



<https://doi.org/10.22363/2687-0088-27107>

Research article

## Pragmatic and stylistic perspectives on British and American COVID-19 cartoons

Svetlana Y. PAVLINA  

*Linguistics University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia*

 [pavlina.svetlana@mail.ru](mailto:pavlina.svetlana@mail.ru)

### Abstract

The research aims to compare and contrast British and American visual communication texts which are based on the combination on semiotically diverse modes. Using Multimodal Critical Discourse Analysis the paper explores the way a specific segment of reality – the COVID-19 pandemic – is covered in political cartoons that employ the same language but are grounded in different cultural settings. To this end, a contrastive analysis of editorial cartoons used in British and American mass media was carried out. The sample encompasses 130 British and 130 American graphical texts published in 2020–2021 on the web sites of *The Guardian* and *U.S. News & World Report*. The article focuses on the way the new meaning is produced due to the interaction of visual and verbal modes using the information shared by members of a specific linguacultural community. At first the pragmatic and functional properties of the sample texts are examined, then the stylistic features of the texts' verbal components are studied. Taking a functional perspective, the research reveals the marked differences in two respective samples: the British COVID-19 cartoons criticize the government's policies, whereas the American ones do not only satirize but also acclaim, creating a positive image of those responsible for vaccination production and rolling out. They tend to use slogans to mobilize the public, performing the function typical of political posters. Drawing on the stylistic analysis of linguistic resources, the paper analyzes the differences in registers and rhetorical means used by British and American cartoonists to shape their messages. Both pragmatic aspects of the cartoons and the choice of stylistic devices used in their linguistic elements proved to be culture-specific, despite the similarity of issues the texts address. The research elucidates the way the cultural landscape affects the meaning-building processes in multimodal texts that employ different variants of the same language.

**Key words:** *cartoon, political communication, multimodal text, pragmatic properties, cartoon stylistics, COVID-19*

### For citation:

Pavlina, Svetlana Y. 2022. Pragmatic and stylistic perspectives on British and American COVID-19 cartoons. *Russian Journal of Linguistics* 26 (1). 162–193. (In Russian). <https://doi.org/10.22363/2687-0088-27107>

---

© Svetlana Y. Pavlina, 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Прагматические и стилистические особенности британских и американских политических карикатур на тему COVID-19

С.Ю. ПАВЛИНА  

*Нижегородский государственный лингвистический университет  
имени Н. А. Добролюбова, Нижний Новгород, Россия*

 pavlina.svetlana@mail.ru

### Аннотация

Исследование направлено на сопоставление британских и американских текстов визуальной политической коммуникации как конструкторов, совмещающих разнородные семиотические коды. В статье рассматривается, как определенный фрагмент действительности – борьба с вирусом COVID-19 – находит отражение в политических карикатурах, выполненных с использованием одного языка, но погруженных в разные культурные контексты. Цель статьи – выявить механизмы взаимодействия вербального и изобразительного кодов при создании авторского посыла в англоязычных текстах визуальной политической коммуникации, имеющих разные социальные и культурные основы. С применением мультимодального критического дискурса-анализа и стилистического анализа проводится сопоставление политических карикатур, опубликованных в британских и американских СМИ. Материалом послужили 130 британских и 130 американских графических текстов, созданных в 2020–2021 и размещенных на сайтах изданий *The Guardian* и *U.S. News & World Report*. На первом этапе были проанализированы функционально-прагматические свойства двух групп политических карикатур, затем были определены стилистические особенности лингвистических компонентов текстов выборки. Исследование функционально-прагматических характеристик двух групп графических текстов обнаруживает явные различия: британские политические карикатуры критикуют действия правительства по борьбе с пандемией, в то время как американские карикатуры носят не только сатирический характер, но и создают положительный образ тех, кто отвечает за вакцинацию населения. В этом отношении они имеют явное сходство с политическими плакатами, поскольку содержат лозунги и выполняют мобилизационную функцию. Различия выявляются и в плане стилистики вербальных элементов текстов, в частности в использовании единиц сниженного регистра и применении тропических средств. Проведенный анализ демонстрирует, как две группы текстов освещают схожие темы, но обнаруживают различия как в плане функциональных характеристик, так и в выборе стилистических средств, применяемых в лингвистическом компоненте, что объясняется несходством социального и культурного контекстов. Исследование открывает новые перспективы для определения роли культурного ландшафта при формировании смысла поликодовых текстов, выполненных на основе вариантов одного языка.

**Ключевые слова:** *карикатура, политическая коммуникация, поликодовый текст, прагматические характеристики, стилистический аспект карикатур, COVID-19*

### Для цитирования:

Павлина С.Ю. Прагматические и стилистические особенности британских и американских политических карикатур на тему COVID-19. *Russian Journal of Linguistics*. 2022. Т. 26. № 1. С. 162–193. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-27107>

## 1. Введение

Последние десятилетия характеризуются все возрастающим интересом к визуализации процессов коммуникации. В ряду средств, при помощи которых осуществляется визуальная коммуникация, выделяются плакаты, мемы и

карикатуры (см. Benoit 2019, Genova 2018, Ponton 2021, Way 2021, Mateus 2016, Morris 1993). Исследования, посвященные карикатурам, вскрывают особую природу данных текстов, поскольку они лежат на пересечении визуальной и вербальной коммуникации, следовательно, их значение формируется в результате взаимодействия изобразительного и лингвистического компонентов (Tsakona 2009). Типология карикатур включает два основных жанра: политические карикатуры, которые также именуется редакционными (*editorial cartoons*), и комические карикатуры (*comic cartoons*), которые трактуются как шутки, представленные в графическом формате. Как правило, формальные признаки двух видов карикатур совпадают: обязательным и доминирующим элементом является изображение, которое часто, но не всегда, сопровождается текстом, содержащим знаки естественного языка. В отличие от комических карикатур, важным качеством которых является способность вызывать смех, политические карикатуры имеют более серьезный социальный посыл, что предопределяет их сатирический характер. С этим связана их двойственная природа: с одной стороны, данные карикатуры являются частью политической коммуникации, с другой стороны, они лежат в плоскости юмористического дискурса (Tsakona & Pora 2013). Схожим свойством обладают мемы, которые рассматриваются как тексты политической сатиры, функционирующие в виртуальном пространстве интернет-сообществ (Ponton 2021).

Политические карикатуры интегрированы в медиатекст, они служат визуальным воплощением либо индивидуального видения карикатуриста, либо редакционной позиции в отношении актуальных общественно значимых проблем. Однако в отличие от газетной статьи они подают информацию в концентрированном виде, преображая реальность и подавая ее в остром, оригинальном и/или юмористическом ключе (Денисова 2018: 51, El Rafeie 2009a: 175). Таким образом редакционные карикатуры выполняют важную роль в медийном дискурсе, способствуя его эмоционализации (Zappettini et al. 2021).

Сюжет политической карикатуры основан на том, что отражается в новостях, таким образом, данные графические репрезентации действительности ограничены определенными временными рамками и могут рассматриваться как зеркало своего времени (Mateus 2016). Успех коммуникации, по наблюдению Уолтера Вернера, зависит как от осведомленности получателя информации о текущих событиях, так и от его фоновых знаний в области истории, политики и культуры, поскольку в основе карикатур лежат образы, встроенные в широкий социально-культурный контекст (Werner 2004). Таким образом, интерпретация смысла, заложенного автором, возможна лишь с опорой на культурную память (Werner 2004).

Кроме того, карикатура выступает как средство художественной коммуникации. Воплощая свои идеи в визуальной форме, автор принимает множество художественных решений в отношении символов, композиционного построения, а также средств выразительности (Kneiper 2002). Подобного рода выбор основывается на базовых кодах культуры, понятных большинству

реципиентов, он также зависит от ряда социальных факторов, что позволяет предположить, что при определенных общих законах жанра, карикатуры, выполненные в разных странах, будут иметь национальную специфику. Например, исследование политических карикатур советского сатирического журнала *Крокодил* высвечивает их карнавальность, а также устанавливает связь с разработанной М. Бахтиным теорией мениппеи (Etty 2019). Сопоставление карикатур, выполненных в Австралии и Японии, обнаруживает разные ожидания общества относительно того, как далеко может заходить критика политиков в визуальной коммуникации: японские политические карикатуры выглядят менее жесткими и обличающими, чем произведения австралийских карикатуристов (Chen & Phiddian 2017). Контрастивный анализ немецких и британских карикатур, проведенный Дитером Гелфертом, выявляет существенные различия, вызванные социально-политическими факторами, в частности, разным восприятием общественных ценностей и отношением к власти (Gelfert 1998). Сопоставительные исследования политических карикатур, выполненных в один период времени, но включенных в разные социальные и культурные ландшафты, носят фрагментарный характер. Данная область является абсолютно не изученной в отношении британской и американской лингвокультур, что предопределяет актуальность настоящего исследования. В рамках одной работы не представляется возможным рассмотреть все аспекты, поэтому анализ охватывает две сферы: функциональную прагматику британских и американских политических карикатур и стилистические характеристики их лингвистических компонентов.

Материалом послужили политические карикатуры, опубликованные на сайтах британских и американских периодических изданий в 2020–2021 гг. и посвященные теме борьбы с вирусом COVID-19.

Гипотеза исследования заключается в том, что при определенном сходстве языка и традиций создания политических карикатур синхронно выполненные работы британских и американских карикатуристов, отражающие схожий фрагмент действительности – борьбу с пандемией – будут отличаться как функционально, так и стилистически в силу различий как культурного, так и социального контекстов.

Для проверки гипотезы решались следующие исследовательские задачи:

- Сопоставление прагматических характеристик карикатур, принадлежащих к британской и американской лингвокультурам.
- Определение разноуровневых языковых средств создания экспрессивности в лингвистическом элементе текстов выборки.
- Проведение сопоставительного анализа использования тропов в вербальном компоненте исследуемых групп карикатур.

## 2. Обзор литературы

Политическая карикатура является многогранным явлением и привлекает внимание исследователей в области юмора, социолингвистики,

политической коммуникации и медиалогии. Ученые отмечают, что карикатура всегда была тесно связана с политической сатирой, занимая определенную нишу в политической коммуникации. Ее прагматические свойства предопределяются тем, что зрительный образ оказывает более сильное и длительное воздействие на получателя информации, чем текст, состоящий исключительно из вербальных знаков (Milner Davis & Foyle 2017:4). Отличительной чертой карикатуры считается ее образность, облеченная в лаконичную форму, данное свойство позволяет карикатуристам моментально транслировать аудитории свое видение актуальной ситуации, оформляя его необычно и экспрессивно. По наблюдению Милнер Дейвис и Фойл, сжатая форма выражения, гротеск и амбивалентность значения предопределяют двойственность функционального плана карикатуры: ее способность развлекать и одновременно информировать (Milner Davis & Foyle 2017:4). Схожее мнение выражает С. Матеус, называя политическую карикатуру мощным орудием коммуникации, поскольку она позволяет очень быстро донести авторское видение ситуации до адресата (Mateus 2016:189). При этом критика, по наблюдению автора, не выражается прямолинейно, а опирается на использование различных визуальных и вербальных средств выразительности, что позволяет рассматривать карикатуры как коммуникативные артефакты, которые способствуют пониманию текущей политической ситуации и модификации взглядов получателей информации на отображаемые в карикатурах события (Mateus 2016). Особая роль политической карикатуры в формировании общественного мнения подчеркивается в целом ряде исследований (Walker 2003, Mateus 2016). Важной коммуникативной особенностью карикатуры является не столько то, *что* именно она транслирует, а то, *как* создается этот посыл (Duus 2001:966). Как подчеркивает Дж. Гринберг, карикатуры обладают высоким воздействующим потенциалом, поскольку они придают оригинальное звучание тем аспектам, на которые в повседневной жизни адресат не обращает особого внимания. Создавая мини-нарративы и апеллируя к универсальным ценностям, карикатурист вызывает эмоциональный отклик у адресата (Greenberg 2002). В текстах визуальной политической коммуникации смысл создается не на основе тщательно выстроенной логической аргументации, а при помощи мультимодальных средств эмоциональности (Way 2021). Позиция автора карикатуры, его комментарии по поводу текущей ситуации не могут быть нейтральными, напротив, они обнаруживают определенную идеологическую окраску (Steuter & Wills 2008:11). Поскольку политические карикатуры призваны информировать и оказывать воздействие на систему ценностей коллективного адресата путем сатирического изображения действий правительства и отдельных политиков, они обнаруживают определенное сходство с журналистскими расследованиями (Lamb 2004). Имея в своем арсенале такие средства, как ирония, сарказм и гротеск, карикатуристы освещают темы в ракурсе, который является слишком жестким для редакционных статей, следовательно, их роль не сводится к тому, чтобы быть

чисто иллюстративной частью газетной статьи. Напротив, карикатуры визуализируют то, что журналисты не могут оформить вербально. Так, например, изучение графических образов кандидатов в предвыборных карикатурах позволяет утверждать, что с помощью изобразительных средств карикатуристы выражают мнение, которое было бы не вполне политкорректным в контексте газетной статьи (Mazid 2008). Сила воздействия карикатуры заключается в том, что знакомая тема преподносится в новом ракурсе, это дает возможность автору убедить аудиторию принять нужную точку зрения (Sani 2012). Юмор, как отмечает В. Раскин, используется в карикатурах в качестве маскировки истинных чувств и убеждений, поскольку если карикатура повторяет открыто сказанное, она теряет свою силу и становится неэффективной. Таким образом, юмор позволяет свободно выражать мнение и не нести за это ответственность (Raskin 2008). В данном случае освобождающая сила политической карикатуры созвучна идеям карнавальности М. Бахтина (Bakhtin 1984).

Исследование карикатур в рамках теории коммуникативной прагматики позволяет утверждать, что необходимым компонентом успешного осуществления коммуникации между автором карикатуры и ее реципиентом является пресуппозиция, которая включает в себя базовые знания, положенные в основу визуальных и вербальных образов карикатуры (Padilla 2019). Целый ряд работ посвящен тому, как формируется значение текста карикатур на основе отсылок к ключевым элементам культуры, что позволяет вскрыть механизм того, как новое знание формируется на основе известного, разделяемого большинством членов лингвокультурного сообщества (De Sousa & Medhurst 1982, Moris 1993, Seymour-Ure 2001).

Важным направлением в определении роли карикатуры в политической коммуникации является изучение определенного социального или политического явления с позиции того, какое отражение оно нашло в политических карикатурах. Визуальная репрезентация кампании по выборам президента США 2004 г. рассматривается в работе Коннерса (Connors 2005). Изучение графической репрезентаций Джорджа Буша-младшего в политических карикатурах, проведенное Р. Калогеро и Б. Муленом, позволило авторам выявить восприятие обществом действий президента США во время войны в Ираке (Calogero & Mullen 2008). Функции, выполняемые политическими карикатурами, рассматриваются также на примере графических текстов, посвященных теме борьбы с последствиями урагана Катрина (Kelley-Romano & Westgate 2007).

Функционально-прагматический ракурс исследования карикатур включает изучение того, как они воспринимаются аудиторией. Любой вербальный или иконический знак обретает смысл лишь в том случае, если адресат и адресант погружены в общий коммуникативный контекст (Zappettini et al. 2021). Во многих работах подчеркивается зависимость правильной интерпретации текстов визуальной коммуникации от владения информацией, касающейся текущих событий, которым посвящены карикатуры. Д. Генова

указывает на важность одинаковой степени информированности как карикатуриста, так и реципиента для успешного декодирования авторского посыла карикатуры. Автор отмечает, что подобная осведомленность включает не только ситуационные факты, но и знание широкого социального и культурного контекста (Genova 2018). Это приобретает особую значимость в тех случаях, когда создание смысла карикатуры строится на интертекстуальных связях с созданными ранее текстами. Если получатель информации не распознает подобные связи, это может сделать смысл карикатуры недоступным для понимания, следовательно, цель коммуникации не будет достигнута (Hitchon & Hura 1997). Таким образом, рецепция карикатуры в значительной степени зависит от образовательного уровня и культурной компетентности адресата. Показательна в этом отношении работа Ч. Фосвилла, посвященная предполагаемому общему знанию, заключенному в компактном формате карикатуры. Карикатурист, по наблюдению ученого, выбирает образы, исходя из осведомленности адресата. Автор описывает два типа коммуникации: сильную, предполагающую единственно возможную интерпретацию, и слабую, выраженную в виде намека, и допускающую множество вариантов интерпретации (Forceville 2005). В работе Э. Эль Рафаие исследуется то, как юмор, положенный в основу политических карикатур, воспринимается молодежной аудиторией. Эмпирическое исследование показывает, что перцепция карикатур зависит от индивидуального культурного багажа каждого из участников, равно как и от того, что предполагается воспринимать как смешное в данном социальном, историческом и культурном контексте. (El Refaie 2011). Такой вывод демонстрирует всю сложность изучения восприятия карикатур: с одной стороны, требуется принимать во внимание воздействие контекста, с другой стороны, необходимо учитывать субъективную природу индивидуального восприятия.

В рамках социопрагматического подхода к исследованию политических карикатур рассматривается проблема выявления текстов, которые поощряют социальное неравенство и дискриминацию, в частности по религиозному или этническому признаку. Этому посвящена одна из работ известного исследователя юмора Вилли Цакони, в которой подчеркивается необходимость критического осмысления заложенного в карикатуре авторского посыла, направленного на выявление возможного идеологического подтекста, несовместимого с современными идеями толерантности и равенства (Tsakona 2020).

Традиционно карикатуры рассматриваются как семиотически неоднородные тексты, в основе которых лежит слияние вербального и визуального кодов. Исследования взаимодействия лингвистического и визуального в рамках карикатуры основываются на трудах Ролана Барта, который отмечал, что вербальный компонент карикатуры служит своего рода якорем для изобразительного кода, то есть выполняет второстепенную, поясняющую функцию. Вторым возможным видом связи вербального и визуального является

их взаимное дополнение, таким образом, лингвистический элемент не просто поясняет графический образ, а несет новую информацию, и их комбинация создает смысл поликодового текста (Barthes 1977: 39–40). Десуса и Медхерст предлагают использовать классификацию лингвистических стилистических средств применительно к визуальному компоненту карикатур (De Sousa & Medhurst 1982). Типология, разработанная авторами, позволяет исследовать экспрессивные свойства каждого элемента карикатуры в отдельности, а также установить, как их комбинация порождает новый смысл. В дальнейшем теория поликодности политических карикатур получила развитие в работах Элизабет Эль Рефайе. В поле зрения ученого находится визуальная метафора, которая трактуется с позиций теории концептуальной метафоры, разработанной применительно к знакам естественного языка (El Refaie 2003). Автор отмечает, что карикатуры функционируют на двух фундаментальных уровнях, связанных между собой метафорой: они создают воображаемый мир и делают отсылку к миру реальному (El Refaie 2009b).

Современные исследования поликодовых текстов выделяют четыре основных семиотических компонента, вовлеченных в создание смысла: вербальный, изобразительный (иконический), цветовой и графический, под которым подразумевается шрифт и расположение изображения в рамках поликодового текста (Kress & van Leeuwen 2001). При изучении карикатур внимание ученых сосредоточено на взаимодействии изобразительного и вербального кодов, в то время как цветовая символика и графическое оформление лингвистического и изобразительного элементов карикатуры, как правило, остаются вне поля зрения исследователей. Более углубленного изучения заслуживают и лингвистические средства, включенные в канву политической карикатуры. Анализ текстов визуальной коммуникации позволяет утверждать, что их лингвистический компонент имеет свою специфику, поскольку в поликодовых текстах граница между словами и изображением часто бывает размытой, слова приобретают изобразительные качества, а визуальный компонент характеризуется высоким уровнем абстракции (Veronä 2001). Данное наблюдение, сделанное в отношении комиксов, применимо и к текстам политических карикатур. Очевидно, что создание значения при помощи вербального кода карикатуры зависит от применения стилистических приемов, которые свойственны именно данным текстам визуальной коммуникации. Этот аспект до сих пор не получил достаточного освещения в научной литературе и требует детального рассмотрения.

### **3. Материал и методология исследования**

Материал исследования включает 130 британских и 130 американских карикатур, освещающих борьбу с вирусом COVID-19. Британские карикатуры выборки были выделены из корпуса графических работ Стива Белла, Мартина Роусона, Бена Дженнингса и Николы Дженнингс, размещенных в разделе *Guardian Opinion Cartoons* электронной версии авторитетной



британской газеты “*The Guardian*” в 2020–2021 гг. Американские карикатуры выборки включают работы, размещенные в разделе Political cartoons on coronavirus на сайте новостного журнала “*U.S. News & World Report*”. Выборка содержит графические произведения ведущих американских карикатуристов Билла Брамхолла, Стива Бриана, Даны Саммерса, Уолта Хандельсмана, Дейвида Хорси, Маршалла Рамси и др., охватывающие период с марта 2020 по июль 2021 г.

Кроме тематического аспекта, критерием отбора текстов явилось наличие лингвистического компонента, представленного как минимум несколькими лексемами.

Методологической базой изучения карикатур выборки послужил мультимодальный критический дискурс-анализ, применение которого позволяет выявить то, как смысл текста создается за счет взаимодействия различных семиотических средств, основными из которых являются вербальный и изобразительный (иконический) коды (Kress & van Leeuwen 2001, 2006). На первом этапе был проведен сопоставительный анализ функционально-прагматических характеристик двух групп политических карикатур. В основу легла теория пресуппозиции, согласно которой выделяются тема (новое) и рема (известное) в тексте карикатуры (Padillia 2019). Для сопоставления были отобраны тексты с общими темами и выявлены соотносимые с ними ремы. Это позволило установить, на основе каких известных знаний, разделяемых членами лингвокультурного сообщества, строится новое сообщение в рамках каждой общей темы. Дальнейшим шагом было установление функций, выполняемых карикатурами в рамках политической коммуникации. Теоретической базой служит функциональная теория политического дискурса, разработанная У. Бенуа, согласно которой тексты визуальной политической коммуникации используются либо для создания положительного образа политика или партии, либо способствуют их негативному восприятию, представляя политиков в критическом ракурсе (Venoit 2019). Для целей настоящего исследования применялись термины *функция глорификации* и *функция критики*.

Следующим этапом являлось изучение лингвистических компонентов карикатур с точки зрения их стилистических характеристик. В основу была положена классификация экспрессивных средств английского языка, предложенная Ю. М. Скребневым (Skrebnev 2000). Рассматривались единицы, выражающие просодические характеристики речи персонажей карикатур, выявлялись экспрессивные номинации на лексическом уровне, был проведен сопоставительный анализ тропов, используемых как в британских, так и в американских политических карикатурах. Эмпирический материал изучался с применением качественных и количественных методов исследования.

#### 4. Результаты исследования

Работы, включенные в выборку, выполнены в интервале с марта 2020 по июнь 2021 г., когда большинство стран столкнулись с распространением

нового вируса и стали разрабатывать меры по его сдерживанию. Данная тема являлась доминирующей в новостных и аналитических статьях как британских, так и американских средств массовой информации, что получило свое отражение в текстах визуальной политической коммуникации, прежде всего в карикатурах. Логично предположить, что при всей схожести проблем, с которыми пришлось столкнуться правительствам и рядовым гражданам двух ведущих англоязычных стран, острые вопросы, вызвавшие общественный резонанс и послужившие поводом для создания карикатур, носят национально-специфический характер. Причиной тому служат различия как в системах здравоохранения, так и в социальном и государственном устройстве Великобритании и США.

#### **4.1. Сопоставление прагматических характеристик британских и американских карикатур**

На первом этапе исследования был проведен сопоставительный анализ с точки зрения реализации тема-рематических отношений в текстах карикатур, относящихся к двум исследуемым лингвокультурам. Основываясь на идее пресуппозиции, которая включает в себя новое знание или тему, а также известное, разделяемое участниками коммуникативной ситуации знание или рему, были выявлены общие элементы, раскрываемые как британскими, так и американскими карикатуристами. В поликодовых текстах выборки были выделены следующие общие темы: использование индивидуальных средств защиты (масок), создание коллективного иммунитета, жизнь в условиях локдауна, снятие ограничений, финансовая помощь населению.

В британских карикатурах тема ношения масок и соблюдения социальной дистанции реализуется в лингвистическом компоненте с помощью лексемы *PPE (Personal Protection Equipment)* (Индивидуальные средства защиты) а также лозунга *Hands, Face, Space* (Руки, Лицо, Дистанция). В изобразительном компоненте тема обозначается рисунком маски. Рематическая часть пресуппозиции главным образом представлена изображениями Бориса Джонсона и членов его кабинета, которые не принимают адекватных мер по защите населения. Так, в карикатуре Бена Дженнингса, посвященной введению ограничительных мер, содержатся иллюстрации к лозунгу *Hands, Face, Space* (Руки, Лицо, Дистанция) (*The Guardian* 1.11.2020). В первой части текста *Hands* (Руки) Борис Джонсон, изображенный в гротескной манере, сидит на стуле, положив под себя руки. Данное изображение является визуальной метафорой, иллюстрирующей идиому *to sit on your hands* (букв.: сидеть на руках, бездельничать). Вторая часть *Face* (Лицо) изображает Джонсона, который закрывает лицо, не желая обращать внимание на печальную статистику. Третья часть *Space* (Дистанция) выражает мнение карикатуриста о роли Джонсона в управлении страной. Премьер-министр стоит на удалении от трибуны, т. е. соблюдает социальную дистанцию, не влияя на политическую жизнь (рис. 1).



Рис. 1. Карикатура Бена Дженнинга на тему объявления нового локдауна /  
 Fig. 1. Ben Jennings on Boris Johnson imposing a new lockdown cartoon

Образ маски используется в целом ряде британских карикатур не как символ защиты от вируса, а как средство скрыть свои истинные намерения или в значении «маска приличия». Ношение маски, таким образом, приобретает метафорическое измерение. В конце июня 2021 года скандал, связанный, в том числе, с несоблюдением противоковидных мер, привел к отставке министра здравоохранения Мэтта Хэнкока и назначению на этот пост Саджида Джавида. В карикатуре Мартина Роусона этот момент представлен как смена маски на лице Бориса Джонсона: старая маска с лицом Хэнкока, отправленного в отставку, изображена лежащей в мусорной корзине (The Guardian 28.06.21).

Тема соблюдения мер безопасности, таких как ношение масок и установление социальной дистанции, раскрывается в американских карикатурах на основе ремы, связанной с движением антимаасочников. Отказ от ношения масок принимается как отдельными индивидами на основе их убеждений, так и законодателями отдельных штатов, принадлежащими к Республиканской партии. В нескольких карикатурах выборки социальная критика направлена на решение губернатора штата Аризона Дага Дьюси отказаться от ношения масок. Карикатура под названием *Arizona Bull* (Аризонский бык) Стива Бенсона (4/2021) содержит изображение родео. Бык, которого безуспешно пытаются укротить, имеет надпись COVID-19. Рядом с одним из зрителей – губернатором Дьюси – стоит корзина с надписью *Dump masks here* (Бросайте маски сюда). Идея несвоевременности отказа от ношения масок передана с помощью включенного в текст изображения щита с надписью *17,221 latest death count* (17,221 скончавшихся), сообщающего о количестве погибших от коронавируса жителей Аризоны. Таким образом, рема данной карикатуры содержит информацию о том, что в отличие от Великобритании, где ответственность за сферу здравоохранения лежит на премьер-министре и членах кабинета, в США каждый штат имеет свое законодательство. Правила, принимаемые в штатах, контролируемых республиканцами, существенно отличаются от законодательных актов в области здравоохранения в либеральных штатах (рис. 2).



Рис. 2. Карикатура Стива Бенсона *Аризонский бык* /  
Fig. 2. Steve Benson's *Arizona Bull* cartoon

Другой важной темой является достижение коллективного иммунитета. Вскрывая причины, мешающие достичь данной цели, американский карикатурист Стив Брин рисует картину узкой дороги, по которой движутся машины согласно указателю *Herd Immunity* (Коллективный иммунитет). Но поступательное движение к коллективному иммунитету приостановлено, об этом сигнализирует визуальная метафора: автомобиль с надписью *Antivax* (Антиваксер) блокирует дорогу. Движение противников вакцинации выступает в качестве ремы в целом ряде карикатур, посвященных коллективному иммунитету.

В британских карикатурах критике подвергаются действия правительства, в частности идея Бориса Джонсона о достижении коллективного иммунитета естественным путем, без вакцинации. Насколько опасен такой подход, свидетельствует карикатура Стива Белла с надписью:

- (1) *Herd Immunity – it will get us all in the end* (The Guardian 13.10.2020).  
[Коллективный иммунитет – в конце концов он нас всех достанет].

Центральным элементом карикатуры является гротескное изображение животного, совмещающего черты Бориса Джонсона и Дональда Трампа, поскольку их взгляды на достижение коллективного иммунитета в какой-то момент совпадали. Опасность такого подхода выражена в надписи на боку животного: *Do not attempt resuscitation* (Не пытайтесь реанимировать).

Еще одной темой, общей для британских и американских карикатур, является жизнь в условиях локдауна. В апреле 2020 г. The Guardian опубликовала изображение пустынной улицы, освещаемой солнцем в форме коронавируса, по которой ветер гонит листы бумаги с надписями:

- (2) *Remote Sport, Remote Schooling, Remote recovery, Remote Prime Minister.*  
[Удаленный спорт, Удаленная школа, Удаленный премьер-министр].

В вербальном компоненте содержится отсылка к болезни Бориса Джонсона, из-за которой он именуется *удаленным премьер-министром*.

Американские карикатуристы описывают ситуацию, основываясь на информации, являющейся частью социального контекста. Например, введение Трампом ограничения на путешествия обыгрывается в карикатуре Дрю Шенемана, на которой изображены белые граждане, обсуждающие новые правила:

- (3) *I never thought it would come to this. Trump just put a travel ban on white people.*  
[Я никогда не думала, что дойдет до такого. Трамп ввел запрет на путешествия для белых].

В данном тексте содержится аллюзия на ранее изданный Трампом указ о запрете въезда в страну граждан из ряда мусульманских стран. Вербальный компонент карикатуры делает отсылку к ситуации, когда действия Трампа выглядели как проявление расизма.

Финансовая помощь населению является болезненной социальной проблемой, которая находит отражение в поликодовых текстах выборки. Сатира британских карикатуристов сфокусирована на том, что консерваторы, находящиеся у власти, отдают своим знакомым выгодные контракты на производство средств индивидуальной защиты и других товаров, спрос на которые вырос из-за пандемии. Это привело к обогащению компаний, связанных с партией власти. На этом фоне социальная сфера, особенно национальная система здравоохранения, остаются без достаточного финансирования. Для описания связи власти и бизнеса в контексте пандемии используется лексема *Chumocracy*, которая образована от разговорного существительного *chum* (приятель), соединительной гласной и суффикса *-cracy*, относящегося к формальному регистру (The Guardian 15.11.2020). Коррупционность чиновников описывается при помощи номинации *sleaze* (коррупция), а наживающиеся таким образом на пандемии лица предстают в карикатурах в свиноподобном виде, в густой зеленой массе, служащей визуальным воплощением *sleaze* (коррупция).

Американские карикатуры, освещающие тему государственной помощи населению, используют в качестве ремы рост числа граждан, потерявших работу и жилье. Визуализацией этого служат изображения людей, ночующих на тротуаре, а также семей с детьми, живущих в автомобилях. Вербальным маркером этого служит лексема *Eviction* (Выселение).

Поэтапное снятие ограничений по-разному представлено в карикатурах выборки. Британский сатирический посыл направлен против антиковидной

дорожной карты правительства, реализация которой находится под большим вопросом из-за возникновения новых вспышек, вызванных мутациями вируса. Американские карикатуристы в позитивном ключе отражают развертывание вакцинации и возвращение к нормальной жизни. Анализируя тексты выборки, можно составить представление о тех вещах, которые имеют ценность для социума, обретение которых после года ограничений доставляет особую радость. Например, текст под заголовком *Summer 2021* (Лето 2021) основан на изображении семьи, собравшейся у костра во время похода. Реплика одного из персонажей гласит:

- (4) *Get more marshmallows and throw another mask on the fire.*  
[Угощайтесь зефиром и бросайте маски в огонь].

Карикатура Уолта Хандельсмана, ключевым элементом которой является джазовый духовой инструмент, сообщает о позитивном эффекте вакцинации, обращаясь к реме открытия клубов и других общественных мест. Заголовок заряжен радостью и оптимизмом: *Live Music Returns...* (Живая музыка возвращается...). Стаканы клапанов джазового инструмента – корнета – изображены в виде шприцев с вакциной. Надпись на корнете привязывает текст к конкретному географическому объекту – New Orleans (Новый Орлеан).

Суммируя наблюдения над тематическим и рематическим содержанием британских и американских текстов выборки, отметим, что при совпадении темы рематический элемент обнаруживает существенные различия. В американских карикатурах новое создается на основе известной информации, которая является национально специфической. Такими признаками обладают движение антимасочников, а также противников вакцинации (*anti-maskers and anti-vaxxers*), проявление расовой дискриминации, различия в отношении мер по сдерживанию пандемии в разных штатах, а также разногласия по этому вопросу между демократами и республиканцами. В британских карикатурах ремой выступают неэффективные действия правительства по противодействию пандемии, недостаточная социальная помощь.

Тексты, направленные на мобилизацию населения, на создание положительного образа вакцинации, являются характерными для американских карикатур выборки и не встречаются в британской выборке. В этом проявляется различие прагматических характеристик текстов, относящихся к различным культурам. Британские карикатуристы стремятся обозначить болевые точки и сформировать общественное мнение, что в итоге призвано помочь решить общественно значимые проблемы, то есть критика остается приоритетом. Американские тексты помимо критики демонстрируют применение стратегии глорификации, создания положительного образа как отдельных лиц (медицинский персонал, волонтеры), так и федеральных программ. В целом британские карикатуры рисуют достаточно пессимистичную картину, в то время как американские тексты создают более позитивный настрой.

Функция воздействия выступает как приоритетная во всех текстах выборки, однако в американских карикатурах воздействие в ряде случаев носит прямолинейный, агитационный характер. Так, например, в карикатуре Стива Бенсона, содержащем изображение Дядюшки Сэма с закатанным рукавом и пластырем на плече, вербальный компонент принимает форму призыва последовать примеру и сделать прививку: *DO IT* (СДЕЛАЙ ЭТО).

В данном случае стирается грань между политической карикатурой и плакатом. Другим примером является карикатура, основанная на сюжете плаката времен Второй мировой войны *We Can Do It* (Мы можем это сделать). Карикатура Даны Саммерса воспроизводит графическое изображение клепальщицы Роузи (*Rosie the Riveter*), мотивирующего образа с более чем семидесятилетней историей, помещая его в современный контекст. Отсылкой к сегодняшнему дню служит медицинская маска на лице Роузи, а также текст:

- (5) *Rosie the respirator maker. We Can Do It!*  
[Роузи производит маски. Мы можем это сделать].

Тем самым автор подчеркивает важность производства индивидуальных средств защиты для борьбы с COVID-19, проводя параллель с производством вооружений в годы Второй мировой войны (рис. 3).



Рис. 3. Карикатура Даны Саммерса Роузи производит маски /  
Fig. 3. Dana Summers on Rosie the respirator maker cartoon

#### 4.2. Сопоставление лингвистического компонента британских и американских карикатур в стилистическом аспекте

На следующем этапе исследования рассмотрению подлежали стилистические характеристики лингвистического компонента карикатур. Вербальный код реализуется на основе естественного языка в виде надписей внутри карикатуры, которые имеют форму заголовка или реплики персонажа. Ключом к пониманию смысла поликодового текста служат два вида элементов, в

основе которых лежит естественный язык. Во-первых, это реплики и комментарии (*captions*), интегрированные в структуру карикатуры, имеющие тесные связи с изобразительным, графическим и цветовым кодами. Во-вторых, это заголовок, который более автономен. Он дополняет весь поликодовый текст, привязывая его к конкретной ситуации, получающей творческое воплощение в карикатуре (Чаплыгина 2006). Взаимосвязь вербального, иконического, графического и цветового кодов достаточно четко прослеживается в британской карикатуре Стива Белла, опубликованной 3 марта 2020.

Ключевым вербальным элементом карикатуры Стива Белла, посвященной плану Джонсона по борьбе с коронавирусом на самом начальном этапе его распространения в Великобритании, является призыв *Wash hands. Go home. Die* (Мой руки. Иди домой. Умри). Выбор в пользу синего – традиционного цвета Консервативной партии – при колористическом оформлении данного текста позволяет предположить, что автор пародирует предвыборные лозунги консерваторов.

Подтверждением тому служит и ироничная надпись внизу карикатуры *The COVID-19 Party Manifesto* (Партийная программа COVID-19). Партийная программа обычно публикуется накануне выборов и содержит пункты, в которых выделяются фразы, которые будут знаковыми во время предвыборной кампании, своего рода партийные лозунги. Иронично представленный план консерваторов состоит из трех пунктов и открывается призывом мыть руки. Автор показывает, что кроме этой рекомендации, правительство не предлагает никаких средств индивидуальной защиты врачам, медсестрам и другим работникам социальной сферы, которые находятся на переднем крае, контактируя с вирусом с риском для здоровья. Данная карикатура служит иллюстрацией к статье, содержащей информацию о том, что Борис Джонсон выступил с планом «боевых действий» (*battle plan*), призвав медработников-пенсионеров заменить врачей в больницах, если те заболеют и не смогут помогать пациентам. Премьер-министр предположил, что доля заболевших медиков может достичь 50 %. Данная инициатива получила комментарий в тексте карикатуры в виде надписи на униформе гротескной фигуры Джонсона:

(6) *Public health stripped to essentials England.*

[Общественное здравоохранение Англии обобрано до нитки]

(рис. 4).

В ряде карикатур вербальный компонент имеет форму текста газет или писем, вывесок, рекламных щитов и других объектов, составляющих изобразительный компонент, именно лингвистический код предлагает ключ к пониманию авторского замысла. Значительная часть карикатур содержит реплики персонажей, текст которых относится к разговорному стилю. Основываясь на положениях теории лингвистического описания разговорной речи, разработанной Ю.М. Скребневым, рассмотрим характеристики лингвистических элементов текста карикатур выборки.





Рис.4. Карикатура Стива Белла на тему плана Бориса Джонсона по борьбе с коронавирусом / Fig. 4. Steve Bell on Boris Johnson's coronavirus "battle plan" cartoon

Отличительной чертой карикатур выборки является то, что как в британских, так и в американских текстах обнаруживаются лексемы, образованные посредством ономотопеи: *Slap! Honk! Beep! Whack! Thump, Woof Woof*. Кроме того, в карикатурах выявлены окказиональные звукоподражательные лексемы. К примеру, карикатура Мартина Роусона содержит критику мер правительства по контролю над пересечением границы в условиях пандемии. В центре поликодового текста представлено гротескное изображение Бориса Джонсона, закрывающего границу на щеколду, что сопровождается щелчком, обозначенным в тексте как *Thdok!* (The Guardian 01.03.2021)

Просодические характеристики речи персонажей анализируемых текстов выражаются при помощи следующих графических средств:

- Использование полужирного шрифта. Это позволяет выделить компоненты лингвистической составляющей карикатуры, которые персонаж выделяет интонационно, придавая им эмфатическое звучание. Данный прием характерен главным образом для британских карикатур. Сатирическая интерпретация позиции британского премьер-министра по поводу распространения новой разновидности коронавируса содержит следующий текст:

(7) *Don't fret about "Alpha" and "Delta". Studied the Greek classics.*  
[Не беспокойтесь об «Альфе» и «Дельте». Изучал древнегреческий].

- Удвоение или утроение гласных или согласных (умножение букв). Данный прием используется для передачи индивидуальных особенностей произношения, он также получает распространение главным образом в британских карикатурах. Пародия на рождественское поздравление Бориса Джонсона изображает премьер-министра сидящим в глубокой яме с ковидным деревом вместо рождественской ели. Послание со дна ямы отдается эхом: *G-G-G-GOD B-B-BLESS US E-E-E-E-E-EVERYONE!* (Благослави вас Бог)!

• Написание отдельных слов или их компонентов с прописной буквы. Подобным образом карикатуристам удастся передать громкость высказывания. То, что произносится едва слышно, оформляется графически с помощью строчных букв при выборе меньшего размера шрифта. И наоборот, произнесенные громко элементы представлены визуально более крупным шрифтом и/или прописными буквами. Британская карикатура, посвященная инициативе правительства по предоставлению помощи ресторанному бизнесу в августе 2020, получившей название *Eat Out to Help Out* (Ешьте на улице чтобы помочь ресторанному бизнесу), пародирует членов кабинета Джонсона. Один из них изображен в виде уверенного в себе шеф-повара, громко объявляющего;

(8) *DOG'S DINNER TABLE 13!*  
[Собачья еда столик 13]!

Официант, принимающий тарелки с едой сомнительного качества из рук шеф-повара, выглядит смущенным и неловким, его робкий ответ оформлен графически в более мелком масштабе и без выделения полужирным шрифтом: *Yes chef!* (Да, шеф)! (*The Guardian* 3.08.2020).

• Применение графона. Данный знак является графической репрезентацией стяженных форм, характеризующих разговорную речь, либо указывает на отсутствие конечного звука. В карикатуре Мартина Роусона *Amateur Hour* автор изображает премьер-министра в роли певца-любителя, исполняющего песню с таким текстом:

(9) *Well, we're so useless, baby/So late'n'useless you could die*  
(*The Guardian* 5.02.2021).  
[Мы настолько бесполезны, детка, настолько опоздали и настолько бесполезны, что ты можешь умереть].

В данном случае графон сигнализирует о фонетически усеченном варианте союза *and*. Другим примером служит ободряющее высказывание разговорного регистра *That's m'girl* (Хорошая девочка).

Анализ лингвистического компонента карикатур на лексическом уровне выявило наличие в британских поликодовых текстах лексем, относящихся к формальному регистру. Связано это с тем, что карикатуристы пародируют речь Бориса Джонсона, представляя в комическом свете его склонность к использованию заимствований из латыни и греческого, которые относятся к книжной лексике. Ироничный посыл карикатуры, посвященной отсутствию активных действий со стороны премьер-министра в условиях пандемии, создается как обилием книжных лексических единиц, так и наличием синтаксических конструкций, свойственных формальному регистру:

(10) *Alas! After much consideration, it has fallen to me to announce, with a heavy heart that it is the time without hesitation... to act.* (*The Guardian* 15.03.2021).  
[Увы! После длительного размышления я решил объявить, мне это нелегко далось, что пришло время без всякого промедления ... действовать].

Комический эффект достигается при объединении в одном тексте единиц разговорного и книжного регистров. Подобный прием использует Стив Бэлл в следующем тексте:

- (11) “...*at no time did I ever slope off to write a biography of Shakespeare. I was far too busy leading from the front, squashing the sombrero*”.  
(*The Guardian* 25.05.2021).

[Тем временем мне представился случай улизнуть, чтобы заняться написанием биографии Шекспира. Я был слишком занят, осуществляя руководство на передовой, сминая сомбреро].

В данном случае грамматическая модель, свойственная формальному стилю общения, соединяется с разговорной лексикой. Англицизм *to slope off* (улизнуть) является коллоквиальной языковой единицей, имеющей значение *to go somewhere quietly, especially to avoid something/somebody* (незаметно уйти, особенно чтобы избежать встречи с кем-либо).

Лексика, используемая британскими карикатуристами, охватывает все стилистические регистры: от супернейтральных книжных лексических единиц до лексем, относящихся к вульгаризмам. Примером последних являются номинации *effocracy* (дерьмократия), *bumocracy* (задократия), *farting* (трындёж), выделенные в карикатурах Стива Белла.

В американских карикатурах выборки использование книжной лексики носит единичный характер. Главным образом, авторы оформляют реплики и комментарии при помощи нейтральных и разговорных лексем. Выбор в пользу разговорной лексики продиктован двумя причинами: стилистически сниженные лексемы служат либо маркерами социального слоя, к которому принадлежит персонаж карикатуры, либо индикаторами неформальной ситуации общения, к примеру, разговора в домашнем кругу. Иллюстрацией выбора первого типа служит американская карикатура на тему коллективного иммунитета. Данный сюжет передается главным образом с помощью изобразительного компонента. В карикатуре Дэйвида Хорси под названием *The challenges of lassoing bullheaded vaccine resisters* (Как сложно обуздать упрямых противников вакцины) группа врачей прибывает на ранчо и предлагает ковбою пройти вакцинацию (рис. 5). Символом этого выступает шприц с вакциной, который протягивают врачи из окна своего автомобиля. Ковбой, изображенный на фоне своего стада, вежливо отказывается, предлагая следующую мотивировку:

- (12) *No thanks, Doc, I reckon I've got herd immunity.*

[Нет уж, спасибо, док. Думаю, у меня коллективный иммунитет].

Комментарий, включенный в текст данной карикатуры, выполнен в стиле телерепортажа:

- (13) *And now for the hard part of getting America vaccinated.*

[А сейчас о сложностях вакцинации в Америке].



Рис.5. Карикатура Дэйвида Хорси *Как сложно обуздать тупоголовых противников вакцины* /  
 Fig. 5. David Horsey on the challenges of lassoing bullheaded vaccine resisters cartoon

Примером использования стилистически сниженной лексики в неформальной ситуации может служить реплика персонажа карикатуры *The new Normal* (Новые нормы) Скотта Стантиса по поводу соблюдения социальной дистанции даже в семейном кругу. Карикатура содержит изображение супружеской пары, которая расположилась в гостиной на дистанции друг от друга, их разделяет гигантский шар, символизирующий коронавирус. Реплика мужа звучит следующим образом:

- (14) *Nope. Still not used to it.*  
 [Нет. Так и не могу к этому привыкнуть].

Экспрессивность лингвистического компонента достигается также при помощи сленговых номинаций, таких, к примеру, как *snowflake* [слабак], *jerk* [придурок], *heck* [чёрт]:

- (15) *What the heck! You are a jerk! I am not wearing a mask because I am not a frightened snowflake.*  
 [Что за чёрт! Ты придурок! Я маску не ношу, потому что я не какой-то там запуганный слабак].

Еще одним лексическим средством, направленным на придание выразительности текстам выборки, является создание телескопических слов. Неологизм *chumbo* образован по модели *chum* + *Jumbo*. Первый компонент является сленгизмом «приятель, дружок». *Jumbo* в данном случае относится к персонажу мультфильма про слоненка, который выступал в цирке, научившись летать и использовать уши вместо крыльев. Автор карикатуры выражает свое отношение к коррупции, когда партия власти заботится о том, чтобы выгодные государственные контракты попадали к сторонникам консерваторов. Смысл образа *Jumbo* становится понятен при декодировании значения

фразеологизма *the elephant in the room* (букв.: слон в комнате, то есть очевидный факт, который стараются не замечать), который включен в комментарий к карикатуре. Карикатурист Стив Бэлл использует неологизмы *chumbo* и *chumbocracy* (кумовство), которые позволяют ему выразить свое критическое отношение к работе Дианы Хардинг, давней знакомой Бориса Джонсона, которая, как предполагается, получила пост главы одного из ведомств системы здравоохранения не столько благодаря профессиональным качествам, сколько личным связям (The Guardian 19.08.2020). Рассматриваемые неологизмы содержат негативную оценочность, а благодаря необычной форме они обладают способностью привлекать внимание и воздействовать на коллективного адресата.

Любопытный пример обнаруживается и в другой карикатуре Стива Бэлла: *Vocialism in one country*. Сложносокращенное слово *Vocialism* получено за счет слияния *Bo(ris) + (so)cialism*. И вновь острие критики направлено на проводимую Борисом Джонсоном социальную политику. Поскольку идея построения социализма в отдельно взятой стране выглядит утопической, телескопическое слово *Vocialism* имеет определенную негативную коннотацию. Отсылка к плановой экономике СССР содержится в надписи на знамени, под которым изображен Борис Джонсон в фуражке с пятиконечной звездой: *Five Day Plan* (Пятидневный план) (рис. 6). Подобным образом карикатурист демонстрирует несостоятельность планов правительства быстро справиться с распространением вируса (The Guardian 17.03.2020).

Высоким воздействующим потенциалом обладают тропеические средства. В исследуемых текстах лингвистический компонент содержит метафорические номинации, аллюзию, игру слов (пан). Поскольку изобразительный компонент занимает доминирующее положение в номенклатуре семиотических кодов карикатуры, визуальная метафора служит основой построения смысла, в то время как лингвистическая метафора не получает широкого распространения. Однако в карикатурах, содержащих метафорические языковые номинации, именно они становятся смысловым центром. В американской карикатуре под названием *Covid Roller Coaster* (Ковидные горки) нестабильная ситуация, когда уровень заболеваемости то стремительно растет, то идет на спад, сравнивается с аттракционом *американские горки*, о чем свидетельствует комментарий к изобразительному элементу: *Endless Covid coaster* (Бесконечные ковидные горки). В основе метафорического переноса лежит признак *резкий перепад, нестабильность*, объединяющий сферу-источник *артефакты* со сферой-мишенью *болезнь*. В британской карикатуре на тему того, как менялось отношение премьер-министра к проблеме пандемии, метафорически описывается план быстрой победы над вирусом:

(16) *We'll turn the tide in 12 weeks.*

[Мы изменим положение за 12 недель].

Выражение *to turn the tide* означает *поменять что-либо коренным образом*. Оно включено в метафорическую модель со сферой-источником

ПРИРОДА. Комментарием к этому служит другой элемент вербального кода #*Blitzspirit* (Блицнастрой), который подчеркивает ироничность, заключенную в метафорически оформленном лозунге правительства (The Guardian 22.03.2020).



Рис. 6. Карикатура Стива Белла Борис Джонсон и коронавирусный кризис /  
Fig. 6. Steve Bell on Boris Johnson and the coronavirus crisis cartoon

Языковая игра в большей степени применяется в американских карикатурах выборки, чем в британских графических текстах. Примерами тому могут служить карикатуры, в которых обыгрываются значения лексемы *shot*. В контексте борьбы с пандемией актуализируется значение *a medical injection* (прививка), которое используется в одном контексте с другим значением полисемантической лексемы: *a small measure or serving (such as one ounce) of undiluted liquor or other beverage* (доза спиртного). Примером совмещения двух значений в рамках одного поликодового текста служит карикатура, персонажи которой находятся в баре, соблюдая социальную дистанцию и используя маски. Реплика одного из посетителей звучит следующим образом:

- (17) *It's a pandemic and this is the only place that hasn't run out of shots.*  
[Во время пандемии это единственное место, где можно принять дозу].

В данной фразе совмещаются два плана: доза спиртного и доза вакцины. Используя языковую игру, автор текста привлекает внимание к нехватке доз для массовой вакцинации населения. Примером использования языковой игры в британских текстах выборки служит карикатура Стива Белла, критикующая решение президента Трампа прекратить финансирование Всемирной Организации Здравоохранения (*W.H.O.*). Реплика Трампа строится на графическом сходстве местоимения *WHO* (кто) и аббревиатуры *W.H.O.* (ВОЗ):

- (18) *WHO NEEDS W.H.O.*  
*when you've got me?* (The Guardian 8.04.2020)  
[Зачем вам ВОЗ, если есть я?]

Аллюзивные языковые элементы отличаются разнообразием и могут быть сгруппированы, исходя из источника, который включен в социальный, политический или культурный контекст. Как британские, так и американские карикатуры содержат аллюзии, соотносимые с компонентами поп-культуры, а именно песнями, телевизионными шоу, художественными и мультипликационными фильмами. Так, например, иронично обыгрывается песня Фрэнк Синатры в британской карикатуре на тему Рождества. Центром ее является гротескное изображение Бориса Джонсона с веточкой омелы, белые плоды которой имеют форму коронавируса. Отсылка к популярной рождественской песне вызывает целый ряд ассоциаций, в том числе и музыкальных:

- (19) *Have yourself a Merry Little Christmas* (The Guardian 15.12.2020).  
[Устрой себе маленькое веселое Рождество].

Американская карикатура, сатирически изображающая недостаточную социальную помощь населению в разгар пандемии, включает в себя текст песни: *Too late. Too little* (Слишком поздно. Слишком мало). Другой вербальный компонент *Covid relief deal* (Меры помощи пострадавшим от пандемии) дает пояснение относительно объекта критики.

Фильм *Маска* служит источником пародии в британской карикатуре, изображающей президента Трампа в качестве центральной фигуры в стилизованной афише, содержащей следующий текст:

- (20) *Somebody stop me. Trump The Mask.* (The Guardian 27.07.2020).  
[Остановите меня. Трамп Маска].

В американской карикатуре на тему ограничений во время Рождества делается отсылка к фильму о Гринче: *The Grinch who stole Christmas* (Гринч, укравший Рождество). Гринч в карикатуре выглядит безобидным неудачником, над которым подтрунивает вирус, называя его *Amateur* (Дилетант). Вирус уносит с собой подарочные коробки с надписями: *Eateries* (Закусочные), *Sports* (Спорт), *Family gatherings* (Семейные торжества), *Travel* (Путешествия).

Наибольшую группу источников аллюзии, как в британских, так и в американских текстах выборки составляют компоненты политической и коммерческой рекламы, в том числе лозунги, используемые в рамках кампании по борьбе с коронавирусом. Предвыборный лозунг Трампа *Make America Great Again* (Вернем Америке былое величие) применяется в карикатуре, критикующей тех, кто не носит маски: *Make America 1918 Again* (Вернем Америке 1918). Год, включенный в канву поликодового текста, символизирует пандемию испанского гриппа.



Британский лозунг *Keep calm and carry on* (Сохраняйте спокойствие и продолжайте действовать), впервые использованный в агитационном плакате 1939 г. в связи с началом Второй мировой войны, приобретает новое звучание в контексте панических настроений, приведших к дефициту предметов первой необходимости в начале пандемии (рис. 7). Изображение людей, стремительно покидающих магазин с рулонами туалетной бумаги, делает карикатуру ироничной (The Guardian 5.03.2020).



Рис. 7. Карикатура Бена Дженнигса на тему британской сдержанности в эпоху коронавируса / Fig. 7. Benn Jennings on Britain's coronavirus composure cartoon

Аллюзии к литературным произведениям значительно чаще встречаются в британских карикатурах, чем в американских. Источниками служат классические произведения – *Oliver Twist* (Оливер Твист), детские стихи – *Nursery Rhymes* (Детские песенки), сказки – *The Pied Piper of Hamelin* (Волшебная дудочка), *The Emperor's New Clothes* (Новое платье короля). Среди американских карикатур выявлена одна аллюзия на литературное произведение – книгу Дэвида Брока *Blinded by the Right* (Слепо следующий за правыми).

Британские карикатуристы выбирают в качестве аллюзивных вербальных компонентов текста высказывания политиков, как современных, так и популярных в прошлом. Высказывание Трампа в отношении коллективного иммунитета, в котором слово *immunity* в результате оговорки было заменено на *mentality*, легло в основу ироничной британской карикатуры с новым лозунгом: *Herd Mentality Will Defeat Covid!* (Коллективная ментальность победит ковид)! (The Guardian 16.09.2020). Лозунг Бориса Джонсона *Pro-vax, low tax, we've got your backs* (За вакцину, против повышения налогов, мы за вас) использовался в марте 2021 г. в отношении расходов на оборону. В карикатуре Стива Белла он был применен в контексте использования бюджетных средств в интересах частного бизнеса, имеющего связи с партией консерваторов (The Guardian 29.03.2021).



Американская карикатура Дейва Роуи, изображающая президента Байдена в роли спасителя нации, вооруженного вакциной, содержит следующий текст:

(21) *SPEAK SOFTLY AND CARRY A BIG SYRINGE.*

(Financial Review 12.03.21)

[Говори тихо и носи большой шприц].

Данная фраза содержит аллюзию к известному высказыванию президента Теодора Рузвельта *Speak softly and carry a big stick* (Говори тихо и носи большую дубинку), с которым связана так называемая политика большой дубинки. Шприц с вакциной, изображенный карикатуристом в виде меча, выступает как визуальная метафора мощного оружия, с помощью которого может быть побеждена пандемия (рис. 8).



Рис. 8. Карикатура Дэйва Роуи *Говори тихо и носи большой шприц* /  
Fig. 8. David Rowe on speak softly and carry a big syringe cartoon

Как британские, так и американские карикатуристы в канун Рождества обращались к библейским сюжетам, в частности к приношению даров младенцу Иисусу. Американская рождественская карикатура наполнена оптимизмом, ее центром является изображение ампулы с вакциной против COVID-19. Визуализацией Рождества выступает веточка падуба остролистного – растения с красными ягодами. Поскольку в это время в США появилась уже вторая по счету вакцина, комментарий к рисунку делает на этом акцент, используя аллюзию к дарам волхвов: *The Second Greatest Gift of All this Holiday Season* (Второй долгожданный дар в канун Рождества).

Дары волхвов обыгрываются и в британской рождественской карикатуре. Премьер-министр изображен в виде младенца, яслями выступает коробка, наполненная соломой, содержащая надпись *UNFIT FOR USE. PPE* (Не пригодны к использованию. Персональные средства защиты). В дверях стоят волхвы с дарами, однако не все дары будут приняты. Реплика Майкла

Гоува, одного из членов кабинета министров, изображенного в виде ангела, гласит:

(22) *According to the new regulations only the one offering the gold can come in* (The Guardian 23.11.2020).

[Согласно новым правилам, впускаем только того, кто принес золото].

Согласно библейскому сюжету младенцу Иисусу принесли три дара: золото, ладан и смирну, каждый из которых имел определенный духовный смысл. Он утрачивается в британской карикатуре, обличающей цинизм британского правительства. Сопоставление двух рождественских карикатур, в основу которых положен один и тот же сюжет, демонстрирует жесткий, сатирический ракурс британских текстов выборки и стремление к созданию позитивного настроения, характеризующее американские карикатуры.

Суммируя наблюдения над использованием тропов в текстах выборки, приведем результаты их количественного сопоставления в отношении британских и американских карикатур.

*Таблица 1. Использование тропов в вербальном компоненте британских и американских карикатур /*

*Table 1. The tropes employment in British and American cartoons verbal component*

Тропы	Британские карикатуры	Американские карикатуры
Метафора	6	7
Игра слов	3	7
Аллюзия:	30	18
Источники		
• Песни	4	3
• Кино и телевидение	3	3
• Лозунги	7	4
• Литература	5	1
• Высказывания политиков	6	3
• Прочие	5	4

Табл. 1 показывает, что аллюзия является наиболее распространенным тропом как в британских, так и в американских карикатурах. Британские карикатуристы чаще всего делают отсылки к лозунгам, высказываниям политиков, а также к литературным произведениям разных жанров, в то время как в американских карикатурах помимо лозунгов приоритетными источниками являются элементы поп-культуры: песни, фильмы, мультфильмы.

В отношении игры слов в вербальном компоненте карикатур было выявлено более активное применение данного тропа американскими карикатуристами, в то время как метафора почти с одинаковой частотностью используется в британских и американских текстах выборки.

Следует отметить, что сравнительно небольшое количество случаев включения метафор и игры слов в вербальный компонент текстов выборки объясняется тем, что исследование было сфокусировано на лингвистическом

аспекте и не принимало во внимание те моменты, когда метафора была заключена в иконическом коде или игра слов основывалась как на вербальном, так и на визуальном компонентах. Подобные случаи являются весьма многочисленными и, несомненно, заслуживают отдельного изучения.

## 5. Обсуждение

Политические карикатуры, регулярно публикуемые в печатных СМИ в качестве иллюстраций к редакционным статьям, служат своего рода визуальной хроникой того, как социальные и политические институты пытаются противостоять негативным явлениям, вызванным пандемией. Проведенный в рамках настоящего исследования сопоставительный анализ прагматических характеристик британских и американских карикатур, освещающих борьбу с вирусом COVID-19, позволил выявить сходство тематического содержания карикатур выборки, которое заключается в отражении таких аспектов, как использование индивидуальных средств защиты (*PPE*), создание коллективного иммунитета (*herd immunity*), жизнь в условиях локдауна, снятие ограничений, финансовая помощь населению. Рассмотрение рематической составляющей пресуппозиции обнаруживает существенное расхождение британских и американских текстов выборки. Известным знанием, разделяемым представителями британского лингвокультурного сообщества, выступают главным образом действия правительства Бориса Джонсона в области финансирования национальной системы здравоохранения (NHS), меры по достижению коллективного иммунитета, выделение бюджетных средств компаниям, имеющим связи с партией власти (См. например, рис. 1, 4, 5). В американских карикатурах ремой является движение антимаасочников и противников вакцинации, расхождения в позиции демократов и республиканцев в отношении мер по борьбе с пандемией, различия в законодательствах различных штатов, обострение расовых вопросов в связи с пандемией (см. например, рис. 2). Таким образом, находит свое подтверждение тезис о том, что при внешнем сходстве проблем, с которыми сталкиваются страны в эпоху пандемии, и которые получают отражение в британских и американских карикатурах, их преодоление носит ярко выраженный национально-специфический характер в силу социальных и культурных различий двух стран.

Исследование прагматического аспекта поликодовых текстов выборки позволило также выявить то, что британские карикатуры носят сатирический характер и направлены на информирование общества о существующих проблемах в области борьбы с пандемией. Данная критика в итоге направлена на то, чтобы призвать к ответственности неэффективных политиков.

Американские карикатуры также выполняют функцию критики, однако ее объектами являются не только политики, но и отдельные группы граждан. Кроме того, часть американских карикатур выборки создает положительный образ врачей, волонтеров, а также лиц, ответственных за создание вакцин и развертывание вакцинации. Таким образом, можно заключить, что в текстах

американских карикатур реализуется функция глорификации. Воздействие в текстах подобного рода носит прямой, агитационный характер, что сближает американские политические карикатуры с политическими плакатами. Данное сходство обнаруживается как в оформлении визуальной части карикатуры, так и в вербальном компоненте, выполненном в форме призыва.

Реализация выявленных функций основывается на использовании средств выразительности, относящихся как к изобразительному, так и к языковому плану карикатуры. В фокусе настоящего исследования находятся экспрессивные языковые средства, содержащиеся в вербальном компоненте карикатур. Просодические характеристики речи персонажей выражаются графически с помощью варьирования величины шрифта, выделения полужирным шрифтом интонационно маркированных элементов, удвоения или утроения букв, а также использования графона. На лексическом уровне отмечено активное использование звукоподражательных и сложносокращенных слов. Британские карикатуристы применяют лексику, относящуюся как к книжному стилю, так и к стилистически сниженным регистрам, включая сленговые номинации и слова-вульгаризмы. В американских карикатурах употребляются преимущественно нейтральные и коллоквиальные номинации. Объяснением этому может служить то, что американские карикатуристы в значительной степени зависимы от редакционной политики изданий в области политкорректности. В современной американской журналистике обнаруживается устойчивая тенденция к сокращению количества карикатуристов. В настоящее время в 1300 периодических изданиях работает 30 штатных графических художников (Leon 2017, Shafer 2019). Большинство карикатуристов входят в синдикат и выполняют работы для широкого круга изданий, что предполагает использование достаточно усредненного стиля (Leon 2017:165). Таким образом, социальные факторы определяют степень свободы художественного творчества, а значит, и уровень экспрессивности карикатур.

Наряду с такими тропическими средствами, как метафора и игра слов, особое место в выборке занимает аллюзия, которая значительно чаще применяется в британских поликодовых текстах, чем в американских карикатурах. Различия обнаруживаются и в частотности обращения к определенным источникам аллюзивных номинаций. Британские карикатуристы главным образом используют вербально выраженную аллюзию к высказываниям политиков, литературным источникам и лозунгам, в то время как в лингвистических компонентах американских карикатур большее распространение получает аллюзия к лозунгам и элементам поп-культуры.

## **6. Выводы**

Цель исследования заключалась в сопоставлении того, как в британских и американских карикатурах отражаются острые социальные проблемы, вызванные распространением вируса COVID-19. Вначале был проведен анализ прагматических свойств двух групп графических текстов. Сравнение тема-

рематических характеристик карикатур позволяет утверждать, что тематическое содержание как британских, так и американских текстов выборки обнаруживает несомненное сходство. Однако их рематические составляющие существенно отличаются, в чем находит свое проявление несоответствие социального и политического ландшафтов. Другое различие связано с функциями карикатур. Основное предназначение редакционных карикатур заключается в сатирической репрезентации актуальных общественно значимых проблемы. Британские карикатуры выполняют данную функцию, критикуя действия властей и привлекая внимание к жизненно важным аспектам борьбы с пандемией. Американские редакционные карикатуры также имеют сатирическую направленность, однако наряду с текстами критического характера выявлены карикатуры, создающие положительный образ тех, кто отвечает за вакцинацию населения. Таким образом американским графическим текстам выборки также свойственна функция глорификации. Кроме того, некоторые американские редакционные карикатуры демонстрируют явное сходство с политическими плакатами, поскольку в них содержатся агитационные элементы, направленные на мобилизацию общественного мнения.

Анализ стилистических параметров вербального компонента исследуемых карикатур позволил определить стилистические маркированные элементы, характерные для данного вида текстов визуальной политической коммуникации. Различия между стилистическими средствами, к которым обращаются британские и американские карикатуристы, обнаруживаются на графическом и лексическом уровне. Несовпадения выявлены и в плане использования тропов: игра слов чаще применяется в американских карикатурах, аллюзия в большей степени свойственна британским графическим текстам.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что британские и американские политические карикатуры освещают схожие темы, но имеют явные отличия как в плане функциональных характеристик, так и в выборе стилистических средств, применяемых в лингвистическом компоненте, что объясняется несопадением социального и культурного контекстов. Дальнейшим направлением исследования национально-специфических особенностей текстов визуальной политической коммуникации может служить изучение тропических средств – метафоры, пана и аллюзии – выраженных в изобразительном компоненте или же в комбинации вербального и визуального. Кроме того, сопоставительный анализ может быть расширен за счет включения текстов, выполненных с использованием других вариантов английского языка, имеющих разное социально-культурное основание.

#### REFERENCES / СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Denisova, Galina L. 2018. The category of time in political cartoons. *Mir Lingvistiki i Kommunikatsii: Electronniy Zhurnal* 3. 51–69. (In Russ.)
- Chapligina Yuliya S. 2006. *Comic Creolized Texts: Semiotic Systems Interaction*. Samara: Samarkiy gosudarstvenniy ekonomicheskii universitet. (In Russ.)

- Bakhtin, Mikhail. 1984. *Problems of Dostoevsky's Poetics*. University of Minnesota Press.
- Barthes, Roland. 1977. Rhetoric of the image. In Roland Barthes (ed.), *Image, Music, Text*, 32–51. New York: Hill and Wang.
- Benoit, William. 2019. A functional analysis of visual and verbal symbols in presidential campaign posters, 1828–2012. *Presidential Studies Quarterly* 49 (1). 4–22.
- Beronä, David A. 2001. Pictures speak in comics without words: Pictorial principles in the work of Milt Gross, Hendrik Dorgathen, Eric Drooker, and Peter Kuper. In R. Varnum & C. T. Gibbons (eds.), *The language of comics: Word and image*, 19–39. Jackson MS: University Press of Mississippi.
- Calogero, Rachel M. & Brian Mullen. 2008. About face: Facial prominence of George W. Bush in political cartoons as a function of war. *The Leadership Quarterly* 19. 107–116.
- Chen, Khim Wee, Robert Phiddian & Roland Stewart. 2017. Towards a discipline of political cartoon studies: Mapping the field. *Satire and Politics: The Interplay of Heritage and Practice. Palgrave Studies in Comedy*. London: Palgrave Macmillan. 125–162.
- Connors, Joan L. 2005. Visual representations of the 2004 presidential campaign: Political cartoons and popular culture references. *American Behavioral Scientist* 49 (3). 479–487.
- DeSousa, Michael A. & Martin J. Medhurst. 1982. The editorial cartoon as visual rhetoric: Rethinking boss tweed. *Journal of Visual/Verbal Language* 2 (2). 43–52.
- Duus, Peter. 2001. Presidential address: Weapons of the weak, weapons of the strong—The development of the Japanese political cartoon. *The Journal of Asian Studies* 60 (4). 965–997. <https://doi.org/10.2307/2700017>
- El Refaie, Elisabeth. 2003. Understanding visual metaphor: The example of newspaper cartoons. *Visual Communication* 2 (1). 75–95.
- El Refaie, Elisabeth. 2009a. Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses. In C. Forceville & E. Urios-Aparisi (eds.), *Multimodal metaphor*. Berlin: Mouton de Gruyter.
- El Refaie, Elisabeth. 2009b. Multiliteracies: How readers interpret political cartoons. *Visual Communication* 8 (2). 181–205.
- El Refaie, Elisabeth. 2011. The Pragmatics of humor reception: Young people's responses to a newspaper cartoon. *HUMOR: International Journal of Humor Research* 24 (1). 87–108.
- Ety, John. 2019. *Graphic Satire in the Soviet Union: Krokodil's Political Cartoons*. Jackson: University Press of Mississippi.
- Forceville, Charles. 2005. Addressing an audience: Time, place, and genre in Peter van Straaten's calendar cartoons. *HUMOR: International Journal of Humor Research* 18 (3). 247–278.
- Gelfert, Dieter. 1998. *Max und Monty: Kleine Geschichte des Deutschen und Englischen Humors*. Munich: Beck. 68–71.
- Genova, Dafina. 2018. Grasping political cartoons? Not an easy matter. *European Journal of Humour Research* 6 (1). 85–99. <https://doi.org/10.7592/EJHR2018.6.1>
- Greenberg, Josh. 2002. Framing and temporality in political cartoons: A critical analysis of visual news discourse. *Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie* 39 (2). 181–198. <https://doi.org/10.1111/j.1755-618x.2002.tb00616.x>
- Hitchon, Jacqueline C. & Jura Jerzy O. 1997. Allegorically speaking: Intertextuality of the postmodern culture and its impact on print and television advertising. *Communication Studies* 48 (2). 142–158.
- Kelley-Romano, Stephanie & Victoria Westgate. 2007. Blaming Bush: An analysis of political cartoons following Hurricane Katrina. *Journalism Studies* 8(5). 755–773.
- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen. 2001. *Multimodal Discourse. The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.

- Kress, Gunther & Theo van Leeuwen. 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- Lamb, Christopher. 2004. *Drawn to Extremes: The Use and Abuse of Editorial Cartoons*. New York: Columbia University Press.
- Leon, Lucien. 2017. The evolution of political cartooning in the New Media Age: Cases from Australia, the USA and the UK. In J. Milner Davis (ed.), *Satire and politics: The interplay of heritage and practice*. *Palgrave studies in comedy*, 163–191. London: Palgrave Macmillan.
- Mateus, Samuel. 2016. Political Cartoons as communicative weapons – the hypothesis of the “Double Standard Thesis” in three Portuguese cartoons. *Estudos em Comunicação* 23. 195–221.
- Mazid, Bahaa-Eddin M. 2008. Cowboy and misanthrope: A critical (Discourse) analysis of Bush and Bin Laden Cartoons. *Discourse & Communication* 2 (4). 433–457.
- Milner Davis, Jessica & Lindsay Foyle. 2017. The satirist, the larrikin and the politician: An Australian perspective on satire and politics. In Jessica Milner Davis (ed.), *Satire and politics: The interplay of heritage and practice*. *Palgrave studies in comedy*, 1–35. London: Palgrave Macmillan.
- Morris, Raymond N. 1993. Visual rhetoric in political cartoons: A structuralist approach. *Metaphor and Symbol* 8 (3). 195–210.
- Padilla, Xose. 2019. Political cartoons on Greek debt crisis: A cognitive and pragmatic approach. *Revista Lingüística en la red* 16. 1–19.
- Ponton, Douglas M. 2021. “Never in my life have I heard such a load of absolute nonsense. Wtf.” Political satire on the handling of the COVID-19 crisis. *Russian Journal of Linguistics* 25 (3). 767–788. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-767-788>
- Raskin, Viktor. 2008. *The Primer of Humor Research*. De Gruyter Mouton.
- Sani, Iro et. al. 2012. Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: The newspaper example. *Asian Social Science* 8 (6). 156–64.
- Seymour-Ure, Colin. 2001. What future for the British political cartoon? *Journalism Studies* 2 (3). 333–355.
- Shafer, Jack. 2019. The end time of political cartoon. *Politico* July 01, 2019. <https://www.politico.com/magazine/story/2019/07/01/the-end-times-of-the-political-cartoon-227259/> (accessed 15 July 2021).
- Skrebnev, Yury M. 2000. *Fundamentals of English Stylistics*. Moscow: Act.
- Steuter, Erin & Deborah Wills. 2008. Infestation and eradication: Political cartoons and exterminationist rhetoric in the War on Terror. *Global Media Journal: Mediterranean Edition* 3 (1). 11–23.
- Tsakona, Villi & Diana Popa. 2013. *Editorial: Confronting Power with Laughter*, *European Journal of Humor Research* 1 (2). 1–9.
- Tsakona, Villi. 2020. *Recontextualizing Humor*. Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 2020. <https://doi.org/10.1515/9781501511929>
- Walker, Rhonda. 2003. Political Cartoons: Now You See Them! *Canadian Parliamentary Review* 26 (1). 16–20.
- Way, Lyndon C. S. 2021. Trump, memes and the Alt-right: Emotive and affective criticism and praise. *Russian Journal of Linguistics* 25 (3). 789–809. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-789-809>
- Werner, Walter. 2004. On political cartoons and social studies textbook: Visual analogies, intertextuality, and cultural memory. *Canadian Social Studies* 38(2). 1–10.
- Zappettini, Franco, Douglas Mark Ponton & Tatiana Larina. 2021. Emotionalisation of contemporary media discourse: A research agenda. *Russian Journal of Linguistics*. 25 (3). 586–610. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-3-586-610>

## **Источники практического материала/Sources of Practical Material**

US News & World Report. Political Cartoons on the Coronavirus. <https://www.usnews.com/news/cartoons/2020/02/28/political-cartoons-on-the-coronavirus> (accessed: 12.07.2021).

The Guardian. Opinion Cartoon <https://www.theguardian.com/commentisfree/series/guardian-comment-cartoon> (accessed 18.07.2021).

### **Article history:**

Received: 26 July 2021

Accepted: 14 December 2021

### **Bionote:**

**Svetlana Y. PAVLINA**, PhD, is Associate Professor at the Higher School of Translation and Interpreting, Linguistics University of Nizhny Novgorod. Her research interests encompass sociolinguistics, discourse analysis, cross-cultural communication, political linguistics, language, culture, and communication studies.

### **Contact information:**

Linguistics university of Nizhny Novgorod

31a Minin str., Nizhny Novgorod, 603155, Russia

*e-mail*: [pavlina.svetlana@mail.ru](mailto:pavlina.svetlana@mail.ru)

### **Сведения об авторе:**

**Светлана Юрьевна ПАВЛИНА** – кандидат филологических наук, доцент кафедры теории и практики английского языка и перевода Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова. Ее научные интересы включают социолингвистику, дискурсивный анализ, межкультурную коммуникацию, политическую лингвистику, взаимодействие языка, культуры и коммуникации.

### **Контактная информация:**

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова

Россия, 603155, Нижний Новгород, ул. Минина 31а

*e-mail*: [pavlina.svetlana@mail.ru](mailto:pavlina.svetlana@mail.ru)