття вимагає підключення додаткових каналів.

Однак і тут протиставлення термінів засноване на «кількісному» підході, що не дозволяє в повній мірі відобразити як особливості аналізованого матеріалу, так і способи його аналізу. Найчастіше терміни для позначення текстів розглянутого типу утворюються за принципом номінації знакових систем, які формують структуру аналізованого тексту.

Прикладом тому можуть служити наступні позначення:

- лінгвовізуального комплекс;
- ізовербальний текст;
- відеовербальний текст і ін. [33, с. 174-176].

Слід зазначити, що дані терміни мають на увазі певне обмеження, так як в якості невербального компонента виступає тільки зображення, а значить, ці слова належать до вузького кола креолізованих текстів. Надалі дослідники, які розробляли оптимальний варіант шуканого терміну, закладали в його основу ключові, на їхню думку, характеристики:

- 1) складовий, гібридний (складна структура аналізованого тексту);
- 2) семіотично-ускладнений, інтерсеміотичний (взаємодія різних семіотичних систем) та ін. [33, с. 192-194].

Останній принцип у сучасній науці, що займається креолізованим текстом, визнається провідним, так як саме взаємодія знаків двох і більше систем у структурі аналізованих текстів є однією з головних відмінних і основоположних рис [25, с. 182].

Отже, визначення «полікодовий», «семіотично-ускладнений» текст представляються найбільш бажаними для позначення родового поняття негомогенних, синкретичних повідомлень (текстів), утворених комбінацією елементів різних знакових систем за умови їх взаємної синсемантиї, тобто при однаковій значущості всіх знакових систем, що беруть участь в оформленні даного повідомлення (тексту), при неможливості заміни або пропуску однієї з них.

Дослідники, які дотримуються даного аспекту розгляду, як правило, спираються на герменевтичний підхід, що дозволяє аналізувати вербальні і невербальні компоненти як єдиний комплекс, який створюється в певних умовах і з певною метою [25, с. 197-198].

Для позначення текстів, у структурі яких знаки різних семіотичних систем вступають у більш складні відносини – взаємовпливу,

взаємодоповнення і т. п., – доцільно зберегти метафоричний термін, запропонований Ю. Сорокіним і Е. Тарасовим, – «креолізація». Ми, повністю погоджуючись з цією позицією, в своїх дослідженнях використовуємо термін «креолізований».

Запропонований огляд дозволяє не тільки побачити всю палітру теоретичних номінацій креолізованого тексту, а й виділити його ключові характеристики, значимі для сучасного вченого:

- складну форму;
- поєднання одиниць різних семіотичних систем (двох і більше);
- відносини взаємозв'язку, взаємодоповнення, взаємовпливу;
- комплексний вплив тексту на адресата [5, с. 45].

На основі вищесказаного було сформульовано таке компромісне визначення. Отже, креолізований текст характеризується складною формою, тобто заснований на поєднанні одиниць двох і більше різних семіотичних систем, які вступають у відносини взаємозв'язку, взаємодоповнення, взаємовпливу, що обумовлює комплексний вплив на адресата. Прикладами креолізованих текстів слугують кінотексти, тексти радіомовлення, засоби наглядної агітації і пропаганди, плакати, рекламні тексти, комікси та карикатури.

## **1. 2. Види креолізованих текстів та їх структурні компоненти**

Дослідники першочергово описують саму структуру креолізованого тексту, тобто виділяють основні знакові одиниці – його складові, потім аналізують їх семантику та взаємодію.

Таким чином, на початковому етапі роботи вчені виділяють основні компоненти «класичного» креолізованого тексту. У переважній більшості досліджень описується двочастинна структура креолізованих,



так званих дікодових текстів, в якій виділяються вербальна і невербальна частини.

Оскільки центральною позначеною проблемою в сучасних роботах є візуальна семантика, а саме виділення деяких дискретних одиниць зображення і аналіз їх взаємодії з вербальною семіотичною системою, то серед невербальних (в інших термінах образотворчих, іконічних) елементів розглядають ілюстрації (малюнки, фотографії, карикатури та ін.), схеми, таблиці, символічні зображення, формули і т. п. [22, с. 153].

Тут, на нашу думку, потрібно зробити ряд уточнень, опираючись на думку М. Ворошилової. По-перше, охарактеризований підхід безумовно обмежує саме поняття «креолізованого тексту»: важливо врахувати, що в залежності від розглянутого матеріалу для оформлення креолізованого тексту можуть використовуватися такі знакові системи, як звукові, атрибутивні та інші. Слід зазначити, що ця обмеженість обумовлена як традиціями вітчизняної лінгвістики, так і тим набором лінгвістичного «інструментарію», який знаходиться в розпорядженні сучасного вченого. По-друге, необхідно відзначити, що термінологічно небеззаперечно при аналізі креолізованих текстів в якості еквівалентної, рівнозначної заміни позначення образотворчого компонента використовувати термін «іконічний компонент» [11, с. 127].

Також сумнівною видається і практика заміни визначення в терміні «образотворчий компонент» словом «візуальний», так як у письмовій формі повідомлення (тексту) будь-якого типу, словесний ряд так само візуальний, як будь-який інший, значущими є шрифт, колір, стиль написання і т. ін. Тому вважаємо за доцільне розрізняти вербальний і невербальний компоненти в креолізованих текстах, хоча заради справедливості відзначимо, що часто дослідники використовують ці терміни як синоніми, щоб уникнути занадто частих повторів, заради чистоти стилю.

Відзначимо, що в сучасних роботах психолінгвістів усе частіше піднімається питання про багатоканальні тексти, що мають більш складну структуру, наприклад музичні кліпи, в яких на рівних працюють текст (в тому числі усний), музичний і візуальний ряд.

Безсумнівно, що підключення нових знакових систем ускладнює не тільки сам текст, а й процес його сприйняття, «прочитання». Такі тексти вимагають особливого підходу до їх вивчення і відповідного методологічного інструментарію [11, с. 23-24].

Друга проблема, що висвітлюється сучасними вченими, які вивчають креолізований текст, – семіотична природа вербальних і невербальних знаків.

З точки зору «традиційної» семіотики невербальний знак принципово відрізняється від вербального, так як семантика зображення в порівнянні зі словом характеризується деякою невизначеністю, розмитістю.

Дійсно, значення зорових образів у кіно, рекламі, коміксах, журнальної і газетної фотографії і т. ін. зазвичай підкріплюються мовними повідомленнями, і нерідко частина невербального (візуального) повідомлення виявляється надлишковою, дублюючою або акцентує мовну складову [13, с. 45].

Отже, з одного боку, є загальновизнаною унікальність знакової системи мови і вторинність всіх інших приватних семіотик. Мова здатна надати речам знакову функцію, не властиву їм по їх суті, а невербальним висловлюванням – лише додаткові значення.

З іншого боку, в сучасному науковому дискурсі існує інша точка зору, згідно з якою невербальна (іконічна, візуальна) мова принципово не відрізняється від вербальної: «... будь-яку створене безпосередньо людиною зображення абстрактно, бо воно означає виділені абстрактні людиною властивості об'єкта. У цій своїй функції зображення не

відрізняється від слова. Як слово, так і зображення можуть висловлювати поняття різних рівнів абстрактності» [23, с. 112].

У семантиці зображення дослідники, за аналогією зі словом, виділяють денотативні і конотативні значення. Так, наприклад, невербальний знак, на думку Р. Барта, містить два види денотації:

- 1) денотації, конотаціями яких є реальні предмети,
- 2) денотації, конотаціями яких є ідеї, образи і т. п. [41, с. 146].

Класичний приклад – зображення білого голуба: з одного боку, воно означає самого птаха, з іншого – це традиційний образ миру. Отже, інформація першого типу (по аналогії зі структурою семантики слова) є денотативною, тобто до певної міри буквальною, її розуміння не представляє для адресата труднощів і ґрунтується на якихось спільних знаннях, інформація ж другого типу конотативна, ґрунтується на різних асоціативних зв'язках, а значить, її розуміння передбачає наявність у адресата уявлень про певний культурний код, соціальні зв'язки, національну специфіку, отже, інформація даного типу допускає багатоваріативність тлумачення.

Так, образ білого голуба в різних країнах може бути зрозумілий і як чистота душі, втілення лагідності і смиренності, і як душа померлого родича – янгол-охоронець.

Не менш значущим у сучасних дослідженнях є питання про вплив, прагматичного потенціалу невербальних і вербальних компонентів креолізованого тексту. Вчені одноголосно приймають як факт, що інформація, передана вербально або невербально, сприймається по-різному [7, с. 87].

Є загальновизнаним і те, що вербальна інформація, як правило, надає раціональний вплив, а невербальна активізує підсвідомий (емоційний) рівень сприйняття; вербальні засоби передають інформацію переважно про зовнішній світ, у той час як невербальні – про емоційну сторону комунікації.

З одного боку, аналіз креолізованих текстів на матеріалі художніх творів показує, що приєднання до вербального тексту зображення, що знаходиться з ним у відношенні синонімії або доповнення, призводить до зменшення емоційності художнього тексту, знижує його інформативність і переконливість [13, с. 57], що обумовлено психологічними особливостями сприйняття креолізованого тексту [13, с. 60].

Сприймаючи вербальний текст, ми приписуємо йому такі характеристики, які можуть бути вилучені з самого тексту, а також з нашої концептуальної системи (картини світу); додане зображення закладає вже готовий код для «прочитання» тексту і таким чином накладає обмеження на його сприйняття, звужує можливості його інтерпретації.

З іншого боку, в результаті аналізу рекламного тексту вчені довели, що саме невербальні компоненти збільшують можливості інтерпретації: в даному випадку «перебудова смислового коду спрямована в бік розширення концептуального поля» [27].

У текстах наукових, особливо науково-технічних, втрата невербального ряду веде до втрати пізнавальної сутності всього тексту, і більш того, вербальний текст у таких випадках стає лише сполучною і вводячою ланкою, становить своєрідну рамку, «пакувальний матеріал» [9, с. 155-156].

Зважаючи на вищенаведене більш доцільним, з нашої точки зору, є визначення ступеня участі вербальних і невербальних компонентів в організації креолізованого тексту.

Е. Анісімова в залежності від наявності зображення і характеру його зв'язку з вербальною частиною виділяє три основні групи креолізованих текстів:

- тексти з нульовою креолізацією;
- тексти з частковою креолізацією;

- тексти з повною креолізацією. [2, с. 74-78]

Тексти з нульовою креолізацією – це «традиційні» тексти, в структурі яких невербальні компоненти не представлені. У текстах з частковою креолізацією між вербальними і невербальними компонентами складаються автосемантичні відносини: вербальна частина відносно автономна, незалежна, а невербальні елементи тексту виявляються факультативними. Таке поєднання часто знаходимо в газетних, науково-популярних і художніх текстах. У текстах з повною креолізацією вербальна частина не може існувати окремо, незалежно від невербальної, – між обома компонентами встановлюються синсемантичні відносини. Така залежність зазвичай спостерігається в рекламі (плакат, карикатура, оголошення та ін.), а також в наукових і особливо науково-технічних текстах [1, с. 15].

Аналогічну класифікацію пропонує А. Бернацька, яка теж виділяє три ступеня креолізації:

- сильну – зі взаємною синсемантиєю систем, які беруть участь;
- помірну – при явному домінуванні однієї системи і допоміжної ролі іншої;
- слабку – коли мова йде про традиційні парамовні засоби комунікації (фонаційні, кінетичні, графічні) [5, с. 45].

В якості безсумнівної переваги останньої класифікації зазначимо введення поняття слабкої креолізації, яке видається нам більш правомірним і обґрунтованим, ніж поняття нульовий, оскільки в сучасному світі не доводиться говорити про «чисті тексти». Характеристикою будь-якого письмового тексту (а текст креолізований, як правило, письмовий) є розмір і гарнітура шрифту, колір, використання пунктуаційних і нерідко математичних знаків, а також інших лінгвістичних засобів.

Отже, більшість учених класифікують креолізовані тексти за ступенем участі вербальних і невербальних компонентів в організації креолізованого тексту, тобто за ступенем їхньої креолізації, розподіляючи їх на тексти з сильним ступенем креолізації, помірним ступенем креолізації та слабким ступенем креолізації. Також, відзначимо, що креолізовані тексти мають характерну структуру, складаючись з вербальних та невербальних компонентів.

### **1.3. Карикатура та її зіставлення з іншими типами креолізованих текстів**

Поняття «карикатура» походить від італійського слова “*caricare*“, яке має значення «навантажувати, перебільшувати, посилювати, згущувати». Під карикатурою розуміється «спосіб художньої типізації, використання засобів шаржу і гротеску для критично цілеспрямованого, тенденційного перебільшення і підкреслення негативних сторін життєвих явищ або осіб; сатиричне або гумористичне зображення, що дає критичну оцінку будь-яким певним суспільно-політичним і побутовим явищам або конкретним особам і подіям» [21, с. 126].

Зауважимо, що в англійській практиці для позначення того, що ми розуміємо під карикатурою, частіше використовується слово “*cartoon*“, одне зі значень якого «сміховинно спрощене зображення, сатирична вистава»[21, с. 126-127]. Проте і термін “*caricature*” також використовується, але ці слова, що позначають види графічного мистецтва, мають різне семантичне наповнення. Згідно з поясненням К. Макбрайд (Kelly McBride) з американського інституту Poynter (Poynter Institute), “*caricature*” – зображення, яке відображає риси людини і одночасно гіперболізує їх з метою отримання комічного ефекту, а “*cartoon*” – вид візуального мистецтва, яке представляє собою

мальований від руки або за допомогою комп'ютера образ, що також створює комічний ефект [42].

Як підкреслює У. Еймс, такий вид графічного зображення може носити як гумористичний характер, так і бути сатирично нещадним, крім того, на відміну від карикатурного /шаржового зображення людини (*caricature*), адресованого тим, хто знайомий із зображеною персоною і може подумки погодитися з художником, що виділив характерні риси, сатирична карикатура (*cartoon*) будується на серйозному знайомстві з предметом зображення, а також вона стисло і змістовно висловлює думку редакції, служить поточним коментарем до громадських змін і часто спрямована на придушення соціальної інерції [40].

Таким чином, в англійській мові “*caricature*” має більш вузьке значення, близьке до поняття «шарж», в той час як слово “*cartoon*” вбирає в себе все різноманіття форм цього сатиричного мистецтва.

Карикатура як тип креолізованого тексту за своїми суттєвими ознаками перетинається з іншими видами текстів. Розглянемо їх основні спільні та відмінні риси.

Плакат і карикатура, як креолізовані тексти і жанри ЗМІ мають багато подібних якостей, але також і вельми принципові відмінності. Так, плакат – витвір мистецтва, різновид тиражованої графіки. Лаконічне, помітне, найчастіше кольорове зображення з коротким текстом, виконане, як правило на великому аркуші паперу, виготовляється з рекламною, інформаційною, навчальною метою [11, с. 89-91].

Карикатура має іншу комунікативну мету – критику злободенних соціальних і політичних подій. І, незважаючи на те, що як жанр мистецтва вона може бути використана в плакаті (особливо на міжнародні та побутові теми, де типові сатиричні образи збірного характеру), головна її функція – комічний ефект, що дає критичну оцінку будь-яким подіям.

Плакат визначається в науковій літературі як один із засобів «мовного і немовного впливу, спрямованого на формування певних ціннісних установок у професійній та громадській діяльності» [34, с. 182].

Механізм дії полягає в передачі інформації, формуванні на її основі інтересів, потреб, в кінцевому рахунку, світогляду індивіда і, нарешті, спонуканні його до активної, цілеспрямованої і ефективної діяльності. Карикатура не має мети прямо впливати або змінювати докорінно погляди і установки людини, їй швидше властиво непрямий вплив (посилення або ослаблення вже наявних політичних поглядів індивіда) [21, с. 128-130].

Плакат і карикатура збігаються в задачах впливу на реципієнта. До таких завдань, по-перше, відносять залучення до зображення мимовільної уваги (тому важливу роль, як в плакаті, так і в карикатурі грає вмiле поєднання образотворчих і вербальних засобів). Найбільш поширеним в цьому випадку є звернення до принципу контрасту. По-друге, необхідно відзначити завдання утримання уваги реципієнта і стабілізації його інтересу. По-третє, карикатура і плакат не деформуючи установки на власне сприйняття, повинні володіти елементом відсторонення, відчуження, таким собі новим, незнайомим змістом, який змушує реципієнта не просто дізнатися плакат або карикатуру, а зрозуміти і зафіксувати сенс [34, с. 194-197].

При сприйнятті і розумінні плаката, як і карикатури, важливе значення мають ті культурологічні навички сприйняття даних творів мистецтва, які формуються у реципієнта під впливом культурного фонду і фону, характерного для тієї чи іншої лінгвокультурної спільності.

Комікс, як і карикатура, є художнім твором і належить сучасній масовій культурі і функціонує в засобах масової інформації. Комунікативною метою коміксу (і основною його функцією) є, розвага читачів або задоволення їх пізнавального інтересу, що відрізняється від



комунікативної мети карикатури. Карикатура (особливо політична) розрахована на аудиторію дорослих людей, що володіють необхідними фоновими знаннями. Комікс адресований в більшості випадків дітям і підліткам.

Саме визначення коміксу підказує іншу відмінність карикатури від коміксу. Комікс – це багатокадровий малюнок з текстовим супроводом, у той час як карикатура, як правило, – це один єдиний малюнок.

У коміксі йде розвиток сюжету в декількох картинках (є початок, розвиток теми і висновок). Разом вони представляють єдину, завершену композицію, а окремо – втрачають свій сенс. «Форма коміксу є комплексом знаків різних сигнальних систем, об'єднаних загальною функцією, яка полягає в передачі різноманітної інформації, тобто в актуалізації художньої інтенції автора» [22, с. 56]. Звідси очевидні такі дві властивості коміксу, як здатність до членування, де одиницею коміксу є кадр; протяжність і динаміка.

Загальний огляд карикатур дійсно показує, що в більшості карикатур категорія членованості реалізується відмінно від коміксу. Загальним для тексту коміксу і тексту карикатури є можливість поділу його на вербальну і паралінгвістичну частини, можливість розчленування вербальної частини на окремі висловлювання, і розкладання паралінгвістичної частини на окремі одиниці (елементи одягу, частини тіла і т. п.).

Однак такий поділ призводить до втрати загального сенсу тексту карикатури. Дискретною одиницею тексту однокадрової карикатури (як і кадру коміксу) може умовно виступати сукупність деяких вербальних висловлювань та паралінгвістичних елементів. Таке членування розглядається як умовне, оскільки в однокадрових карикатурах (які кількісно перевищують багатокадрові) сенс закладається в одному єдиному кадрі, який є єдиним, сюжетно витриманим і закінченим твором. Така властивість коміксу як членованість на кадри не

характерна для однокадрової карикатури. У текстовому просторі багатокадрових карикатур категорія дискретності реалізується так само, як і в тексті коміксів. Таким чином, відрізнити багатокадрову карикатуру від коміксу ми можемо тільки шляхом визначення її комунікативної мети, що полягає в сатиричній критиці злободенних соціальних і політичних подій, що не властиво коміксу [22, с. 71].

Карикатуру, як і комікс, можна розглядати як літературний твір, якщо вони містять у собі вербальний компонент, і якщо виходити з положення, запропонованого Ж. Женетт, де стверджується, що «твір мистецтва належить літературі лише остільки, оскільки воно вдається до посередництва мови, а у мови є тільки один спосіб стати витвором мистецтва, і це є вигадка» [17, с. 289].

І в карикатурі, і в коміксі міститься елемент вигадки. Дія карикатури, так само, як і коміксу, може розгортатися не тільки в сьогоденні, але і в минулому, майбутньому, на інших планетах, на тому світі і т.д. Але, якщо комікс може бути заснований на чистому вимислі або частковому, то в карикатурі зустрічається тільки часткова вигадка, так як основою для карикатури, особливо на політичну тематику, завжди служать реальні факти, події і люди. У карикатурі політичні суб'єкти можуть бути зображені в стандартних умовах (в Сенаті, наприклад), тобто вигадка може повністю бути відсутня. Відповідно, ми робимо висновок про те, що повна вигадка в карикатурі, на відміну від коміксу, неможлива [37, с. 195-199].

Таким чином, карикатура і плакат розрізняються, перш за все, комунікативними цілями. Карикатура має на меті критикувати і висміювати неадекватні якості і неадекватні дії соціальних персонажів, в той час як плакат створюється в рекламних, агітаційних або навчальних цілях.

Різниця між карикатурою та коміксом полягає в орієнтації на різну аудиторію, характері членованості, ролі вимислу в сюжеті і

комунікативної мети (розважальна або пізнавальна спрямованість коміксу і сатирична спрямованість карикатури) [18, с. 136].

Карикатуру, плакат і комікс можна протиставити такому різновиду креолізованого тексту як фільм, «зафіксована на плівці або іншому матеріальному носії послідовність кадрів, що представляє собою фотографічне або мальоване зображення, зазвичай супроводжується звуковим рядом (промовою, музикою, шумами)» [20, с. 12].

Поєднання вербального, паралінгвістичного і звукового рядів становить унікальну особливість фільму як тексту, в той час як тексти плаката, карикатури і коміксу не мають аудіокомпоненту в якості своєї складової. Винятком є рідкісні приклади карикатур з Інтернету, автори яких в прагненні виділитися з маси інших художників, використовують звукові ефекти. Однак ці звукові ефекти зазвичай представляють собою музику або короткі вигуки [20, с. 105-106].

Розвиток сюжету фільму відбувається в результаті динамічної зміни кадрів, зміни ракурсу, кольоровості і освітленості [20, с. 35], тоді як сюжет однокадрової карикатури фіксований і статичний. Винятком можуть бути лише поодинокі приклади карикатур з Інтернету, персонажі яких рухаються подібно лялькам в ляльковому театрі і повторюють (щоправда без звуку) свої репліки. Можливо, в майбутньому такі «рухомі» карикатури будуть розглядатися як особливий жанр, відмінний від друкованої карикатури, але сьогодні робляться лише перші кроки в цьому напрямку.

Політична карикатура є частково або повністю креолізованим текстом, оскільки її вербальний і образотворчий компоненти утворюють одне візуальне, структурне і смислове ціле. Повністю або частково креолізований текст відрізняється від ілюстрації, що додається до буквеного тексту, оскільки ілюстрація може існувати в різних варіантах, частіше створюється пізніше літерного тексту і автор ілюстрації не обов'язково є автором літерного тексту. Креолізованим може вважатися

тільки той текст, частини якого (вербальна і невербальна) створюються одноразово часто одним автором. Для креолізованого тексту виключається існування різних варіантів образотворчої частини.

Тема тексту політичної карикатури завжди обумовлена актуальними подіями зі світу політики. Карикатура є повідомленням в комічній формі про політичні події, що відбуваються, або вже відбулися.

Існує два типи карикатур: однокадрова і багатокадрова, подібна коміксам. Переважним типом в Україні є однокадрова карикатура, на Заході і в США співвідношення однокадрових і багатокадрових політичних карикатур приблизно однакове.

Однокадрова карикатура відрізняється невеликим об'ємом інформації, укладеному в єдині рамки, і наявністю однієї сюжетної лінії, де розвиток сюжету дуже обмежений. Формальний поділ на кадри в багатокадровій карикатурі робить її подібною до тексту коміксу, де саме послідовність кадрів показує зміну сюжетної лінії [21, с. 127].

Отже, карикатура є подібною до інших креолізованих текстів, таких як комікси, плакати та фільми. Креолізований текст карикатури подібний до інших видів креолізованих текстів наявністю однакових елементів креолізованого тексту – вербальних і невербальних. Карикатура може включатися в текст плаката або коміксу, виступаючи як елемент загального текстового простору, підкоряючись його правилами і втрачаючи свої основні функції. У той же час в політичній карикатурі можуть використовуватися алюзії на відомі плакати.

Різниця між різними видами креолізованих текстів полягає в різних цілях та засобах донесення інформації. Карикатура і плакат розрізняються, перш за все, комунікативними цілями. Карикатура має на меті критикувати і висміювати неадекватні якості і неадекватні дії соціальних персонажів, в той час як плакат створюється в рекламних, агітаційних або навчальних цілях [37, с. 184-189].

Різниця між карикатурою та коміксом полягає в орієнтації на різну аудиторію, характері членованості, ролі вимислу в сюжеті і комунікативної мети (розважальна або пізнавальна спрямованість коміксу і сатирична спрямованість карикатури).

Карикатура і фільм відрізняються один від одного наявністю аудіокомпонента. Фільм майже завжди містить цей елемент, тоді ж як карикатура – ні.

## РОЗДІЛ 2

### КАРИКАТУРА В ЖАНРОВОМУ ПРОСТОРИ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ДИСКУРСУ

#### 2.1. Метафора як основний засіб створення американської політичної карикатури

Важливим елементом, який скріплює вербальну і іконічну сторону креолізованого тексту, часто виступає такий лінгвістичний інструмент, як метафора.

У сучасному світі активно розвивається теорія візуальної метафори, яка вибудовується через співвіднесення двох зорових образів, тобто візуальна метафора створюється за рахунок монтажу двох і більше візуальних образів. У результаті роботи такого монтажу виникає третій план, тобто нова реальність, що, в свою чергу, є базовою функцією метафори.

Слід зазначити, що в сучасній лінгвістиці з'ясування природи явища метафоризації ведеться в двох принципово різних напрямках – семантичному і когнітивному. Перший напрямок описує механізм і результат перенесення, ґрунтуючись на концепціях значення, для нього характерний інтерес до семантики і функцій метафори, закономірностей процесу метафоризації, її стилістичних можливостей.

Однак, поряд із традиційним семантичним підходом до вивчення метафори, в західній лінгвістичній науці зародився принципово інший напрямок, що ґрунтується на когнітивному підході. Лінгвокогнітивний напрям в дослідженні метафори описує механізм і результат перенесення, використовуючи поняття «аналогії», «знання».

У лінгвокогнітивних дослідженнях метафора розуміється не як троп, покликаний прикрасити мовлення та зробити образ більш зрозумілим, а як концептуальний феномен, спосіб концептуалізації

абстрактної або незнайомої сфери крізь призму конкретної або інтуїтивно зрозумілої сфери. Для дослідження політичної карикатури більш доцільним, на нашу думку, видається вивчення процесу метафоризації саме з когнітивної позиції, оскільки вона дозволяє проаналізувати вербальну та невербальну частину у їх цілісності та їх роль у створенні метафоричних образів [29, с. 101-102].

У процесі інтерпретації іноземних карикатурних текстів часто виникають проблеми, зумовлені тим, що автори звертаються до елементів, які є частинами когнітивного простору їхньої рідної культури і, як наслідок, є незнайомими для представників інших культур. Серед причин, що призводять до нерозуміння карикатур (наприклад, комічності ситуації) слід виділити розбіжності в системах цінностей і розбіжність когнітивних баз представників різних культур [29, с. 103].

Після збору матеріалу, нами було проведено аналіз із використанням різних підходів до опису і класифікації взаємозв'язків основних компонентів карикатури – вербальної та невербальної її частин. Вербальний компонент був представлений у вигляді напису, коментаря, невербальна частина представлена у вигляді малюнка. Для того, щоб описати відносини між частинами, за основу була взята класифікація С. Зауербір, в якій виділяються наступні функції:

- паралельна кореляція, що передбачає повне повторення малюнком і вербальним компонентом один одного;
- комплементарна, при якій вербальний і невербальний компоненти частково перекривають один одного;
- субстантивна, при якій невербальна частина заміняє вербальну;
- інтерпретативна, що означає відсутність чітких точок дотику між невербальною і вербальною інформацією, але сенс може бути визначений на асоціативній основі [43, с. 38-43].

Спираючись на думку В. Москвина та на основі аналізу політичних карикатур, ми можемо зробити таку семантичну

класифікацію метафор: антропоморфні метафори, фітометафори, зоометафори, матеріалізовані метафори [26, с. 84].

Матеріалом для нашого дослідження слугували політичні карикатури США, відібрані з публіцистичних видань останнього десятиріччя. Так, аналіз сучасних американських політичних карикатур за участю президента США Дональда Трампа показав, що найчастіше використовуються метафоричні моделі PRESIDENT IS A CLOWN та PRESIDENT IS A KING.

Звернемося до політичної карикатури М. Робінсона “All Hail King Trump!” (Рис. 1.1.).

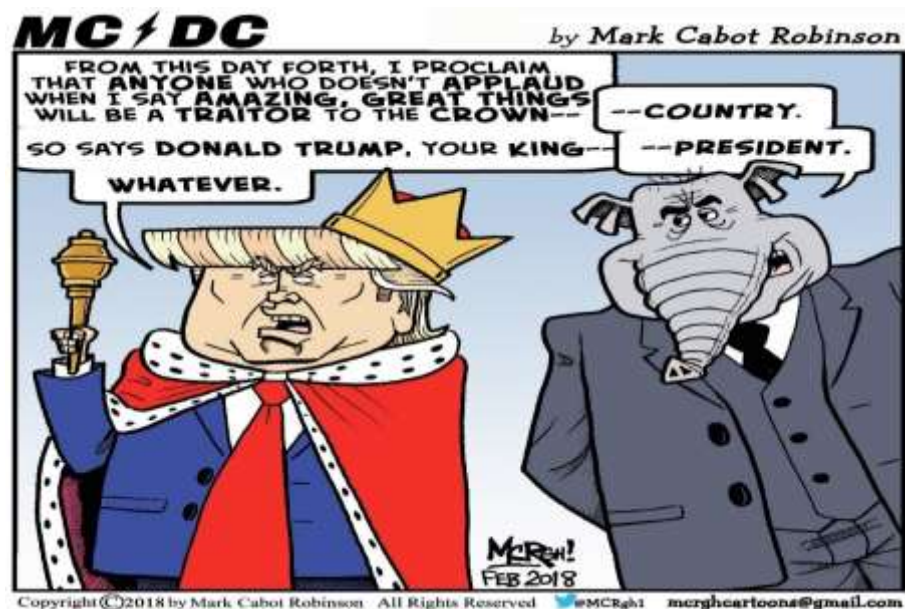


Рис. 1.1. Cabot Mark Robinson. “All Hail King Trump!”

Наведена політична карикатура демонструє метафору PRESIDENT IS A KING, причому дану метафоричну модель реалізовано на двох рівнях – іконічному та словесному. Карикатура відноситься до комплементарної групи, оскільки вербальна частина збігається з невербальною, і ми бачимо що Дональд Трамп в образі короля, каже речі притаманні королівській особі (*I proclaim, your king*).

Улюблена тема карикатуристів – зображення політичної боротьби під час виборів. Величезна кількість карикатур на задану тему повні



афоризмів, стилістичних прийомів, кожен з авторів по-своєму характеризує дії і наміри кандидатів, тим самим привертаючи увагу аудиторії.

На рис. 1.2. показана Хіларі Клінтон в образі Грінча, казкового персонажа, який намагався зіпсувати Різдво.

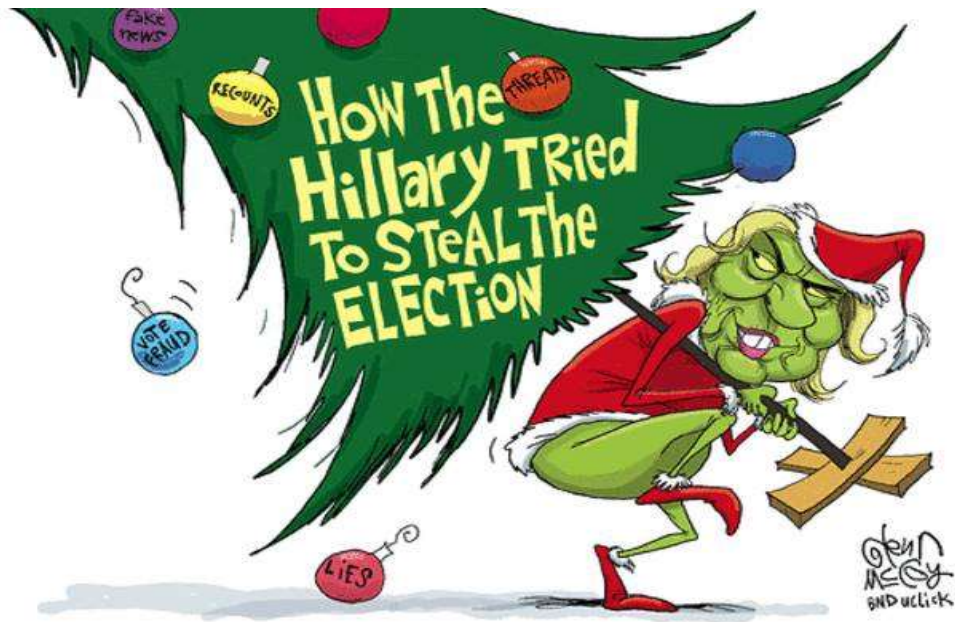


Рис. 1.2. McCoy Glen. “How the Hillary tried to steal the election”

На карикатурі Хіларі Клінтон несе ялинку “*How Hillary tried to steal the Election*” («Як Хіларі намагалася зіпсувати вибори»), на якій іграшки з написами “*vote fraud*” (підтасовка голосів на виборах), “*recounts*” (перерахунок голосів), “*treats*” (загрози зриву виборів), “*lies*” (фальшиві заяви), “*fake news*” (неправдиві новини). На даній політичній карикатурі створено метафоричну модель POLITICS IS A FRAUD. Дана карикатура розповідає про наміри Хіларі Клінтон змінити хід виборів і вплинути на результати голосування. Таким чином, метафоризація образу допомагає автору створити портрет кандидата, вказуючи тим самим, з одного боку, на найбільш яскраві якості і властивості (позитивні і негативні) політичних лідерів і з іншого – оповідаючи про

особливості їх діяльності. Данна карикатура реалізує функцію паралельної кореляції взаємодії вербальних і невербальних елементів.

Розглянемо приклад використання фітометафори в політичній карикатурі. Фітометафора – це створення метафоричної моделі із залученням сфери-джерела «рослинний світ». Прикладом може служити карикатура (Рис. 1.3.).



**Рис. 1.3. Zyglis Adam. “Putin and Trump”**

На наведеній карикатурі Дональда Трампа зображено у вигляді ромашки, на якій гадає президент Росії В. Путін: “*HE sanctions ME NOT, HE sanctions ME ... HE condemns ME NOT, HE loves ME NOT*” («введе санкції, не введе санкції, не засудить мене, не любить мене»). Таке подання президента саме в образі ворожбита на ромашці показує непередбачувані відносини Росії і США, розвиток яких на даний момент важко передбачити. Ця карикатура представляє метафору *POLITICS IS A GAME* та реалізує комплементарну функцію.

Наступний вид візуальної метафори в політичній карикатурі – зоометафора – метафора, створена із залученням сфери-джерела «тваринний світ»; сюди можна віднести героїв казок і вигаданих персонажів. Наведемо приклад карикатури із залученням зоометафори (Рис. 1.4.) де показана собака “*MAINSTREAM MEDIA*” (центральні ЗМІ), яка бігає за своїм хвостом “*TRUMP \ RUSSIA*” (відносини Трампа з Росією).

За допомогою даної метафори автор підкреслює безглуздість дій ЗМІ в спробах знайти в стосунках між президентом Дональдом Трампом і Росією сенсаційні факти.



Рис. 1.4. Garrison Ben. “Mainstream Media Chasing Its Tail”

Наведена карикатура демонструє інтерпретативну функцію, оскільки в ній немає чітких точок дотику вербальної і невербальної інформації.

На наступній карикатурі (Рис. 1.5.) показаний скелет динозавра, який складається з назв популярних ЗМІ в США.



Рис. 1.5. Garrison Ben. “The Mainstream Mediasaurus”

Зображений на карикатурі динозавр пропонує людині поруч:

“DO NOT PAY ATTENTION ON THAT FAKE NEWS!! - LISTEN TO ME!!” («Не звертайте уваги на ці придумані новини, вірте тільки мені»).

Назвою динозавра, який є метафоричним представленням американських засобів масової інформації, є авторський неологізм “MAINSTREAM MEDIASAUROS” («Найголовніший Медіазавр»), який відображає сатиричне насміхання автора над спробами журналістів завжди і всюди бути першими, з кожної інформації створювати сенсацію, всякими способами привертати увагу аудиторії. Уособлення основних американських медіа із динозавром реалізує метафору MASS MEDIA IS OUTDATED. Знаки оклику в реченні свідчать про високий емоційний посыл з боку ЗМІ і бажання утримати аудиторію будь-якими способами. Ця карикатура репрезентує інтерпретативну функцію.

Ще одна карикатура (Рис. 1.6. ) малює лідерів США та Північної Кореї, які сперечаються між собою. Повз них проносяться вершники в різних образах “DEATH” (Смерть), “FAMINE” (Голод), “CONQUEST” (Завоювання), “WAR” (Війна), які просять їх заспокоїтися і зупинитися. Даний сюжет говорить про небажання двох лідерів йти на поступки, про особисту неприязнь між собою, про те, що вони не помічають нічого навколо себе, а зайняті тільки з'ясуванням відносин. Когнітивна метафора, реконструйована з даної карикатури – POLITICS IS INDIFFERENCE.



Рис. 1.6. Hands Phil. “Important dispute”

Наведена карикатура представляє комплементарну функцію.

Наведемо приклад створення матеріалізованої метафори у політичній карикатурі (Рис. 1.7.).



**«Рис 1.7. Paresh Nath. “Mass Migration”**

На представлений політичній карикатурі біженці змальовані у вигляді потоку води, який переповнює греблю, побудовану країнами і організаціями з прав людини. Таким чином, через метафору MIGRATION IS UNCONTROLLABILITY автор передає стихійність, безконтрольність процесу міграції і нездатність країн впоратися з цим потоком. Ця карикатура реалізує комплементарну функцію.

Наступна карикатура (Рис. 1.8.) представляє антропоморфну метафору.



**Рис. 1.8. Benson Lisa. “Important choice”**

На представленій політичній карикатурі США зображені у вигляді чоловіка, який готується трибнути з гори. Для стрибка він має обрати один з парашутів, на одному з яких написано “*HILLARY*” (Хілари Клінтон), а на іншому “*TRUMP*” (Дональд Трамп).

Метафоричне порівняння двох кандидатів із парашутами говорить про ту важливу роль, яку відіграє президент для своєї країни, оскільки вибір визначає безпечне і благополучне існування не тільки країни в цілому, а й кожного громадянина. Ця карикатура представляє концептуальну метафору *POLITICAL CHOICE IS A RISK* та виконує інтерпретативну функцію.

На наступній карикатурі (Рис. 1.9.) ми можемо побачити Дональда Трампа, який тримає двері на яку щось дуже тисне.



**Рис. 1.9. Wilkinson Signe. “Donald J. Trump’s allergy to the truth”**

Таким чином автор хотів показати намагання Дональда Трампа стримати правду про свої дії і вчинки здійсненні в минулому. Ця карикатура демонструє метафору *POLITICS IS A RESPONSIBILITY* та виконує субстантивну функцію, оскільки невербальний елемент тут заміняє вербальний.

Метафора в політичній карикатурі завжди звертається до фонових знань (знання політичних подій, знання політичних лідерів, партій). Розглянемо карикатуру (рис. 1.10.), на якій представлено Пола Райяна,

який приборкує Дональда Трампа у вигляді бика, поруч стоїть слон і каже “DON'T CONTROL HIM... JUST GO ALONG FOR THE RIDE” («Не намагайся втихомирити його, просто слідуй за ним »).



**Рис. 1.10. Catalino Ken. “Be prepared for a wild ride”**

Для розуміння цієї карикатури необхідно знати, що слон – це символ республіканської партії в США, Пол Раян – це спікер Палати представників в США, який одним з перших підтримав Дональда Трампа, висунутого республіканською партією на пост президента. Дані фонові знання дають уявлення про основні інтенції автора – показати взаємини Трампа з представниками республіканської партії і зокрема з Полом Раяном. Ця карикатура втілює зооморфну метафору та реалізує комплементарну функцію. Метафора, реконструйована з даної карикатури - POLITICS IS UNCONTROLLABILITY.

Наступна метафора представляє матеріалізовану метафору (рис. 1.11.)

На цій карикатурі змальовано банкноту, на якій замість звичних президентів зображений Майкл Блумберг – колишній мер Нью-Йорка, мільярдер та колишній кандидат в президентській гонці 2020 року. За даними американських ЗМІ Блумберг витратив на свою президентську кампанію близько 500 мільйонів доларів США, але не зміг навіть близько наблизитись до лідерів цієї гонки за результатами опитування.

Тому він вирішив зняти свою кандидатуру, але витрачених мільйонів він вже не поверне.



**Рис. 1.11. Breen Steve. “Campaign spending”**

Ця карикатура реалізує субстантивну функцію, при якій невербальна частина заміняє вербальну.

Метафора, реконструйована з даної карикатури – ELECTIONS ARE A RISK.

Отже, проаналізовані метафори в політичних карикатурах являють собою відображення ставлення до влади або до певної політичної ситуації, які не є завуальованими політкоректністю. Основна мета візуальних метафор в американській карикатурі – це створення іронічного ефекту, для подання подій і представників влади в смішному вигляді. Головне завдання метафори в політичній карикатурі – впливати на адресата комунікативного повідомлення таким чином, щоб досягти максимальних результатів. Основною стратегією такої метафори є візуалізація. Для того, щоб головне завдання метафори була досягнута, використовуються різні лінгвістичні засоби впливу. У креолізованому тексті метафора виступає в ролі провідника, який скріплює іконічну і вербальну частини.



Аналіз сучасних американських карикатур показав, що з усіх проаналізованих карикатур (79), переважну більшість (42 / 53,17%) складають карикатури з комплементарною функцією взаємовідносин вербальної та невербальної частин, менше – з інтерпретативною функцією (16 / 20,25%), з функцією паралельної кореляції ще менше (12 / 15,19%) і найменше – з субстантивною функцією (9 / 11,39%).

Отже, концептуальні метафори, виділені з проаналізованих політичних карикатур, мають різні сфери-джерела, та розподіляючись на антропоморфну, зооморфну, фітоморфну та матеріалізовану. Концептуальні метафори, реконструйовані шляхом аналізу вербальної та невербальної частин політичних карикатур, створюють певний образ американської політики та політичних діячів. Так, президент Дональд Трамп, виступає в образі короля або блазня – PRESIDENT IS A KING, PRESIDENT IS A CLOWN. Американська політика зображена як сфера, яку важко контролювати (MIGRATION IS UNCONTROLLABILITY), в якій відбуваються різного роду маніпуляції (POLITICS IS A FRAUD, POLITICS IS A GAME), вибори метафорично представлено як великий ризик (POLITICAL CHOICE IS A RISK, ELECTIONS ARE A RISK), політики мають бути відповідальними за власні вчинки та народ (POLITICS IS A RESPONSIBILITY), але часто демонструють байдужість до нагальних питань (POLITICS IS INDIFFERENCE). Мас-медіа, які мають бути сучасними та неупереджено висвітлювати усі події постають у вигляді динозавра (MEDIA IS AN OUTDATED SPHERE).

## **2. 2. Стилiстичнi особливостi тексту американської полiтичної карикатури**

У зв'язку з посиленням ролі функціонального аспекту мови і постійним зростанням потреби практичного володіння різними видами мовленнєвої діяльності питання стилістичної інтерпретації мовних

факторів набувають все більшого значення в даний час. Не є винятком і тексти політичної карикатури.

Роль стилістики важко переоцінити, адже стилістика грає першочергову роль, так як стилістичний компонент присутній на всіх рівнях мовної системи.

На даний момент існує велика кількість класифікацій стилістичних образних засобів, які були розроблені лінгвістами і літературознавцями в усьому світі. За основу для нашої роботи взято класифікацію В. Кухаренко, яка ґрунтує свою теорію на рівневому підході, виділяючи такі мовні рівні:

- 1) фонографічний («графони», інші граматичні засоби) рівень;
- 2) морфологічний рівень (повторення морфем, оказіоналізми, авторські неологізми та ін.);
- 3) лексичний рівень (метафора, метонімія, синекдоха, гра слів, іронія, епітет, гіпербола, перебільшення, оксюморон);
- 4) синтаксичний рівень (різні типи речень, еліпсис та ін.; за типом зв'язку: полісиндетон, асиндетон, приєднання). Сюди ж включаються лексико-синтаксичні стилістичні прийоми такі, як антитеза, ретардація, порівняння, літота, перифраз.

Текст у карикатурі зведений до мінімуму, тому автору з різноманітності мовних засобів доводиться вибрати саме ті, які не тільки гармоніюють з візуальним компонентом, але й допомагають ємко і барвисто відобразити авторський задум.

Синтаксичний рівень мови надає карикатуристу дуже великі можливості для вибору конструкцій, здатних передати авторське бачення політичної ситуації в світі. Синтаксис тексту на відміну від інших рівнів не визначається безпосередньо змістом, тому він може служити прекрасним засобом для передачі додаткової інформації – емоційної, при цьому викликаючи стан зацікавленості, стурбованості,

що відповідає завданню карикатури – привернути суспільну увагу до відповідної проблеми.

Синтаксис тексту карикатури включає одиниці різного порядку – від словосполучення до складних речень, проте, слід зауважити, що основними формами є діалог чи монолог героїв карикатури. Важливо відзначити, що в тексті карикатури зустрічаються як синтаксичні конструкції, так і стилістичні фігури. Розглянемо детальніше синтаксичні конструкції, які вживаються авторами політичних карикатур.

Синтаксичний паралелізм створює особливу напружену атмосферу в тексті, тим самим залучаючи читачів до активної участі в суспільно-політичних подіях. Розташування однорідних речень відбувається за принципом поступового посилення означуваної ознаки, події або характеристики політичного лідера. Часто градація заснована на повторенні дієслів, при цьому поступово наростає значущість тієї або іншої дії для вираження змісту тексту.

У карикатурі (Рис. 2.1.) президент Дональд Трамп зображений у вигляді потягу та везе вагони з написами штатів, де він отримав підтримку, а попереду нього на дрезині їде Мітт Ромні зі слоном – символом республіканської партії. Ромні повторює слова “*He’s a Con Artist... A Con Artist... Con Artist... Con Artist...*”, марно заспокоюючи себе словами, що Трамп – шахрай. Мітт Ромні, як і Трамп – представник республіканської партії, тому слон, побачивши, що Трампа вже не зупинити, каже Мітту Ромні: “*It’s over*” («це кінець»). Тим самим автор робить алюзію на відкликання республіканцями кандидатури Ромні на президентських виборах. В словах Ромні представлені паралельні конструкції, які створюють ритм, що імітує звук потягу. У цій карикатурі “*THE TRUMP TRAIN*” представлені фонографічні, морфологічні та лексичні засоби актуалізації. У назві карикатури “*THE TRUMP TRAIN*” – повторення звуків – алітерація, у фразі Мітта Ромні – ономотопея та

повторення, а потяг Трампа слугує метафорою на його безперешкодний шлях до президенства.



Рис. 2.1. Garrison Ben. “The Trump Train”

Переривання речення служить для стилістичної експресивності, пропонуючи читачам можливість оцінити та інтерпретувати сюжет самостійно без пояснень автора. Незакінчені речення, можуть, з одного боку, бути додуманими читачами відповідно до їх знань, а, з іншого – відображають авторську недомовленість або очевидну істину.

Так, наприклад, у першому кадрі наступної карикатури (Рис. 2.2.), представлений Махмуд Ахмадінежад, колишній президент Ірану, зі словами “*THE HOLOCAUST DIDN'T HAPPEN...*”. У другому кадрі президент продовжує свою промову “*YET...*”, при цьому поруч з ним знаходиться атомна бомба. Умисне замовчування в обох реченнях говорить про невпевненість міжнародного співтовариства в невизначених намірах Ірану, який стверджує про наявність ядерного потенціалу. У цій карикатурі присутні синтаксичний та лексичний засоби – переривання речення та іронія.



Рис. 2.2. Anderson Nick. “No Holocaust... Yet?”

Навмисне виділення прислівника показує приховану загрозу з боку Ірану і натяк на можливі дії щодо світової спільноти.

Особливо напружений стан або дуже зацікавлене, небайдуже ставлення до політичної проблеми може проявлятися у вигляді парцеляції – спеціального членування цілого речення на прості, при цьому не тільки створюється підвищена експресивність, але і підкреслюється семантика кожної виділеної частини.

Яскравим прикладом може служити карикатура (Рис. 2.3.), де Слон (представник республіканської партії в Америці) на стіні виводить принципи партії:

*“The Principled\* Pachyderm”*: NEVER EVER RAISE TAXES\* (unless they are payroll taxes), MARRIAGE IS SACRED\* (unless Newt needs another divorce), BIG GOVT IS BAD \* (except the military part), GET GOVT OFF OUR BACKS\* (and into our uteruses), DEFEND THE FAMILY\* (unless they're illegal immigrants), BE CIVIL\* (unless you're Rush or Ann Coulter)”.

У представленій карикатурі присутні засоби лексичного рівня актуалізації – метафора (слон як символ республіканської партії) та іронія (у написах на стінах).



Рис. 2.3. Wuerker Matt. “The principled pachyderm”

Цей поділ показує конкретні принципи партії республіканців і характеризує їх суспільно-політичну установку і переконання. Авторське доповнення до принципів служить іронічним поясненням кожного з наведених висловлювань і відображає авторську позицію по відношенню до них. Слід зауважити, що для розуміння кожного з висловлювань необхідно володіти фоновими знаннями, оскільки автор дає посилання на політичних і громадських діячів, зв'язок з якими допомагає автору втілити комічну ідею в реальність. Наприклад, «Шлюб священний, поки Ньюту не буде потрібно ще одне розлучення», тобто уряд виступає за єдність подружнього союзу, проповідує збереження сім'ї, але, коли справа стосується політиків, то тут можливі винятки, які можна виправдати. У цій карикатурі автор використовує засоби актуалізації фонографічного рівня, такі як графони.

Створюючи карикатуру, автор звертається до найрізноманітніших засобів, якими володіє мова, у тому числі і одиницям усіх рівнів, що володіють забарвленням будь-якого функціонального стилю.

У вербальному компоненті карикатури можуть включатися різного роду документи, листи, закони, правові документи, які він цитує або

злегка змінює, слідуючи комічній інтенції сюжету. Крім того, йому доводиться продумувати репліки своїх героїв – політиків, офіційних представників, президентів, тому в цьому випадку можна говорити про дотримання стилів для реального зображення героїв. Однак карикатура ставить своєю метою не натуралістичне відтворення слів або дій політиків, для цього існує публіцистика, а в комічній формі відобразити важливі політичні процеси, що відбуваються в суспільстві і в світі і висміяти політичних діячів.

Прикладом може служити карикатура (Рис. 2.4.), де в порожній школі на підлозі лежать гільзи від патронів, а на дошці написано: *“History Lesson: Those who cannot learn from the past are condemned to repeat it! – George Santayana”*. Тут присутній лексичний і синтаксичний засоби – цитування і алюзія.



**Рис. 2.4. Zygles Adam. “History Lesson”**

Цитуючи слова американського філософа і письменника, автор висловлює свою громадянську позицію по відношенню до масового вбивства дітей в школі, беззахисності людей в суспільстві, оскільки суспільство живе в постійному страху за себе і за дітей, яких воно не може захистити.

Текст карикатури не є цитуванням висловлювань політиків, вони є героями дій або подій, створені автором. Викладаючи зміст, карикатурист прагне знайти для його вираження ідеальну форму, тобто відносно композиції – розташувати мовні одиниці таким чином, щоб вони мали здатність для вираження сенсу і впливу на читача. Однак автор при створенні карикатури не керується тільки специфікою одного мовного рівня, він створює конструкції, виходячи з основного завдання карикатури – комічна критика суспільно-політичних подій. Найчастіше автори використовують порушення в граматиці і семантиці, які роблять сюжет карикатури комічним.

Прикладом може служити карикатура (Рис. 2.5.), де у ворота раю входить колишній мер Нью-Йорка Ед Кох зі словами “*HOW'M I DOIN'?*”. Граматичне і семантичне спотворення питання-вітання створює комічну ситуацію.



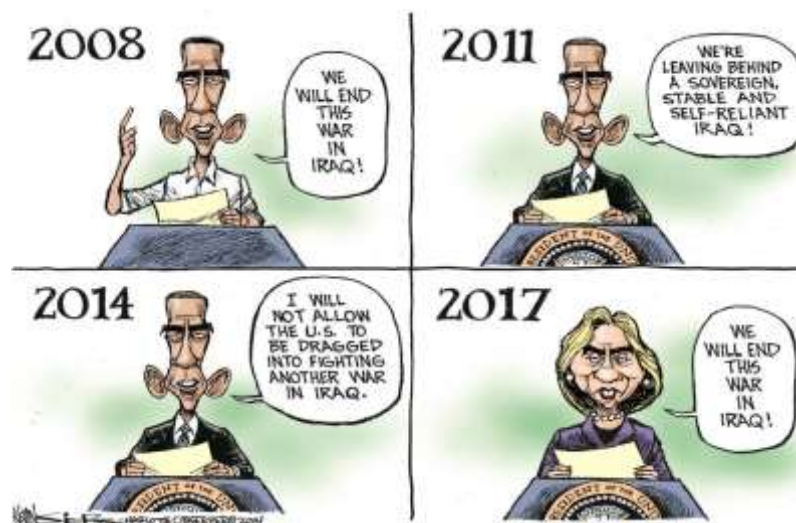
**Рис. 2.5. Ariail Robert. “How'm I doin'?”**

Політик був ключовою фігурою в історії Нью-Йорка. Йому вдалося значно підвищити соціальні стандарти і знизити рівень злочинності. В цій карикатурі присутній стилістичні засоби фонографічного, лексичного та синтаксичного рівня, а саме – графон, іронія і алюзія.



Автор розставляє слова в просторі карикатури таким чином, щоб вони не ускладнювали розуміння загального сенсу сюжету, а були барвистим доповненням до авторської ідеї. З розташуванням слів в тексті певним чином пов'язані і різного роду повтори - слів і словосполучень. У тексті карикатури одні і ті ж слова можуть використовуватися в різному становищі, при цьому вони створюють граматично різні речення, але за змістом вони рівноцінні. Прикладом може служити карикатура (Рис. 2.6.), на якій в перших трьох кадрах колишній президент Америки Барак Обама стверджує одну й ту саму думку різними словами:

*“WE WILL END THIS WAR IN IRAQ!”*, *“WE’RE LEAVING BEHIND A SOVEREIGN, STABLE AND SELF-RELIANT IRAQ”*, *“I WILL NOT ALLOW THE U.S. TO BE DRAGGED INTO FIGHTING ANOTHER WAR IN IRAQ”*.



**Рис. 2.6. Siers Kevin. “End the war in Iraq”**

При цьому простежується іронічна насмішка над автором над обіцянками Обами, які він дає упродовж всього свого терміну управління. А в останньому кадрі Хіллари Клінтон дає ту саму обіцянку, що давав Барак Обама у першому кадрі.

Таким чином автор хоче загострити увагу читачів на проблемі марних обіцянок політиків, а також на повторенні цих обіцянок іншими

політиками з ціллю підняти свої рейтинги. Тут присутні стилістичні засоби фонографічного, лексичного та морфологічного рівня, такі як: алітерація, іронія і повторення.

Наступним засобом може слугувати заперечення. На наступній карикатурі (Рис. 2.7.) представлений Дональд Трамп, який виступає перед аудиторією. Він вимовляє “*NOTHING TO SEE HERE – NOTHING TO WORRY ABOUT*”. За спиною президента стоїть монстр, який уособлює коронавірус. Ця карикатура показує, як президент Трамп намагається заспокоїти народ, заперечуючи очевидні факти. Але приховати настільки велику проблему йому не вдається.



**Рис. 2.7. Day Bill. “Coronavirus”**

У наведеній карикатурі присутні стилістичні засоби морфологічного, лексичного та синтаксичного рівня актуалізації – повторення, метафора та асиндетон.

У наступній карикатурі (Рис. 2.8.) також застосовано прийом заперечення.

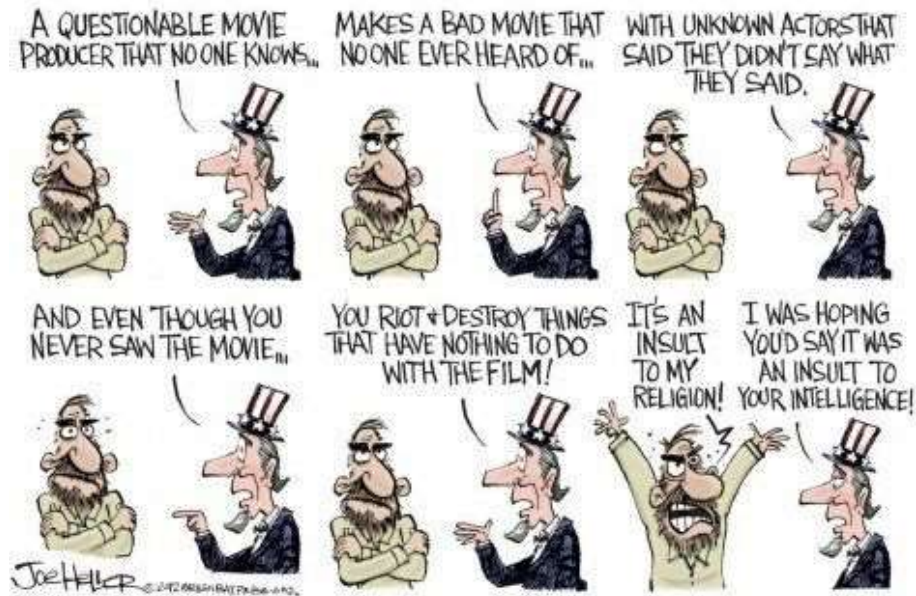


**Рис. 2.8. Zyglis Adam. “Coronavirus Outbreak”**

На наведеній карикатурі зображено Дональда Трампа в образі короля, який розмірковує: *“NOTHING CAN PENETRATE MY DEFENSES”*. На задньому плані видно, що невдоволений натовп штурмує стіни замку, а коронавірус наближається в образі невідомої сили. Захистом для фортеці Трампа слугує підконтрольний Трампу канал “FOX News” та твітер президента. Ця карикатура показує ставлення народу до Трампа, безтурботність президента перед реальними загрозами, адже всі проблеми він вирішує завдяки своєму твітеру і агітації на своєму каналі. У цій карикатурі застосовуються такі стилістичні засоби як метафора та алюзія.

Наступним стилістичним прийомом синтаксичного рівня актуалізації служить інверсія, тобто порушення прямого порядку слів. В англійській мові порядок слів фіксований, тому його зміна зустрічається досить рідко і його метою є логічне виділення слова. Цей прийом може служити засобом стилізації під розмовну мову: це вживання присудка перед підметом, визначення – після обумовленого слова, прямого доповнення – перед присудком.

Інверсія служить засобом розстановки смислових і емоційних акцентів у тексті. Звернемося до прикладу, на карикатурі (Рис. 2.9.) показаний бородатий чоловік, що втілює ісламський світ, і дядько Сем, символ США.



**Рис. 2.9. Heller Joe. “Insults”**

Америка намагається пояснити, що фільм, який порочить пророка Магомета, є помилкою і наводить аргументи:

- “*QUESTIONABLE MOVIE PRODUCER THAT NO ONE KNOWS*”;
- “*MAKES A BAD MOVIE THAT NO ONE EVER HEARD OF ...*”;
- “*WITH UNKNOWN ACTORS THAT SAID THEY DID NOT SAY WHAT THEY SAID*”;
- “*AND EVEN THOUGH YOU EVER SAW THE MOVIE ...*”;
- “*YOU RIOT + DESTROY THINGS THAT HAVE NOTHING TO DO WITH THE FILM!*”.

Ісламський світ відповідає: “*IT'S AN INSULT TO MY RELIGION!*”, На що Америка змушена сказати: “*I WAS HOPING YOU'D SAY IT IS AN INSULT TO YOUR INTELLIGENCE ...*”. У цій карикатурі присутні стилістичні засоби фонографічного, морфологічного, лексичного та синтаксичного рівня

актуалізації – алітерація, повторення, метафора, зміна інтонації, алюзія та інверсія.

Інверсія в аргументах Америки виділяє головні слова “*questionable, badmovie, unknown actors*”, на яких базується виправдання, саме вони повинні привертати увагу слухача і переконати його в достовірності висловлювань. Замовчування в останньому реченні свідчить про розчарування Америки з приводу невдалого виправдання.

Багаті можливості для створення експресії дає інтонація. Це, перш за все, знаки оклику та питальні речення. Для посилення інтонації вживається різна кількість знаків питання та оклику.

Розглянемо приклад на карикатурі (Рис. 2.10.), в якій Дональд Трамп обурюється: “*LOOK AT THIS! I SEARCH TRUMP AND IT'S NOTHING BUT LIES AND FAKE NEWS!!!*”, а на задньому плані помічник президента відповідає йому: “*SIR, THAT'S YOUR TWITTER ACCOUNT*”.



**Рис. 2.10. Weyant Christopher. “Donald Trump has a problem with Google”**

Знаки оклику у фразі президента свідчить про емоційну напруженість відтвореної ситуації і обурення. Помічник спокійний і не розуміє обурення президента, адже це Трамп сам пише у своєму Твіттері брехню та неправдиві новини. Дана карикатура показує недалекоглядність американського політика, який бачить лиш те, що хоче він. Окличні речення служать для яскравості заяви з метою

підкреслити нелогічність, абсурдність твердження. У цій карикатурі присутній стилістичні засоби синтаксичного та лексичного рівня актуалізації – підсилення інтонації та іронія.

На наступній карикатурі (Рис. 2.11.) подружня пара дивиться новини по телевізору: *“JACKBOOTED LIBERAL PINHEADS ARE COMING UP YOUR WALK TO TAKE AWAY YOUR GUNS AND KILL SANTA CLAUS!!!”*, які вони коментують: *“EVERY DAY ON FOX NEWS IS THE MAYAN APOCALYPSE...”*.



**Рис. 2.11. Bagley Pat. “Fair-and-Balanced-Apocalypse”**

У наведеній карикатурі присутні стилістичні засоби морфологічного, лексичного та синтаксичного рівня актуалізації – okazionalizmi, сарказм, метафора та зміна інтонації.

Три знаки оклику відображають емоційний стан країни з приводу масових убивств в громадських місцях. Замовчування у другому реченні дає читачам можливість самим визначити свою позицію з приводу проблеми зброї в Америці.

На наступній карикатурі (Рис. 2.12.) представник Національної Стрілецької Асоціації Америки тримає на руках політика і каже: *“YOU’LL HAVE TO PRY HIM FROM MY COLD, DEAD HANDS!!!”*. Потрійний вигук свідчить про емоційну напруженість висловлювання, висловлює загрозу по відношенню до громадськості, яка виступає за обмеження на

придбання зброї. У цій карикатурі присутній стилістичні засоби синтаксичного та лексичного рівня актуалізації – підсилення інтонації та іронія.

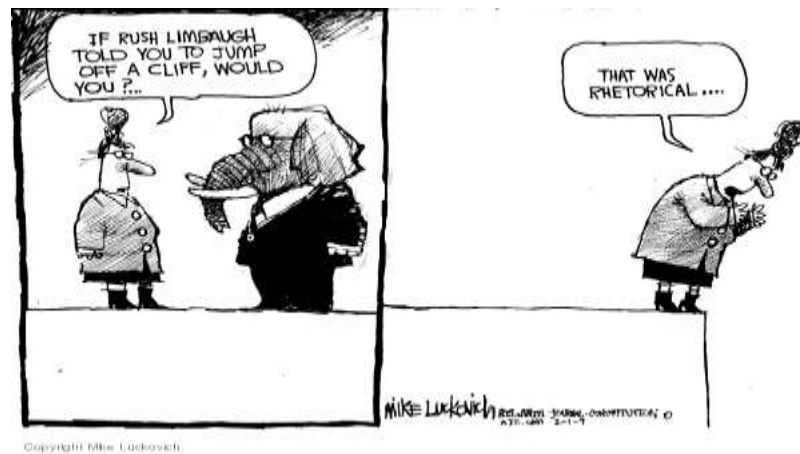


**Рис. 2.12. Luckovich Mike. “NRA”**

Вигук з подальшим замовчуванням свідчить про іронічне ставлення автора до ситуації, за якої настає невідомість.

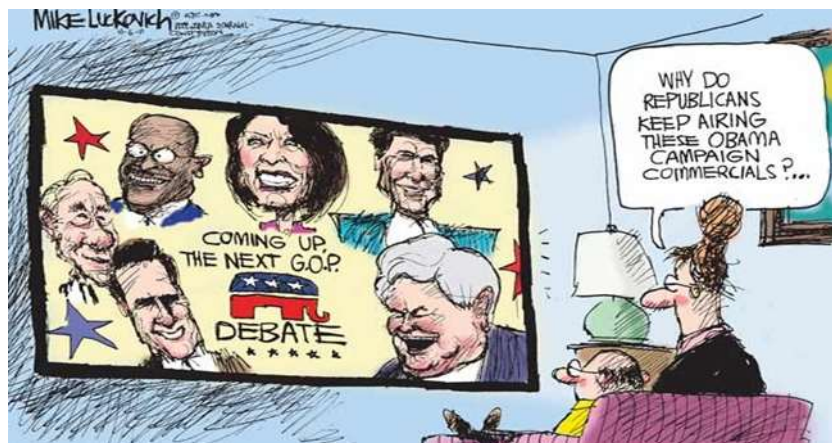
Свого роду порушенням норми є риторичні питання, тому що при вживанні в розповідному тексті вони втрачають первісний зміст: питання поставлене не з метою отримати відповідь, а як звернення до співрозмовника. Вони змушують читача внутрішньо вступати в діалог з автором, погоджуватися з ним або заперечувати, таким чином знаходити відповідь на поставлене запитання.

Прикладом може служити карикатура (Рис. 2.13.), де у першому кадрі жінка ставить риторичне питання слону – символу республіканської партії Америки *“IF RUSH LIMBAUGH TOLD YOU TO JUMP OFF A CLIFF, WOULD YOU? ...”*. У другому кадрі жінка додає, що це було риторичне питання, але слон надто серйозно сприйняв слова жінки. Таким чином автор хотів показати, що слова ведучого Раша Лімба для політиків республіканської партії мають велике значення, і вони можуть робити безглузді речі, тільки щоб справити враження на ведучого. У цій карикатурі присутній стилістичні засоби синтаксичного та лексичного рівня актуалізації – зміна інтонації, риторичне питання, алюзія та іронія.



**Рис. 2.13. Luckovich Mike. “Rush Limbaugh”**

На наступному малюнку (Рис. 2.14.) жінка звертається до чоловіка зі словами *“WHY DO REPUBLICANS KEEP AIRING THESE OBAMA CAMPAIGN COMMERCIALS?...”*.



**Рис. 2.14. Luckovich Mike. “Debate”**

Риторичне питання з подальшим замовчуванням висловлює іронічне ставлення до кандидатів, які тільки можуть критикувати колишнього президента-демократа. Вони створюють рекламу справжньому президенту, не підозрюючи, що вона може бути розцінена і як позитивна оцінка діям президента. У цій карикатурі присутній стилістичні засоби морфологічного та лексичного рівня актуалізації – *оказіоналізм та іронія*.



Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що стилістичні засоби різних рівнів актуалізації посилюють експресію і безпосередньо впливають на емоції читачів. Паралельні конструкції, еліптичні, окличні, питальні, риторичні речення, іронія, алюзії, метафори створюють виразний сюжет і допомагають автору передати своє бачення політичної ситуації в світі.

Зробивши аналіз політичних карикатур (79), ми можемо стверджувати, що переважна більшість мовних засобів у них базується на лексичному рівні (53/67,08%) – метафори, іронія, гра слів, епітети, трохи менше (15/18,98%) – на синтаксичному рівні – алюзії, асиндетон, порівняння, антитези. Менше карикатур ґрунтується на стилістичних засобах фонографічного рівня (7/8,86%) – графони, повторення, алітерація, і найменше – карикатур на базі стилістичних засобів морфологічного рівня (4/5,08%) – повторення морфем, okazіоналізми, авторські неологізми. Але виходячи з нашого дослідження можна стверджувати, що політична карикатура найчастіше містить у собі декілька рівнів актуалізації стилістичних засобів. Це створює ефект авторської самобутності та посилює ефект комізму.

Проаналізовані нами карикатури дають змогу зрозуміти, що присутні в них стилістичні засоби є невід'ємною частиною політичної карикатури як явища, і мають на меті посилити комічний ефект і зробити карикатуру більш виразною.

## ВИСНОВКИ

Дослідження політичної карикатури як типу креолізованого тексту дозволило зробити ряд висновків.

Креолізований текст – це особливий лінгвовізуальний феномен, текст, у якому вербальний і невербальний компоненти утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціонуюче ціле, що забезпечує його комплексний прагматичний вплив на адресата. Згідно з дослідженням О. Анісімової, до креолізованих текстів відносяться газетно-публіцистичні, науково-технічні, тексти-інструкції, ілюстровані художні тексти, тексти реклами, афіші, комікси, плакати, карикатури.

Ключовими ознаками креолізованих текстів є цілісність і комплексний вплив вербальних і невербальних компонентів. Креолізований текст характеризується складною формою, тобто заснований на поєднанні одиниць двох і більше різних семіотичних систем, які вступають у відносини взаємозв'язку, взаємодоповнення, взаємовпливу, що обумовлює комплексний вплив на адресата.

Спираючись на думку А. Бернацької визначено, що креолізований текст має три ступені креолізації: сильну – зі взаємною синсемантиєю систем, які беруть участь; помірну – при явному домінуванні однієї системи і допоміжної ролі іншої; слабку – коли мова йде про традиційні парамовні засоби комунікації (фонаційні, кінетичні, графічні).

Англійськомовний термін “*caricature*” має більш вузьке значення, близьке до поняття «шарж», у той час як слово “*cartoon*” вбирає в себе все різноманіття форм цього сатиричного мистецтва. “*Caricature*” – це зображення, яке відображає риси людини і одночасно гіперболізує їх з метою отримання комічного ефекту, а “*cartoon*” – вид візуального мистецтва, яке представляє собою мальований від руки або за допомогою комп'ютера образ, що також створює комічний ефект.

Карикатура (особливо політична) розрахована на аудиторію дорослих людей, які володіють необхідними фоновими знаннями. Політична карикатура є частково або повністю креолізованим текстом, оскільки її вербальний і образотворчий компоненти утворюють одне візуальне, структурне і смислове ціле. Повністю або частково креолізований текст відрізняється від ілюстрації, що додається до буквеного тексту, оскільки ілюстрація може існувати в різних варіантах, частіше створюється пізніше літерного тексту і автор ілюстрації не обов'язково є автором літерного тексту.

Політична карикатура є повідомленням у комічній формі про політичні події, що відбуваються, або вже відбулися. Існує два типи карикатур: однокадрова і багатокadroва, подібна коміксам, причому в США співвідношення однокадрових і багатокadroвих політичних карикатур приблизно однакове.

Метафори створюються автором політичної карикатури на двох рівнях – вербальному та невербальному, причому ці дві частини вступають у різного типу відносини одна з одною, таким чином реалізуючи різні функції. Аналіз взаємодії вербальної та невербальної функції метафори в політичних карикатурах (усього було проаналізовано 79 карикатур різних авторів), засвідчив, що більшість метафор (53,17%) виконують комплементарну функцію, тобто вербальна і невербальна складова частково перекривають одна одну. Найменша кількість метафор в американській політичній карикатурі реалізують субстантивну функцію (11,39%) – функцію, при якій невербальна частина замінює вербальну. Метафори з паралельною функцією склали 15,19% від загальної вибірки, а з інтерпретативною – 20,25%.

Політичні карикатури проаналізовано і на наявність у них стилістичних засобів різних рівнів актуалізації. Більшість карикатур базуються на стилістичних засобах лексичного рівня (67,08%), серед них метафори, іронія, гра слів, епітети, друге місце (18,98%) займають

карикатури засновані на стилістичних засобах синтаксичного рівня – алюзії, асиндетон, порівняння, антитези. Карикатур основаних на фонографічному рівні зафіксовано 8,86%, серед яких графони, повторення, алітерація, а карикатур на морфологічному рівні виявлено 5,08%, серед яких повторення морфем, okazіonalіzmi, авторські неологізми. Політична карикатура найчастіше містить у собі стилістичні засоби декількох рівнів актуалізації.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні політичної карикатури інших країн, а також звернення до цієї проблеми з позицій семіотики та прагматичної лінгвістики.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. Москва : Академия, 2003. 128 с.
2. Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов). *Вопросы языкознания*. Москва, 1992. № 4. С. 71-78.
3. Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дикурса : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2011. 175 с.
4. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Специализированный вестник*. Красноярск, 2003. № 3. С. 100-104.
5. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние. *Речевое общение* : специализированный вестник. Красноярск, 2000. № 3. Вып. 11. С. 45-46.
6. Білюк І. Л. Брендинг міст в англомовному комунікативному просторі: вербальна і візуальна складові : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.04. Житомир, 2016. 236 с.
7. Бойко М. А. Функциональный анализ средств создания образа страны (на материале немецких политических креолизованных текстов) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Воронеж, 2006. 240 с.
8. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе : монография. 2-е изд. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2006. 215 с.
9. Валгина Н. С. Теория текста. Москва : Логос, 2003. 280 с.
10. Воронина О. А. Анализ карикатуры как вида креолзованного текста. *Вестник центра международного образования МГУ*. Москва, 2010. № 2. С. 11-15.

11. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : Монография. Екатеринбург : Уральский Государственный университет, 2013. 213 с.
12. Гашева Н. В., Гашева Н. Н. Литература и живопись (опыт изучения взаимодействия искусств). Пермь : ЭКБСОН, 1990. 80 с.
13. Головина Л. В. Взаимовлияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук : Москва, 1986. 145 с.
14. Гуторенко Л. С. Прецедентность в креолизованных текстах комического характера в современной интернет-коммуникации (на материале английского языка). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2017. № 3. Вып. 69. С. 82-85.
15. Деткова Н. Ю. Малый провинциальный город как текст культуры. *Вестн. Челябинского гос. ун-та.* Челябинск, 2009. № 18. С. 63-59.
16. Дехнич О. В., Середина Е. В. Метафоризация визуального компонента в современной американской политической карикатуре. *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. Челябинск, 2019. № 1. Т. 16. С. 5-9.
17. Женнет Ж. Вымысел и слог: *factio* и *dictio*. *Вестник МГУ*. Москва, 1996. № 4. С. 282-294.
18. Зенкова А. Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект : дис. ... канд. филос. наук. Екатеринбург, 2004. 78 с.
19. Зикун Н. І. Карикатура в сучасних українських ЗМІ і традиції української сатиричної журналістики. *Вісник Львівського університету*. Львів, 2013. Вип. 38. С. 26-32.
20. Иванова Е. Б. Интертекстуальные связи в художественных фильмах : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 2001. 178 с.

21. Ковінько К. В. Жанр політичної карикатури: функціональні, дискурсивні та стилістичні особливості. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. Харків, 2012. № 1003. Вип. 70. С. 125-130.
22. Козлов Е. В. Коммуникативность комикса в текстуальном и семиотическом аспектах : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Волгоград, 1999. 235 с.
23. Колеватов В. А. Социальная память и познание. Москва : Мысль, 1984. 193 с.
24. Кузнецова Т. В., Савченко І. В. Особливості креолізованого тексту новорічної листівки як соціокультурного феномена. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Суми, 2013. № 1. Вип. 65. Т. 26. С. 373-377.
25. Мишина О. В. Средства создания комического в видеовербальном тексте : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Самара, 2007. 203 с.
26. Москвин В. П. Русская метафора : монография. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : ЛЕНАНД, 2006. 184 с.
27. Мощева С. В. Креолизованный рекламный текст. URL: <https://www.isuct.ru/e-publ/vgf/sites/ru.e-publ.vgf/files/2007/vgf-2007-02-148.pdf>. (дата обращения: 18.03.2020).
28. Пашкова А. Д. Политический креолизованный текст как средство реализации стратегии дискредитации реформы образования и ее деятелей в медиадискурсе США. *Педагогическое образование*. Екатеринбург, 2017. № 1. С. 60-64.
29. Петрова А. В., Петров М. В. Комплексная методика анализа метафоры в карикатурах как креолизованных текстах политической агитации. *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2019. № 5. Вып. 77. С. 97-104.

30. Рогозинникова Ю. В. Образы президентов России и США в политической карикатуре. *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2018. № 2. Вып. 68. С. 87-100.
31. Семенюк Т. П. Креолізація та креолізований текст: до розмежування понять. *The Top Actual Researches in Modern Science*. Дубай, 2015. № 4. С. 61-65.
32. Середина Е. В. Языковые средства выражения личности автора в американской политической карикатуре : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Белгород, 2013. 235 с.
33. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19. Москва, 2006. 323 с.
34. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Москва : Наука, 1990. 242 с..
35. Сподарец О. О. Воздействующий потенциал изобразительного ряда в креолизованных текстах политического дискурса СМИ : (на материале современного американского политического медиадискурса). *Политическая лингвистика*. Екатеринбург, 2015. № 4. Вып. 54. С. 112-117.
36. Тормахова А. М. Комікс та мем як візуальні практики : стаття. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/mvkfm\\_2017\\_1\\_11.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/mvkfm_2017_1_11.pdf). (дата звернення: 17.03.2020).
37. Чаплыгина Ю. С. Юмористические креолизованные тексты: структура, семантика, прагматика (на материале английского языка) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Самара, 2002. 222 с.
38. Чернявская В. Е. Медиальный поворот в лингвистике: поликодовые и гибридные тексты. *Вестник ИГЛУ*. Иркутск, 2013. № 2. Вып. 23. С. 5-7.
39. Якобсон Р. О. Язык в отношении к другим системам коммуникации : Избранные работы. Москва : Прогресс, 1985. 328 с.



40. Ames Winslow. Caricature and cartoon: Graphic Arts. URL: <https://global.britannica.com/art/caricature-and-cartoon>. (accessed: 17.03.2020).

41. Bart Roland. S/Z : Перевод / под общ. ред.: Г. К. Косиков, В. П. Мурат. 2-е изд., испр. Москва : Эдиториал, 2001. 232 с.

42. McBride Kelly. Cartoon vs. Caricature. URL: <https://www.poynter.org/reporting-editing/2006/cartoon-vs-caricature/>. (accessed: 15.03.2020).

43. Sauerbier S. D. Wörter bildlich. *Bilder wörtlich. Schrift und Bild als Text: Probleme der Wort/Bild – Korrelation. Die Einheit der semiotischen Demisionen*. Tübingen, 1978. P. 27-93.

#### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

44. Breen Steve. Campaign Spending. URL: <https://www.sandiegouniontribune.com/opinion/steve-breen/story/2020-03-04/michael-bloomberg-spent-over-500-million-on-failed-presidential-campaign>. (accessed: 01.04.2020).

45. Cabot Mark Robinson. All Hail King Trump!. URL: <https://mont.thesentinel.com/2018/02/08/mc-dc-cartoon-all-hail-king-trump/>. (accessed: 27.03.2020).

46. Chappatte Patrick. Where Are Trump's Tax Returns? : Cartoon. URL: <https://www.nytimes.com/2019/05/09/opinion/trump-tax-returns-release.html>. (accessed: 20.04.2020).

47. Day Bill. Coronavirus. URL: <https://floridapolitics.com/archives/320340-sixty-days-for-2-26-20-a-prime-time-look-at-the-2020-legislative-session>. (accessed: 23.03.2020).

48. Garrison Ben. Mainstream Media Chasing Its Tail. URL: [https://grrrgraphics.com/media\\_chases\\_its\\_tail\\_ben\\_garrison](https://grrrgraphics.com/media_chases_its_tail_ben_garrison). (accessed: 26.03.2020).

49. Garrison Ben. The Trump Train. URL: <https://grrrgraphics.wordpress.com/2016/03/03/zero-hedge-posts-trump-train-cartoon/>. (accessed: 22.03.2020).
50. Hands Phil. Important dispute. URL: <https://theweek.com/cartoons/717857/political-cartoon-trump-kim-jong-un-north-korea-nuclear-threat-war>. (accessed: 26.03.2020).
51. Heller Joe. Insults. URL: <https://www.cagle.com/joe-heller/2012/09/insults>. (accessed: 24.03.2020).
52. Luckovich Mike. Debate. URL: <https://www.cartoonistgroup.com/store/add.php?iid=72892>. (accessed: 24.03.2020).
53. Luckovich Mike. NRA. URL: <http://www.cartoonistgroup.com/store/add.php?iid=91656>. (accessed: 22.03.2020).
54. Luckovich Mike. Rush Limbaugh. URL: <http://cartoonistgroup.com/store/add.php?iid=29869>. (accessed: 23.03.2020).
55. McCoy Glen. How the Hillary tried to steal the election. URL: <https://theweek.com/cartoons/668525/political-cartoon-2016-election-hillary-clinton-grinch>. (accessed: 24.03.2020).
56. Siers Kevin. End the war in Iraq. URL: <https://www.cagle.com/kevin-siers/2014/08/end-the-war-in-iraq>. (accessed: 21.03.2020).
57. Weyant Christopher. Donald Trump has a problem with Google. URL: <https://www.bostonglobe.com/opinion/2018/08/31/donald-trump-has-problem-with-google/oottwn3fDntTIg22wWBEHO/story.html>. (accessed: 23.03.2020).
58. Wilkinson Signe. Donald J. Trump's allergy to the truth. URL: <https://www.inquirer.com/opinion/cartoons/donald-trump-impeachment-truth-whistleblower-20191031.html>. (accessed: 23.03.2020).
59. Wuerker Matt. The principled pachyderm. URL: <https://www.politico.com/cartoon-gallery/december-2011?slide=0>. (accessed: 22.03.2020).

60. Zyglis Adam. Coronavirus Outbreak. URL: <https://buffalonews.com/2020/03/06/adam-zyglis-coronavirus-outbreak/>. (accessed: 23.03.2020).

61. Zyglis Adam. Putin and Trump. URL: <https://buffalonews.com/topic/donald/>. (accessed: 23.03.2020).