

Гришаева Л. И. (Воронеж, Россия)

**ПОТЕНЦИАЛ КАРИКАТУРЫ
КАК ОБЪЕКТА ГУМАНИТАРНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

В статье анализируются причины острого лингвистического интереса к карикатуре как тексту. В качестве причин можно назвать такие свойства карикатур как более широкая вариативность в употреблении языковых средств и размывание стилистических границ, стремление к гибридизации и семиотической гетерогенности. Карикатура – яркий пример текста, оформляемого вербальными и невербальными средствами. Тем не менее, различные по своей природе культурные коды и их функции могут быть описаны на единых теоретических основаниях. Особое внимание уделяется парадоксальности карикатуры, имманентно присущей последней. Обосновывается интерпретация когнитивно-дискурсивных параметров «СВОЙ» – «ЧУЖОЙ» как содержательного стержня карикатуры, а также значимость стереотипов сознания для тематической организации текста карикатуры и для её рецепции.

Без внимания не остаётся также политический медиадискурс как среда, в которой преимущественно бытует карикатура. Поэтому в работе сопоставляются основные характеристики политического медиадискурса с содержательными и формальными особенностями организации карикатуры как креолизованного текста. Выявляются пять сфер, для которых многоаспектное изучение карикатуры как текста с широким функциональным потенциалом и высокой эффективностью воздействия на носителей культуры позволяет тематизировать новые вопросы, важные в общетеоретическом и сугубо лингвистическом отношении. Выделенные проблемные сферы далее дифференцируются по содержательным основаниям на более частные, что ставит актуальные и ещё не решённые научные задачи.

Ключевые слова: карикатура, гибридность, гетерогенность, поликодовость, медиадискурс, агенда, авто- и гетеростереотипы

LYUDMILA I. GRISHAeva (VORONEZH, RUSSIAN FEDERATION). POTENTIAL OF CARICATURE AS RESEARCH OBJECT IN HUMANITIES. The paper analyses the linguists' acute interest in caricature-as-text. There are several properties of caricatures that arouse interest in the researchers, namely, the variability of linguistic means and blurred stylistic

boundaries, the pursuit for hybridization and semiotic heterogeneity. Caricatures are vivid examples of texts that utilize both verbal and non-verbal means. Still, different cultural codes and their functions can be described on the common theoretical basis. Special attention is paid to the paradoxical nature of caricatures. The author substantiates the interpretation of the cognitive and discursive parameters like "US vs. THEM" as the semantic pivot of the caricature and claims that stereotypes play an important role in thematic structuring and perception of the caricature.

Political mediadiscourse is the primary sphere of existence for caricatures. Therefore, basic characteristics of political discourse are compared to semantic and formal properties of caricatures as multimodal texts. There are five spheres for which multidimensional description of caricatures allows to raise new research questions. The five spheres are further divided into more specific areas according to their semantic properties. This subdivision allows to set new topical problems in the description of caricatures. the specific theistic associations and representations which are weakened or do not exist at all in the common national speech.

Keywords: caricature, hybridity, heterogeneity, multimodality, mediadiscourse, agenda, autostereotype, heterostereotype

Постановка проблемы

Лингвиста вряд ли удивляет тот факт, что подавляющее большинство современных теоретических и прикладных исследований посвящено разнообразным проблемам текста и дискурса, то есть, единицам, представляющим собой образования максимальной сложности со всех точек зрения – формально-структурной, семантической, морфологической, синтаксической, прагматической, тематической, функциональной, интенциональной и потенциально также иных. Естественно, что источником эмпирического материала практически для всех лингвистических описаний является такая же текст, даже несмотря на то, что сам лингвист, как ни странно, может этого не осознавать и/или не эксплицировать. И хотя разнообразие типов текста, становящихся либо объектом, либо предметом анализа, либо источником эмпирического материала, может даже поразить своим разнообразием с разных позиций, нельзя не заметить, что всё чаще в фокусе научного интереса

находится карикатура как текст, обладающий особым потенциалом.

Отмеченная тенденция, наблюдаемая, впрочем, не только в лингвистических, но и в иных гуманитарных исследованиях, вполне согласуется с изменениями, которые претерпевает текст в принципиально новой информационной среде. Поэтому в контексте общих рассуждений целесообразно остановиться на особенностях текста в информационный век, что позволит акцентировать разнообразный потенциал карикатуры как объекта актуальных исследований в разных гуманитарных науках.

Заметим особо, что в последние десятилетия в гуманитарных, прежде всего, в исторических, лингвистических, науках наблюдается буквальный всплеск научного интереса к карикатуре, что обусловлено как объективными, так и субъективными причинами (см. напр.: Филиппова 2012). Об этом свидетельствуют выступления учёных разных направлений на конференциях в последние годы, а также многочисленные диссертационные исследования по креолизованному, то есть, семиотически осложнённом тексту и разнообразные публикации по соответствующей проблематике, например, предлагающие изучать семиотически (более или менее) гомогенные и гетерогенные тексты на единой теоретической основе.

Хотелось бы обратить особо внимание читателей на характер рассуждений в данной статье – обобщение, не снабжаемое иллюстрациями. Это вызвано, во-первых, ограниченностью объёма статьи; во-вторых, на сегодняшний момент получены в процессе руководства курсовыми, дипломными, магистерскими и диссертационными работами, а также при написании монографий и статей (см. ссылки на часть из них в списке литературы в конце статьи) значительные по объёму и весьма интересные по качеству наблюдения относительно карикатур в отдельных типах текста, в особенности, в политическом дискурсе. Поэтому возникает закономерное желание обобщить имеющиеся наблюдения.

Текст в информационный век

В XXI веке текст по-прежнему представляет особый интерес для исследователей различных гуманитарных направлений, несмотря на то, что теория текста к настоящему времени накопила огромный и весьма дифференцированный комплекс разнородных

сведений, благодаря которому становятся понятными содержательная и формальная структуры текстов разного типа, их функциональный потенциал, а также место в соответствующей культуре (Анисимова 2013; Гришаева 2010; 2011; Языковые... 2009; Fix 2008; Grischaewa 2013 и др.).

Новый острый всплеск интереса к закономерностям организации текста может объяснить в том числе и рассмотрением его в семиотическом контексте. Так, Р. Поснер (Roland Posner), характеризуя разные семиотические системы по отдельности и в целом, а также их значимость для культуры, подчеркивает: «Процедурами *формулирования текста, ритуализации, классификации, грамматикализации и монументализации* каждая культура накапливает определенные образцы действий, которые на протяжении ее эволюции оказались значимыми» (Posner 2003: 65) (Курсив Р. Поснера; перевод мой – Л. Г.). Здесь особо интересно то, что первыми среди процедур, имеющих особую значимость для культуры, семиотик Р. Поснер называет процедуры формулирования текста. Упомянутые процедуры являются, по его выражению, сильными информационными фильтрами, поскольку, как утверждает Р. Поснер, «культура как коллективная память представляет собой механизм накопления и аппарат селекции, <...> биологически машину для выживания» (Posner 2003: 65).

Наблюдение над текстами разного типа, бытующими в разных коммуникативных пространствах – в устной, письменной, компьютерно-опосредованной коммуникации – позволяет, наряду с очевидной спецификой, присущей организации текстов одного и того же типа в разных коммуникативных средах, выявить черты, свойственные тексту как феномену. См., к примеру, соответствующие наблюдения в (Гришаева 2010; Grischaewa 2013).

Современный текст характеризуется рядом особенностей, присущих разнообразным типам текста, бытующим в разных коммуникативных средах. Среди наиболее значимых тенденций необходимо, пожалуй, назвать следующие:

(1) взаимопроникновение устной и письменной традиций, прослеживаемое на лексическом, грамматическом, стилистическом уровнях, а именно, увеличение доли признаков устности в письменном тексте, увеличение доли признаков письменности в устном тексте;

- (2) широкое и интенсивное проникновение научной терминологии в бытовое общение;
- (3) более широкая вариативность в употреблении языковых средств в текстах одного и того же типа, чем это было ранее;
- (4) утрата и/или размывание стилистических ограничений, нарушение которые еще буквально вчера было бы невозможным;
- (5) размывание семиотических границ в тексте, приводящее к увеличению доли креолизованных текстов во все новых коммуникативных пространствах; ср., например, только особенности учебников, в которых доля невербалики постоянно увеличивается;
- (6) изменение функциональной нагрузки разных семиотических систем в тексте, в том числе и в так называемых «традиционных» текстах;
- (7) повышение доли гибридизации текстов, в том числе и тех, которые ранее характеризовались высокой гомогенностью, например, научные тексты.

Принимая во внимание отмеченные выше тенденции, следует между тем заметить, что поликодовость, то есть, присутствие в одном текстовом пространстве знаков из разных семиотических систем, а также интерсемиотичность, то есть, проникновение разных семиотических систем друг в друга, в той или иной мере имели место практически всегда, с самых первых текстов, хотя и их доля раньше была существенно ниже¹.

Учитывая отмеченные тенденции, современный текст – независимо от его типологических характеристик – можно охарактеризовать как гетерогенный и гибридный. И хотя эти понятия содержательно близки, они, конечно, не тождественны. Термин «гетерогенность текста» позволяет учитывать под семиотическим углом зрения несколько культурных кодов, участвующих в организации текста, а также вклад каждого кода в формальную и содержательную организацию текста, интерсемиотические связи в текстовом целом и т. д. Термином «гибридность текста» описываются семантические связи между непосредственными составляющими текста, то есть, его макрокомпонентами, когда учитыва-

¹ О закономерностях организации креолизованных, то есть, семиотически осложненных текстов см. подробнее (Анисимова 2013; 2003).

ется несколько принципов организации текста в одном едином содержательном, интенциональном, функциональном, формальном единстве – принципы сочленения текстов разных типов или их макрокомпонентов в качественно новое текстовое целое.

Их сказанного вытекает, что при изучении средств достижения когерентности текста следует принимать, во-первых, во внимание вербальные и невербальные способы выражения всех (!) текстовых категорий, описывая их вклад в создание текстуальности на единых теоретических основаниях (Гришаева 2010).

Во-вторых, учитывая особенности организации современного текста, можно акцентировать общие функции вербальных и невербальных средств выражения текстовых категорий:

- **обозначение** элементов внеязыковой действительности (объектов, субъектов, отношений, ситуаций, процессов, действий, свойств и т. д.). Это могут быть как вербальные, так и невербальные средства, их соотношение, очевидно, варьирует в зависимости от типа текста и от сферы бытования текстов этого типа;
- **модификация** воспринимаемого информационного потока. Вербальные и/или невербальные средства выражения сведений о мире задают реципиенту модальные/аксиологические/когнитивные/... рамки для стратегий интерпретации информационного потока. Из-за этого последний проходит через серию разнообразных когнитивных фильтров и выбирается в зависимости от разнородных факторов. Селекция поступающих для глубокой когнитивной обработки актуально воспринимаемых сведений обуславливает в качественном и количественном отношении различия информационного потока и, в конечном итоге, – выбор когнитивных стратегий обработки этих сведений. Функциональный потенциал вербальных и невербальных средств, естественно, весьма разнообразен и зависит не только от типа текста и сферы его бытования, но и от интенции адресанта текста и особенностей идентичности реципиента, которому адресуется соответствующий текст;
- **профилирование** комплекса сведений о мире, когда благодаря действиям разных когнитивных механизмов меняется отношение «когнитивная фигура – когнитивный

фон». Это обуславливает переструктурирование всего комплекса воспринимаемых сведений и как следствие – результаты категоризации и концептуализации этих сведений, а также результат воздействия текста на реципиента (Grischaewa 2013).

В-третьих, изучение текстов, бытующих в разных коммуникативных сферах, на единых теоретических основаниях – теория текста – позволяет определить их генетическое родство и трактовать закономерности текстообразования, описываемые как уникальные/специфические, например, гиперссылки в гипертекстах в качестве вариантов проявления действия определённого механизма текстопорождения и установления внутритекстовой когерентности и/или проявления интертекстуальности.

Таким образом, очевидно, что карикатура, как мало какой тип текста, вполне вписывается в отмеченные тенденции в организации текста в информационном обществе.

Карикатура как предмет анализа

Перечисленные выше характеристики текста как такового частично объясняют интерес исследователей-гуманитариев к названному предмету анализа – карикатуре. Частично этот интерес обусловлен также и другими причинами. В этом контексте целесообразно подчеркнуть следующие причины.

Во-первых, как убеждают уже первичные бытовые наблюдения, карикатура чаще всего встречается в медиадискурсе, а именно, преимущественно в политическом медиадискурсе. Карикатура чрезвычайно эффективна в политической коммуникации, поскольку она характеризуется максимумом воздействия при минимуме использованных вербальных и невербальных средств.

Изучение соотношения вербального и невербальных кодов в карикатуре является, несомненно, важным аспектом при анализе карикатуры. Невербальные средства, как понятно, абсолютно доминируют в креолизованном тексте карикатуры, см., например, рассуждения в (Гришаева 2010; 2011). Однако вербальные средства чрезвычайно значимы при декодировании послания карикатуры, а также при анализе тех или иных предпочтений реципиента при его потенциальном выборе определенной интерпретации воспринимаемого им креолизованного текста.

Языковые средства могут использоваться в подписи к карикатуре, в надписях на персонажах и/или на объектах окружающей среды, а также в пояснениях действий (например, прямая речь персонажей). Поскольку пространство карикатуры позволяет художнику использовать лишь минимум языковых средств, он сознательно и тщательно отбирает только те, без которых рецепция всего креолизованного текста не будет адекватной. Поэтому карикатура довольно редко имеет нулевую степень креолизации, при которой вербальный код автономен от невербальных. Напротив, полная степень креолизации типична для карикатуры, так как вербальные средства расширяют и раскрывают смысл сообщения, усиливают сатирическую остроту, увеличивают потенциал воздействия на реципиента¹.

Во-вторых, сущностные характеристики карикатуры, а именно, её гротесковость, сатирическая направленность, явно выраженный аксиологический заряд, созвучны феноменологическим особенностям политического дискурса, прежде всего, его агональности.

Карикатура – от итал. *caricare* «преувеличивать» – «рисунок, изображающий кого-, что-либо в намеренно искаженном, подчеркнуто смешном виде» (Большой 2000: 418). Другими словами, наиболее значимыми признаками карикатуры являются следующие:

- обращенность к коллективному адресату;
- явная и имплицитная апелляция к оценочным стереотипам;
- явно выраженный критический заряд, реализуемый разнообразными – вербальными и невербальными – средствами;
- соединение реального и фантастического, высокого и низкого, балансирование на грани приличий, нарушение объективно существующих пропорций, соотношения этического, табуированного и неприличного в физическом и фиктивном мирах;
- социальная значимость и общеизвестность объекта осмеяния;

¹ О степени креолизации семиотически осложненных текстов см. подробнее в: (Анисимова 2003)

- острая для общества тематика;
- довольно жесткая привязка ко времени и месту;
- оперативность отклика на все крупные события жизни общества;
- явная делимитация культурного пространства, достигаемая разнообразными способами и средствами;
- очевидное маркирование границ «СВОЕГО» и «ЧУЖОГО» в культурном пространстве.

Таким образом, очевидно, что цель политической карикатуры – не столько вызвать улыбку у реципиента, сколько призвать к критическому соразмышлению над теми проблемами, которые, будучи значимыми для общества, не всегда осмысляются этим обществом как таковые. Заостряя характерные черты фигуры персонажа, его лица, костюма в целом и/или какого-либо одного его элемента, манеры поведения людей, изменяя соотношение людей с элементами окружающей среды, используя неожиданные сопоставления и уподобления (животным, другим людям, артефактам и т. п.), карикатура, преувеличивая, высмеивает то, что в обществе не поощряется, информирует реципиента о противоречиях между декларацией и реальностью в деятельности персонажа карикатуры и тем самым способна его дискредитировать, делает публичными противоречия в жизненных отношениях, в действиях той или иной политической силы, обнажает через объект осмеяния пороки конкретных людей и/или социальных слоев. Это и объясняет высокую частотность карикатуры в политическом дискурсе как средства разнообразного воздействия на адресатов с разными характеристиками, как средства реализации разных дискурсивных стратегий и прежде всего стратегии манипулирования.

В-третьих, карикатура адресуется коллективному адресату с известной автору карикатуры коллективной идентичностью. Поскольку карикатура апеллирует к коллективному субъекту, она с неизбежностью должна отбирать те образы, те приёмы и средства активизации желательных для адресанта сведений и реакций после рецепции карикатуры, которые были бы ему, коллективному субъекту, однозначно понятны даже в фантазмагорическом контексте.

При конструировании (и рецепции) образа «чужого» политика, даже если объект осмеяния будет совпадать с таковым при изображении «своего» политика, когнитивным фоном на первом

этапе будут гетеростереотипы о «чужой» культурной реальности, а когнитивной фигурой – действия «чужого» политика как носителя «чужой» культуры. На втором этапе когнитивным фоном будут авто- и гетеростереотипы «своей» культуры, а когнитивной фигурой – действия политика как единичного субъекта (Языковые... 2009).

При конструировании (и рецепции) образа «своего» политика когнитивным фоном на первом этапе будут содержание автостереотипов о «своем», а на следующем – содержание гетеростереотипов о «чужом», как эти стереотипы бытуют в картине мира коллективного субъекта (Языковые... 2009).

При интерпретации любой политической карикатуры необходимо особо учитывать, что в ряде случаев политик воспринимается преимущественно как коллективный субъект (это касается, прежде всего, политиков высшего ранга – президентов, премьер-министров, в ряде случаев министров, или же лидеров политических партий). Поэтому при анализе чрезвычайно важно разграничивать, изображает ли карикатура единичного или коллективного субъекта

В-четвертых, карикатура как поликодовое образование относится к текстам, сфера бытования которых всё больше расширяется в разных типах дискурса (Анисимова 2003; 2013; Гришаева 2010 и др.). Это, по всей видимости, тесно связано как с изменением характера общества – информационное, – так и с обусловленной этим изменением потребностью таким образом членить информационный поток уже на этапе порождения текста, чтобы реципиент смог в разных – в том числе и неблагоприятных – коммуникативных условиях максимально быстро и эффективно обработать этот комплекс сведений и вычленил наиболее значимые для себя сведения.

В-пятых, интенциональным, содержательным и функциональным стержнем карикатуры является противопоставление «СВОЕГО» и «ЧУЖОГО», «ЧУЖОГО» и «ДРУГОГО», проявляющееся по-разному в разнообразных условиях и применительно к различным объектам изображения. Не удивительно, что в карикатурах столь частым приёмом является использование культурных символов, прецедентных феноменов, апелляция к прямым и косвенным авто- и гетеростереотипам, актуальным в конкретной культуре. Когнитивная рамка восприятия – это

«основания для интерпретации воспринимаемого потока информации, значимые для каждого когнитивного акта и предопределяющие характер и объем информации, поступающий в мозг субъекта познания и коммуникации для обработки и принятия на этой основе решений в пользу той или иной коммуникативной (дискурсивной) стратегии, а также выбора средств ее реализации» (Гришаева, Цурикова 2008: 325). Прототипическая семантика фактора «свой» – знакомый, поэтому неопасный, «чужой» – незнакомый, поэтому потенциально опасный. Фактор «другой» интерпретируется в этом контексте как равноценный «своему»¹. Поэтому ясно, каким образом обрабатываются сведения, активизированные карикатурой.

В-шестых, карикатура, будучи медиафеноменом, тематизирует наиболее актуальные проблемы, затрагивающие буквально все слои общества, которому эта карикатура адресуется. Анализ карикатуры как явления, сущностно связанного с политической коммуникацией, позволяет выявить в ней как специфические, так и универсальные для медиапродуктов черты. Судя по сопоставлению тех и других, правомерно заметить, что универсальные для всех медиафеноменов характеристики в карикатуре доминируют².

Как представляется, это обусловлено тем, что в силу своих особенностей политическая карикатура воздействует на степень проявления универсальных для медиафеноменов черт, заостряя их, делая очевидным для реципиентов то, о чём в обществе либо еще не принято говорить, либо не принято говорить определённым образом. Другими словами, карикатура меняет кардинальным образом соотношение эксплицируемого и имплицитного в обществе, раздвигает рамки социального горизонта, маркирует публично обсуждаемое и осуждаемое как таковое, от противного выступает проводником общественных идеалов и защитником позитивных для конкретного социума ценностей.

Поэтому ясно, что наиболее благоприятной средой бытования карикатуры является политический дискурс вообще и политический медиадискурс в частности.

¹ см. подробнее о когнитивной рамке и факторах «СВОЙ», «ЧУЖОЙ», «ДРУГОЙ» в системе разных когнитивных фильтров, структурирующих информационный поток, в: (Гришаева 2007)

² см. анализ медиатекстов в: (Языковые...2009; Fix 2008; Гришаева 2011 и др.)

При описании карикатуры как явления чрезвычайно важно осознавать, что современные медиа – важный инструмент и средство манипуляции сознанием реципиента через конструирование политической реальности в медиадискурсе, то есть, через установление повестки дня. Так, А. Г. Пастухов, детально анализируя теории «установления повестки дня», обобщенно представляет их объяснительную силу в форме таблицы (Пастухов 2010: 174), раскрывая тем самым суть манипуляции через конструирование политической реальности (см. Табл. 1):

Таблица 1
Модели манипуляции

Название	Содержание модели
Модель понимания	Тематизация обстоятельства события в медиа ведет к тому, что реципиенты обращают внимание именно на эту тему
Модель выделения	Различные особенности темы обуславливают то, что реципиенты придают этим темам большее или меньшее значение
Модель приоритета	Значимость темы в сообщениях влияет не только на ее общую оценку для реципиента, но и на её фиксацию в сознании населения как особо значимой

В-седьмых, карикатура, как, пожалуй, мало какое явление конкретной культуры, парадоксальна и фиксирует разными способами парадоксы восприятия реальной и/или фиктивной действительности разными субъектами восприятия. Анализ карикатур «своих» и «чужих» политиков позволяет заметить, что при конструировании соответствующих образов доминируют универсальные закономерности, характеризующие бытование и функционирование карикатуры как креолизованного культурно специфического текста.

Как подчеркивалось выше, содержательным стрержнем при рецепции этих текстов является когнитивная рамка «СВОЙ – ЧУЖОЙ», задаваемая в том числе содержанием авто- и гетеростереотипов, актуальных для определенного культурного пространства, что чрезвычайно важно учитывать при анализе политического ме-

диадискурса. Названная когнитивная рамка является, по всей видимости, также решающей в процессе селекции сведений автором карикатуры на этапе её порождения.

Создание карикатур на «своих» и «чужих» политиков служит либо реализации целей определенных коллективных субъектов (партии, движения, правительства страны и т. д.), либо единичных субъектов. В первом случае доминируют манипулятивные стратегии, а также стратегии на мелиоризацию «СВОЕГО» и пейоризации «ЧУЖОГО». Во втором случае преобладают стратегии на поддержание имиджа конкретного политика и/или дискредитацию имиджа другого политика.

Выбор средств и способов реализации стратегии зависит от категоризации политика художником в качестве «своего» или «чужого», а также от индивидуальной картины мира художника. Значимым фактором при выборе средств реализации интенции является объект осмеяния (политические шаги, серьёзный порок или человеческие слабости политика), его место в ценностной картине мира, а также соотношение с запретами и табу, значимыми в конкретном обществе, и с агендой (медийной, политической и/или реальной).

Вышеупомянутые и некоторые иные основания, побуждая исследователей размышлять над причинами соответствующих тенденций и причин их возникновения, требуют осмысления с разных позиций. В связи с тем, что карикатура – это текст, то есть, интенциональное, функциональное, содержательное, формальное единство, воспринимаемое любым реципиентом именно как единство, теоретическим основанием для её анализа целесообразно избрать теорию текста – независимо от того, в рамках какой гуманитарной науки описывается карикатура.

Что можно изучить через анализ карикатуры?

Думается, чтобы охарактеризовать потенциал карикатуры как семиотически осложнённого текста, обозначенные выше особенности карикатуры в зависимости от их этиологии целесообразно объединить в определенные группы:

(1) *карикатура как отражение культурно специфического фрагмента мира*, то есть, как источник необходимых для разных исследований, разнородных сведений:

- о культурно специфической картине мира, то есть, в терминах Е. С. Кубряковой, определённым образом организованной совокупности гетерогенных, гетерохронных, гетеросубстратных сведений о мире (Кубрякова 1988);

- об особенностях исторической эпохи;
- о культурно специфической символической;
- о ценностных ориентациях, присущих конкретному обществу в определённый период времени;
- о коллективном адресате;
- о доминирующих в культуре (в определённый период времени) ценностных ориентациях, в том числе, и о пределах допустимого в конкретном социуме, о соотношении эксплицируемого и имплицитного в некоторый период времени, о культурных табу, о степени следования последним в обществе (о консенсусе в обществе и его границах) и пр.;

- об особенностях идентичности единичного (= автор карикатуры) и коллективного (= адресаты карикатуры) субъектов, в том числе о содержании гетеростереотипов;

- о наиболее острых задачах, решаемых социумом (тематика, объекты осмеяния, доминирующая техника и пр.); и др.;

(2) *карикатура как креолизованный* (поликодовый, гибридный, полимодальный) *текст*, то есть, как объект изучения его разных аспектов и свойств:

- феноменологических особенностей этого класса текстов, то есть, о поликодовых образованиях в их сравнении с монокодовыми;

- соотношения разных культурных кодов при решении одной когнитивной и коммуникативной задачи;

- мотивов выбора адресантом конкретных вербальных и невербальных средств при реализации своей интенции;

- функционального потенциала текста в целом и каждого культурного кода в частности;

- принципов семантической, синтаксической, тематической, прагматической организации поликодовых образований в сравнении с аналогичными по тематике (и/или содержанию) монокодовыми;

- причин вытеснения монокодовых текстов поликодовыми в разных коммуникативных пространствах; и др.;

(3) *карикатура как медиафеномен, как продукт политической коммуникации*, то есть, объект анализа разных предметов:

- актуальной медийной, политической и реальной повестки дня (= агенда) в конкретном социуме;
- способов воздействия на коллективного адресата;
- реализуемых оффенсивных и дефенсивных дискурсивных стратегий;
- средств и способов конструирования имиджа врага и/или позитивного имиджа конкретного политика, а также коллективных идеалов;
- средств и способов конструирования аксиологического фона, необходимого конкретному политическому направлению;
- средств и способов поддержания коллективной идентичности коллективного субъекта;
- средств и способов реализации разнообразных стратегий;
- соотношения политических сил в актуальном для карикатуры политическом пространстве;
- средств и способов, максимально эффективно воздействующих на субъекта с известными характеристиками;
- средств и способов обеспечения и/или разрыва «спирали умолчания» в конкретном социуме; и др.;

(4) *карикатура как художественное произведение*, отражающее эстетические предпочтения, доминирующие художественные приемы, диалектику индивидуальных особенностей художника как творца и члена своего общества, с одной стороны, и преобладающих в обществе интерпретаций, с другой стороны;

(5) *карикатура как культурный феномен*, имеющий, как правило, предельно точную временную и локальную привязку к социальному ландшафту в широком и узком смысле, что позволяет выявлять

- динамику и тренд развития аксиологической доминанты в обществе;
- распределение политических и иных общественных сил в социуме;
- степень значимости конвенций разного рода, цементирующих различные социальные слои в единое общество;

- степень дифференциации разнообразных интересов в разных слоях общества, с одной стороны, и в обществе в целом, с другой;
- диахронический и синхронный срезы (социальные, экономические, политические, ценностные) и определить вероятную перспективу их развития на более или менее отдаленные сроки (прогноз) и др.

Выводы

Изучение карикатуры как семиотически осложнённого текста, завоевывающего в современном обществе все новые коммуникативные среды, показывает, сколь богатым и разнообразным потенциалом она обладает.

Учитывая то, что в карикатуре адресант задействует минимум средств выражения, а потенциал их воздействия чрезвычайно высок, гуманитарии не могут не обратить внимание на этот культурный феномен, в котором причудливо сочетаются черты индивидуального и коллективного, художественного и политического, сиюмоментного и вечного, культурно-специфического и универсально-антропологического, разрешённого и запретного, традиционного и новаторского, реального и фантастического, закономерного и случайного, этического и обценного, логического и парадоксального.

Будучи сущностно привязанным к определённому хронотопу, без детального и дифференцированного знания особенностей которого, как правило, невозможно адекватно декодировать послание карикатуры, последняя, тем не менее, никогда не утрачивает своего богатого информационного потенциала (гротесковость карикатуры!) и для мало сведущих, побуждая последних искать разгадку, тем самым обогащаясь разными сведениями о культуре и её носителях.

В силу этого, думается, карикатура и становится всё более любимым материалом для размышления у гуманитариев разных направлений.

ЛИТЕРАТУРА

Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. – М.: Academia, 2003. – 128 с.

Анисимова, Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). – М.: Тезаурус, 2013. – 122 с.

Большой толковый словарь русского языка / Ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург: «Норинт», 2000. – 1536 с.

Гришаева, Л. И. Особенности использования языка и культурная идентичность коммуникантов. / Л. И. Гришаева – Воронеж: ВГУ, 2007. – 261 с.

Гришаева, Л. И. Средства и способы создания аксиологического контекста // Медиатекст: стратегии – функции – стиль. – Орел: ООО Горизонт, 2010. – С. 80-100.

Гришаева, Л. И. Есть ли тема-рематическая прогрессия в креолизованном тексте? // Русская германистика. Ежегодник российского Союза германистов. Т. 8. – М.: Языки славянской культуры, 2011. – С. 272-281.

Гришаева, Л. И. Текст в информационный век // Коммуникация в поликодовом пространстве: языковые, культурологические и дидактические аспекты. – Санкт-Петербург, 2013. – С. 68-70.

Гришаева, Л. И. Введение в теорию межкультурной коммуникации / Л. И. Гришаева, Л. В. Цурикова – Изд. 5. – М.: Издательский центр «Academia», 2008. – 352 с.

Кубрякова, Е. С. Роль словообразования в формировании языковой картины мира // Б. А. Серебренников и др. Роль человеческого фактора в языке. Язык и картина мира. – М.: Наука, 1988. – С. 141-172.

Пастухов, А. Г. Agenda setting или установление повестки дня в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль. – Орел: ООО Горизонт, 2010. – С. 171-185.

Филиппова, Т. А. «Немец» и «турок» в русской сатирической журналистике накануне и в период Первой мировой войны // Копелевские чтения 2012. Россия и Германия: диалог культур. – Липецк, 2012. – С. 71-91.

Языковые средства конструирования имиджа субъекта в политической коммуникации: коллективная монография / Л. И. Гришаева, Е. Н. Катанова, О. В. Кашкина, М. А. Бойко. – Воронеж: ИПЦ ВГУ, 2009. – 319 с.

Grischaewa, L. Sind verbal codierte Texte semiotisch homogen? // Русская германистика. Ежегодник российского Союза

германистов. Т. 10. – М.: Языки славянской культуры, 2013. (В печати).

Fix, U. Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene. – Berlin: Frank & Timme, 2008. – 506 S.

Posner, R. Kultursemiotik // Konzepte der Kulturwissenschaften. Hrsg. von Ansgar Nünning und Vera Nünning. – Stuttgart; Weimar: Verlag J. B. Metzler, 2003. – S. 39-72.

REFERENCES

Anisimova, E. E. (2003). *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaja komunikatsija* [Text Linguistics and Intercultural Communication]. Moscow: Academia.

Anisimova, E. E. (2013). *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaja komunikatsija (na material kreolizovannykh tekstov)* [Text Linguistics and Intercultural Communication (Multimodal Text Analysis)]. Moscow: Tezaurus.

Kuznetsov, S. A. (ed.) (2000). *Bol'shoj tolkovyj slovar' russkogo jazyka* [A Dictionary of the Russian Language]. S.-Petersburg: Norint.

Grishaeva, L. I. (2007). *Language Use and Cultural Identity of Language Speakers* [Osobennosti ispol'zovanija jazyka i kul'turnaja identichnost' kommunikantov]. Voronezh: VGU.

Grishaeva, L. I. (2010). Sredstva i sposoby sozdaniya aksiologicheskogo konteksta [Means and Ways of Axiological Context Creation]. In *Mediatekst: strategii – funktsii – stil'* [Mediatext: Strategies – Functions – Style] (pp. 80-100). Orel: OOO Gorizont.

Grishaeva, L. I. 2011. Jest' li tema-rematicheskaja progressija v kreolizovannom tekste? [Is There a Theme – Rheme Progression in a Multimodal Text?]. In *Russkaja germanistika. Ezhegodnik rossijskogo Sojuza germanistov* [Germanic Studies in Russia. A Yearbook of the Russian Union of Germanic Studies Scholars], vol. 8 (pp. 272-281). Moscow: Jazyki slavyanskoj kul'tury.

Grishaeva, L. I. (2013). Tekst v informatsionnyj vek [Text in the Information Era]. In *Kommunikatsija v polikodovom prostranstve: jazykovye, kul'turologicheskije i didakticheskije aspekty* [Communication in a Multimodal Space: Linguistic, Cultural and Didactic Aspects] (pp. 68-70). S.-Petersburg.

Grishaeva, L. I., & Tsurikova, L. V. (2008). *Vvedenije v teoriju mezhkul'turnoj komunikatsii* [Introduction into the Theory of Intercultural Communication], 5th Edition. Moscow: Academia.

Kubryakova, E. S. (1988). Rol' slovoobrazovanija v formirovanii jazykovej kartiny mira [The Role of Word Formation in Shaping the Worldview]. In B. A. Serebrennikov (Ed.). *Rol' chelovecheskogo faktora v jazyke. Jazyk i kartina mira* [The Role of Human Factor in Language. Language and the Worldview] (pp. 141-172). Moscow: Nauka.

Pastukhov, A. G. (2010). Agenda Setting ili ustanovlenije povestki dnya v mediatekste [Agenda Setting in a Mediatext]. In *Mediatekst: strategii – funktsii – stil'* [Mediatext: Strategies – Functions – Style] (pp. 171-185). Orel: OOO Gorizont.

Filippova, T. A. (2012). “Nemets” i “turok” v russkoj satiricheskoj zhurnalistike nakanune I v period Pervoj mirovoj vojny [“The German” and “the Turk” in Russian Satirical Mass Media before and during the First World War]. In *Kopelevskije chtenija 2012. Rossija i Germanija: dialog kul'tur* [Kopelev Readings – 2012. Russia and Germany: A Dialogue of Cultures] (pp. 71-91). Lipetsk.

Grishaeva, L. I., Katanova, E. N., Kashkina, O. V., & Bojko, M. A. (2009). *Jazykovye sredstva konstruirovaniya imidzha subjekta v politicheskoy kommunikatsii* [Linguistic Means of Personal Image Constructing in Political Discourse]. Voronezh: IPC VGU.

Grishaewa, L. (in press). Sind verbal codierte Texte semiotisch homogen? [Are verbally coded texts semiotically homogeneous?]. In *Russkaja germanistika. Ezhegodnik rossijskogo Sojuza germanistov* [Germanic Studies in Russia. A Yearbook of the Russian Union of Germanic Studies Scholars], vol. 10.

Fix, U. (2008). *Texte und Textsorten – sprachliche, kommunikative und kulturelle Phänomene*. Berlin: Frank & Timme.

Posner, R. (2003). Kultursemiotik. In A. Nünning & V. Nünning (Eds.) *Konzepte der Kulturwissenschaften* (pp. 39-72). Stuttgart; Weimar.

Людмила Ивановна Гришаева
Воронежский государственный университет
пл. Ленина 10-110, 394006
Российская Федерация
grishaewa@rgph.vsu.ru.ru

Lyudmila I. Grishaeva
Voronezh State University
pl. Lenina 10-48, 394006
Russian Federation
phone: +7 (473) 220 84 58