

Шустрова Елизавета Владимировна,

доктор филологических наук, профессор, кафедра английского языка, Уральский государственный педагогический университет; 620017, г. Екатеринбург, пр. Космонавтов 26, к. 459; e-mail: shustovaev@mail.ru.

МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ГРАФИЧЕСКИХ МЕТАФОР¹

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: графика, креолизованный текст, графическая метафора, политическая карикатура, Б. Обама.

АННОТАЦИЯ. В статье описан ряд методик анализа графической составляющей с опорой на языковые данные.

Shustrova Elizaveta Vladimirovna,

Doctor of Philology, Professor of Department of English, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg.

METHODS APPLIED FOR ANALYSIS OF GRAPHIC METAPHOR

KEY WORDS: graphics; creolized text; multimodal metaphor; political cartoon; B. Obama.

ABSTRACT. The paper investigates basic steps that can be taken while analyzing the visual part of the text or other forms of graphics. The methods are based on cognitive studies and take into account cognitive schemes and models.

Появление данной статьи продиктовано теми проблемами, с которыми в последнее время все чаще сталкиваются молодые ученые при выполнении своего квалификационного исследования.

Связано это, в первую очередь, с тем, что всегда хочется сделать свое исследование запоминающимся, непохожим на другие работы. Такое стремление вызвано поиском обоснования научной новизны и актуальности выполняемого исследования. Это с точки зрения личности и устремлений молодого ученого.

В то же время развитие технологий, изменение способа подачи информации диктуют нам свои условия, способствуют развитию разных типов креолизованного текста. Это с точки зрения людей, создающих и подающих информацию.

Наконец, не может не влиять и изменение человека, воспринимającego информацию (читателя или слушателя). В последние годы психологи все настойчивее говорят о появлении «экранного поколения», т.е. людей (особенно молодых), которые гораздо легче воспринимают информацию с экрана, нежели в обычном печатном виде. А экран предполагает свои особенности. Одна из них – это значительный процент визуальной, графической информации по отношению к вербальной, текстовой.

Конечно, весь этот комплекс приводит к желанию включить в свое исследование графическую составляющую: рекламу, если исследование связано с прецедентностью, карикатуру и плакат, если исследование затрагивает политический дискурс, обложку

рок-альбома, если исследуется поэтический текст определенного типа и т. д. Безусловно, это очень привлекательная мысль, но дело в том, что кандидатская диссертация должна четко соответствовать заявленной научной специальности, как правило, это то или иное направление в рамках специальности «филологические науки». И в таких случаях часто встает вопрос: «По какой специальности Вы защищаетесь? По филологии? Значит, будьте добры оперировать языковым материалом». И аспиранту приходится отказываться от визуальной составляющей, хотя в душе он часто понимает, что это неправильно, что язык не существует сам по себе и для самого себя, что он развивается во времени, принимая на себя черты других систем и в свою очередь влияя на них.

Как же решить эту проблему? Поиску таких путей и посвящена эта статья. Дело в том, что в любом научном исследовании должна существовать единая методика анализа. Сложность как раз том, что если для описания языкового материала комплекс методик уже устоялся, то для описания графики (под графикой мы понимаем произведение, основывающиеся на искусстве рисунка, но обладающие собственными изобразительными средствами и выразительными возможностями; значения «письмо» и «искусство каллиграфии» нами не рассматриваются) он только начинает складываться. Между тем, графика тоже не существует сама по себе. Она обусловлена как экстралингвистическими, так и языковыми факторами. Доказательством тому может служить отражение в графике устойчивых языковых переносов, в частности зооморфных метафор. Нужен метод, позволяющий органично совместить два начала.

¹ Материалы подготовлены в рамках государственного задания МинОиН № 2014/392 № 1900 «Политическая лингвистика: метафоричность, прецедентность и креолистичность»

Проанализировав теоретическую базу по данной проблеме и обратившись к материалу карикатуры, мы нашли несколько методологических ходов, которые, на наш взгляд, одинаково применимы и к вербальному, и к визуальному ряду. В качестве более узкого объекта была выбрана риторика Б. Обамы и карикатура на него. Надеемся, что это будет интересно в первую очередь молодым специалистам, находящимся в поиске методики анализа.

Первым методологическим ходом может стать сопоставление метафорических моделей, характерных для того или иного вида дискурса, в нашем случае дискурса публичных обращений Б. Обамы, с метафорическими моделями в графике. Для Б. Обамы точкой отсчета может стать американская карикатура. Основанием для подобного методологического хода выступают хорошо известные работы Дж. Лакоффа, М. Джонсона, М. Тернера [20; 21; 22]. В данном случае мы выделяем все, что дает нам материал и затем классифицируем выделенные модели, описывая сферу-источник и сферу-мишень. Эта схема легко накладывается и на языковой, и на графический материал. Можно попытаться проследить, какие модели продуктивны на тот или иной период, что присутствует в языковом материале, а что в графическом, как развивается та или иная модель при помощи конкретных средств (концептуальных метафор).

Одной из самых частотных моделей политического дискурса может считаться модель «Политика – это спорт». Далее возможно выделение фреймо-слотовой структуры, которая в частности будет включать фрейм «Политик – это спортсмен» [10; 11; 12; 20; 21; 22]. Выполняя такой анализ, можно в рамках одной модели сопоставить, что представлено на уровне текстов, связанных с тем или иным политиком, и что проявляется на уровне карикатуры.

Если обратиться к карикатуре на Б. Обаму, то спортивный графический образ действующего президента США связан с бегом, баскетболом, бейсболом, гольфом, серфингом, т.е. самыми традиционными видами спорта в США. Интересным поворотом может стать выделение корпуса метафорических моделей, присущих тому или иному политическому лидеру, и их сопоставление с тем, как это лицо видят другие. Давайте попытаемся это сделать на примере Б. Обамы. Напомним, что в дискурсе самого Б. Обамы, на первое место выходит образ путника, в качестве которого выступают США как государство, каждый отдельный гражданин и сам президент. Второе место занимает модель «Президент – это семьянин, член общины, член (большой) семьи». Эти две образные линии – путника и семья-

нина – в дискурсе публичных обращений Б. Обамы сливаются с образом помощника. Следующая частотная модель – «Президент – это борец с внутренними проблемами». Еще одна модель, присутствующая в речах Б. Обамы: «Президент – это строитель». В качестве здания и его частей выступают США и части государственной системы, а также успешное будущее страны. Сам образ строителя не развернут. Он подается через метафоры строительства и модель «Государство – это здание», которая может считаться вполне традиционной в рамках политического дискурса. Столь же не развернута и другая метафорическая модель «Президент – это врач». Она тоже опирается на типичную модель «Государство – это организм» и развивается на ее основе. Образ врача появляется у Б. Обамы реже, чем образ строителя. И все же образ врача дает больше деталей. Так появляются более конкретные образы эпидемиолога и хирурга. Еще одна фрагментарная модель: «Президент – это продавец (менеджер)». В данном случае интерес представляет то, что модель подчеркивает честность президента, его подконтрольность, желание отчитаться.

Т.е. в речах Б. Обамы ключевые модели таковы: президент – это путник, семьянин, помощник, борец с внутренними проблемами, человек, открытый миру, строитель, врач. Кроме этого, фрагментарно присутствуют следующие модели: президент – это продавец и супермен (только в качестве шутки).

Теперь посмотрим, что нам дал графический материал. В качестве выборки мы использовали порядка 1000 американских карикатур за период почти двух президентских сроков Б. Обамы. В графическом материале мы условно выделили следующие метафорические области: Бог, человек, природа (живая и неживая), артефакты. Итак, Б. Обама в графике с точки зрения американцев:

Бог. Мессия, Пророк Мухаммед;

Человек. Спортсмен, игрок (в азартные игры), в том числе и неудачливый, неудачник (алкоголик, калека, дурак, обманутый, бедняк), циркач, вампир, супермен, путник (+ скалолаз), врач, странный муж, плохой солдат, боец, мечтатель, обманщик, самоубийца, ребенок, высокомерный тип, чернорабочий, строитель, мот, продавец (+ аукционист), повар, цензор, музыкант;

Природа. Животное (обезьяна, конь, мышь), растение, птица (утка, голубь), пресмыкающееся (змея), солнце;

Артефакты. Кукла (марионетка, робот, статуя).

В каждой из групп названия графических метафор расположены по частотности. Теперь сопоставим полученные данные по текстовому и графическому материалу. В ко-

лонке «дискурс Барака Обамы» подчеркнуты метафоры, которые не нашли отражения в графике. Образ супермена мы исключили из таблицы из-за крайне низкой частотности и явно иронического характера контекстов. В колонке «Графика» курсивом выделены образы, обладающие наиболее высокой частотностью, жирным шрифтом выделены образы, совпадающие по названию с образами президентского дискурса. Во второй строке в группе «человек» мы немного изменили порядок следования материала и первыми расположили образы, перекликающиеся с образами Б. Обамы, поэтому принцип частотности здесь слегка нарушен.

Далее следует сделать детальное описание по каждой из метафорических моделей. Другой поворот в исследовании может быть связан с языковой игрой. Часто в карикатуре нам дан только графический образ, который построен на основе хорошо знакомых переносных значений, устойчивых словосочетаний, фразеологизмов, прецедентных феноменов. В этом случае можно попытаться найти ответы о графической составляющей карикатур, проанализировав языковой материал, который ложится в основу графики. В научном квалификационном исследовании при применении такого исследовательского хода предполагается, что будут отслежены и отобраны устойчивые метафорические сочетания или единицы, обладающие значительной способностью к семантической деривации, например, на уровне просторечья или сленга, когда применяется ряд зооморфных, фитоморфных и иных метафор и метонимий. Эти единицы могут быть сначала отобраны из лексикографических источников (включая словари идиом и сленга), проанализированы с точки зрения словообразовательных моделей и образной составляющей. Затем проводится выборка из текстовых источников (например, современной публицистики) с целью иллюстрации синтагматических отношений или дальнейших способов авторских развертываний метафорического образа. На третьем этапе полученные языковые данные сопоставляются с тем метафорическим осмыслением, которое присутствует в графике, в частности, в карикатуре. В рамках нашего исследования мы продемонстрируем только третий этап и будем отталкиваться от графического материала. Применение первых двух шагов к afroамериканскому и английскому материалам подробно показано в наших предыдущих работах [см., например, 13; 14; 15].

Таблица 1.

	Дискурс Б. Обамы	Графика
Бог		Мессия Пророк Мухаммед
Человек	путник семьянин помощник борец с внутренними проблемами человек, открытый миру строитель врач продавец	путник странный муж боец, борец с внутренними проблемами человек, открытый миру врач продавец (+аукционист) строитель спортсмен игрок (в азартные игры), в том числе и неудачливый неудачник (алкоголик, калека, дурак, обманутый, бедняк) обманщик циркач мечтатель ребенок супермен вампир плохой солдат самоубийца высокомерный тип чернорабочий мот повар цензор музыкант
Природа		животное (обезьяна, конь, мышь) растение птица (утка, голубь) пресмыкающееся (змея) солнце
Артефакты		кукла (марионетка, робот, статуя)

Не секрет, что в системе любого языка существует фонд устойчивых ассоциативных моделей, которые проявляются в наборе устойчивых метафорических переносов. Это может затрагивать как уровень отдельных лексем и их способность к семантической деривации, так и находить выражение на уровне фразеологических единиц. Данные связи, определенные этническими особенностями лингвокультуры, обуславливают и уровень визуальной информации. Это введение еще одной точки зрения. По словам Я. Линцбаха: «Необходимость применения одновременно нескольких точек зрения чувствуется и в обыкновенном языке, ибо, желая сделать нашу мысль возможно более понятной, мы высказываем ее многократно, различными словами. Это повторение одной и той же мысли в различных выражениях составляет, как известно, необходимую принадлежность ораторского и писательского искусства. Говорить понятно и выразительно, значит говорить многократно, объясняя

предмет с разных изолированных точек зрения, расположенных так, что совокупность возникающих отсюда образов возбуждает в уме слушателей или читателей представление, достаточно близко напоминающее действительность.... Пользоваться не одной, а многими точками зрения нам приходится потому, что каждый внешний предмет имеет, по крайней мере, две стороны, которые нельзя обозреть из одной и той же точки зрения. Он имеет несколько проекций, которые неодинаково выразительны, неодинаково интересны для нас» [8, с. 200–201].

Один из параметров принципиальных различий между вербальным и визуальным текстом и мышлением, сформулированных Я. Линцбахом, становится их разное отношение ко времени: «Принципиальное различие между словесным текстом и рисунком сводится к тому, что рисунок относится к одному моменту, а текст – ко многим моментам. Поэтому рисунок относится к тексту так, как некоторая единица относится к некоторому множеству» [8].

Эти отправные положения легко найти в карикатуре. С одной стороны, в системе английского языка существуют такие устойчивые метафорические переносы, как *lame duck* – «хромая, подбитая утка», *dark horse* – «темная лошадка». Они формировались достаточно долгое время, основаны на определенном зооморфном образе и применимы к множеству ситуаций. В карикатуре этот образ соотносится только с определенным моментом и переносится только на конкретное лицо или ряд лиц.

Основным способом проявлений языковой игры в карикатуре становится метафора разных типов. Если использовать типологию М. В. Никитина [9], то на первый план по частотности использования в американской карикатуре выйдет когнитивная онтологическая прямая метафора. В основном используются значения, зафиксированные словарно и хорошо известные в американском обществе. Что касается хромой (или подбитой) утки, то в современном английском у этого фразеологизма (далее – ФЕ) фиксируются следующие значения: 1) неудачник, «несчастенький», калека; 2) банкрот, разорившийся маклер 3) неперезбранный член (Конгресса, совета), государственный деятель или крупный чиновник, чье влияние сведено к нулю в связи с предстоящим уходом с занимаемого поста в результате поражения на выборах или отставки; 4) поврежденный самолет. Одна из первых политических карикатур с использованием образа хромой утки (рис.1) была создана после выборов 1912 г, когда пост президента США занял кандидат от Демократической партии Томас Вудро Уилсон

(трад. Вильсон). На карикатуре изображены неудачники-демократы, которые после выборов 1912 г, вереницей потянулись в Белый дом в надежде получить пост благодаря поддержке президента.



Рис. 1.

На основе выражения *lame duck* существуют следующие устойчивые словосочетания: *lame duck president* – президент, заканчивающий свое пребывание на этом посту; «*lame duck*» year – последний год чьего-либо президентства; *Lame Duck Amendment* – «поправка о подбитой утке», т.е. двадцатая поправка к Конституции США, ратифицированная в январе 1933 г. Применительно к Б. Обаме интересно, что в качестве либо только что вылупившегося, нервно мечущегося утенка (рис.2), либо в образе попурой утки (рис.3) его начали изображать еще до избрания на пост. Здесь можно говорить о слиянии в графике отсылок не только на ФЕ *a lame duck*, но и на ФЕ *an ugly duckling* – «гадкий утенок».



Рис. 2.



Рис. 3.

На рис. 4 Б. Обама предстает в образе сантехника. Таково первое и основное значение лексемы plumber. Переносное значение – это «муж на час», любовник, который приходит под видом сантехника. Оно выходит на первый план в сочетании с восклицанием «Great job!». Дело в том, что лексема job часто используется как эвфемизм для обозначения мужских половых органов. Обратим внимание и на следующие разговорные значения слова job: 1) кража (to do/pull a job – совершить кражу); 2) использование служебного положения в личных целях; 3) сделный, наемный (о недолгосрочной работе); 4) работать нерегулярно, случайно, работать сделно; заниматься штучной работой; 5) а) быть перекупщиком, посредником, спекулянтом; б) действовать недобросовестно, обманывать.

В политическом языке США Plumbers, это т.н. «сантехники» – группа сотрудников аппарата президента Р. Никсона и их подручных (из бывших сотрудников ЦРУ), осуществивших взлом штаб-квартиры Демократической партии в столичном административно-гостиничном комплексе «Уотергейт». Это привело к т.н. Уотергейтскому скандалу (1974 г.). Р. Никсону пришлось уступить свой пост Дж. Кеннеди, а многие из «сантехников» по приговору суда получили различные сроки тюремного заключения. Табличка с надписью «Работают сантехники» висела на двери помещения, где размещалась группа в Старом административном здании через дорогу от Белого дома. Одной из задач группы было «заткнуть утечку» информации о незаконных делах администрации в прессу [«to plug the press leaks»]. Ныне выражение обозначает лиц, занятых попытками предотвращения утечки секретной информации и ликвидацией последствий такой утечки [ABBYU Lingvo]. Перенеся эти значения на президента, мы должны понять, насколько это бесчестный, нечистоплотный, распущенный человек, которому долго не продержаться на своем посту.

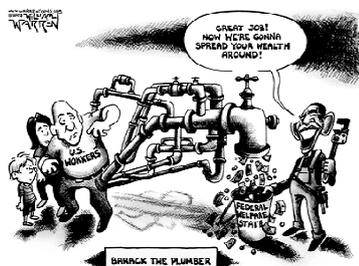


Рис. 4.

Вновь не забыто и происхождение Б. Обамы. Оно всплывет, если вспомнить об очень типичном бытовом словосочетании «plumber's black» – «водопроводная замазка». Но ведь можно прочесть и иначе: «черный плод незаконной связи». Одновременно с

прямыми метафорами в этих карикатурах используется и когнитивная онтологическая транспонированная метафора. Она проявляется в выражениях «They've got plenty to spread around!» и «Now we're gonna spread your wealth around!» Т. е. исходя из сочетания графики и вербальной информации, получится: «Им есть, что пустить на ветер!», «Мы поделим ваше богатство на всех!» и «Мы потратим ваше богатство впустую!». Под богатством понимается бюджет простых американских семей.

На рис. 5 снова отражены отношения Б. Обамы с политическими оппонентами, в частности с сенатором от Аризоны Дж. Маккейном. Надпись гласит: «Barack reaches out and connects with people on the other side» – «Барак обращается к лагерю противника и достигает взаимопонимания». Взаимопонимание достигается весьма любопытным способом – при помощи камня. Если проанализировать некоторые переносные значения слова stone в его разной частеречной функции (сущ., прил., глагол), мы получим, в частности, следующие: «могильная плита, надгробный камень», «полный, абсолютный, безусловный, совершенный», например, в сочетании «pure stone stupidity» – «совершеннейшая глупость» или «he's a stone genius» – «он настоящий гений»; «находящийся в состоянии алкогольного или наркотического опьянения»; «бросать камни, швырять камни», «забить камнями насмерть». На полноту смысла влияет и присутствие в английском языке следующих выражений: «cast a stone at smb». (cast (или throw) a stone (или stones) at smb.) – «бросить камень в кого-либо», «порочить, обвинять, осуждать, хулить кого-либо»; «break stones» – «выполнять тяжелую работу», «зарабатывать на жизнь тяжелым трудом»; «foundation stone» – «первый камень», «камень закладываемого фундамента» (как начало строительства), «основа, основание; основной принцип».

Т.е. в результате слияния всех этих значений можно получить следующие смыслы: пьяный, совершенно неадекватный Б. Обама закладывает фундамент своей карьеры через могильный камень Дж. Маккейна, которого он несправедливо поливает грязью. Станный способ достичь взаимопонимания.



Рис. 5.

Третья методика – это прослеживание архетипов. Сначала вспомним некоторые откровенные положения гипотез К. Г. Юнга.

«Архетип в себе <...> есть некий непредставимый наглядно фактор, некая диспозиция, которая в какой-то момент развития человеческого духа приходит в действие, начиная выстраивать материал сознания в определенные фигуры» [17; 18].

«Термин “архетип” часто понимают неправильно – как означающий некоторые вполне определенные мифологические образы или сюжеты. Таковые, однако, суть лишь осознанные представления, и было бы нелепо полагать, что они с их изменчивостью могут передаваться по наследству» [Там же].

«Архетип проявляется в тенденции формирования этих представлений вокруг одной центральной идеи: представления могут значительно отличаться деталями, но идея, лежащая в основе, остается неизменной. Существует, например, много представлений о братской вражде, но сама идея не меняется» [Там же].

«Архетипы оживают только тогда, когда вы терпеливо пытаетесь разобраться в том, почему они что-то значат для человека и каким образом открывают ему свое значение... Сам по себе архетип пуст и чисто формален – ничего, кроме способности сформировать возможности представления, которая задана априори. Сами представления не являются унаследованными, но лишь формы, и в этом отношении они соответствуют в каждом случае инстинктам, которые также определяют только формой» [Там же].

«Субъективное переживание тесно связано с архетипами и осуществляется через выраженные символическим образом определенные универсальные мифологические мотивы или архетипические образы. Последние являются основными компонентами любых религий, мифологий, легенд и сказок всех времен и народов. Архетипические образы присутствуют в снах и видениях, в ряде экстатических переживаний, а также при некоторых психических расстройствах. Встреча с архетипическим образом всегда сопровождается сильным эмоциональным переживанием, сообщающим индивиду чувство надличностной энергии, некоей силы, явно превосходящей индивидуальное эго. Показательными в данном случае являются сопереживания человека в храме или на митинге..... Теоретически возможно любое число архетипов» [Там же].

Еще раз подчеркнем, что по К. Г. Юнгу единого перечня архетипов не существует, как не существует и единого универсального списка архетипических образов. Последние варьируются не только в зависимости от эпохи и лингвокультуры, но и от индиви-

да к индивиду. Тем не менее основными архетипами души К. Г. Юнг считал архетипы Тени, Анимы и Анимуса, Старого Мудреца, Самости, Маски (Персоны), Великой Матери. Эти архетипы могут находить реальное воплощение в архетипических образах андрогина, Святого Грааля, Бога, Спасителя, Троицы, ангелов и демонов, трикстера, Искусителя, эльфических существ, воды, мирового океана, ветра, огня, дерева жизни, различных растений, животных и птиц, частей тела и т. д. [Там же].

Политическая карикатура тоже во многом строится на мифах, стереотипных представлениях, сплаве образов, персонажей, сюжетных линий, понятий, присущих той или иной лингвокультуре. Поэтому карикатуру, как и любую графику, тоже можно проанализировать с точки зрения конкретных способов проявления архетипических структур. Обратимся к материалу современной американской политической карикатуры. В результате нашего анализа было выявлено, что из архетипов души в американской карикатуре на Б. Обаму доминируют следующие: архетип Тени, Анимы и Анимуса, Старого Мудреца, Самости, Персоны или Маски, Великой Матери и Дитя. Из всех возможных архетипических образов мы остановимся только на архетипе Тени.

Тень – «это архетипическая форма, состоящая из материала, подавленного сознанием; ее содержание включает те тенденции, желания, воспоминания и опыты, которые отсекаются человеком как несовместимые с персоной и противоречащие социальным стандартам и идеалам» (www.psystatus.ru).

«Три (рассматривавшихся до сих пор) архетипа – Тень, Анима и старый мудрец – в непосредственном опыте чаще всего выступают персонифицировано» [Там же].

Исходя из описания практического разбора конкретных мифов, видений и снов, приводимых К. Г. Юнгом, можно заключить, что Тень часто проявляется в виде какой-то неприятной личности, антагонистичной ценностям видящего ее человека. В карикатуре на Б. Обаму в качестве персонифицированных архетипических образов Тени появляются: Гитлер и Сталин в одном лице, Чегивара, Наполеон и Усама бен Ладен (на стыке с трикстером).

Здесь, безусловно, нужно учитывать общекультурные установки. Очевидно, что один и тот же образ Наполеона Бонапарта несет совершенно разную прагматику для американцев и французов, следовательно, будет считаться проявлением разных, отличных друг от друга, архетипов. В обществе США все эти лидеры воспринимаются как одиозные личности, поэтому, когда их образ накладывается на образ

Б. Обамы, основной смысл таков – политические решения, принимаемые президентом, несут прямую угрозу безопасности США, чужды американскому обществу, навязаны извне.

Всем известно, чем закончилась история Третьего Рейха и СССР. Это же (исходя из карикатуры) грозит и США, если только граждане во время не осознают, что ими управляет безумец, маньяк, неспособный на сострадание. Обратим внимание и на образ нашей планеты (рис.6). Хрупкий светящийся шарик на карикатуре легко соотносится с тем же образом в фильме Ч. Чаплина «Великий диктатор». Напомним, что в этом эпизоде диктатор Тормении (само название страны образовано от слов *Germany* и *torment* – «муки, источник мучений, орудие пытки», а также по конверсии «мучить, пытать») играет с большим воздушным шаром, воплощающим мир. В результате «игры» мир лопаается. Еще один похожий образ – это восприятие земного шара как мяча (волейбольного или баскетбольного) в руках политика, в нашем случае Б. Обамы. С точки зрения теории метафорического моделирования это фреймы двух моделей «Политика – это игра» и «Политика – это спорт». С точки зрения архетипичных образов эта Тень несет смыслы жестокости, разрушения, апокалипсиса. Кстати, самый популярный персонаж Ч. Чаплина – Бродяга (*Tramp*) – считается ярким проявлением образа трикстера, также связанного с архетипом Тени. В «Великом диктаторе» Бродяга появляется последний раз, завершая свою кинематографическую карьеру. Там он становится жителем гетто, цирюльником, как две капли воды похожим на Гинкеля-диктатора. Конечно, этот компонент тоже должен оставить свой след, учитывая популярность фильмов Ч. Чаплина. И карикатура с образом Гитлера привносит не только первое проявление Духа в его страшном, сокрушительном смысле, но и второе проявление в образе трикстера (ср. рис. 7).



Рис. 6.



Рис. 7.

В случае с Тенью по имени Чегивара в ход пущено сопоставление с такими элементами внутренней политики Б. Обамы, как увеличение налогов на богатство, уменьшение финансирования определенных областей, что в американских консервативных кругах воспринимается как стремление ввести практики коммунизма.

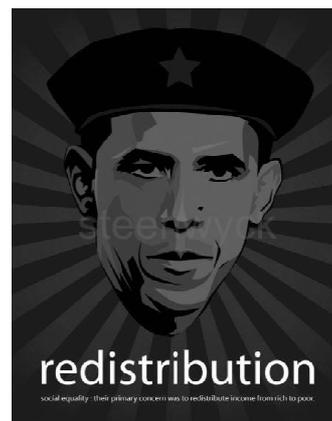


Рис. 8.



Рис. 9.

Четвертая методика опирается на гипотезу прецедентности и выявление прецедентных феноменов разных типов. В исследовании прецедентности можно выделить несколько направлений: грамматическое, структурно-семантическое, стилистическое, риторическое, психолингвистическое, со-

циолингвистическое, ономастическое, лингвокультурологическое, когнитивно-дискурсивное и др. В зависимости от выбранного направления меняется и терминология, которая применяется для обозначения данного явления. Обычно при классификации прецедентных феноменов выделяют прецедентные имена, прецедентные высказывания, прецедентные тексты, прецедентные ситуации [см., например, 2]. В графике можно посмотреть, как трансформируется исходный образ, и сравнить с тем, к каким прецедентным феноменам идет отсылка. Если говорить о прецедентных текстах и высказываниях, в карикатуре на Б. Обаму, это, в основном, либо части конституции США, либо трансформированные высказывания Б. Обамы. Если сопоставить отсылки к прецедентной ситуации, то в дискурсе самого Б. Обамы это Вторая мировая война, события 60-х XX в., Вьетнамская война, события в Ираке, Афганистане, Сирии, Косово и, конечно, 11 сентября. В карикатуре на Б. Обаму это выборы, встречи на высшем уровне, присуждение премии мира, разлив нефти, побег Э. Сноудена, Олимпийские игры в Сочи, политический кризис на Украине и присоединение Крыма к РФ. При использовании прецедентных имен у Б. Обамы доминируют имена предыдущих президентов США и афроамериканских лидеров, в частности имена М. Л. Кинга и Х. Малколма. В графике отсылки идут к: президентам США (в частности А. Линкольну и Дж. Бушу мл.), Майклу Джексону, Чарли Чаплину, Чегиваре, Уссама бен Ладену, Аладдину и Форресту Гампу. При этом происходит карнавализация исходного образа, его трансформация (рис. 10).



Рис. 10.

Еще один интересный объект, который появляется в графике, – это прецедентная поза, прецедентный жест. В частности, у Б. Обамы один из таких привлекательных жестов и поз – это курение. В результате применения данной методики можно сравнить источники прецедентности в авторском дискурсе и графике, связанной с этим лицом.

Следующий методологический ход – это выявление тех лингвокультурных типажей, которые наиболее часто оформляют

тот или иной образ или тему в графике. В качестве методологической основы может быть использован подход В. И. Карасика [см. подробнее: 3; 4; 5]. В работах В. И. Карасика отмечается, что «лингвокультурный типаж (ЛТ) – это типизируемая личность, представитель определенной этносоциальной группы, узнаваемый по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентации. Выделение и описание таких типажей представляет собой одно из направлений лингвокультурологии, оно нацелено на выявление определенных стереотипов поведения, определяющих специфику лингвокультуры. По своей когнитивной сути ЛТ является особым рода концептом, т.е. ментальным образованием, в составе которого выделяются образный, понятийный и ценностный компоненты» [5, с. 309].

А раз такие компоненты выделяются, значит это очень удобная возможность совместить исследование текста и графики. «Прототипные образы, выступающие в качестве основы для создания ЛТ, могут быть взяты из реальности, квази-реальности и вымысла. В первом случае обобщаются характеристики реальных людей определенной эпохи (декабрист, диск-жокей и т. д.), во втором случае речь идет об изображаемых в рекламных или пропагандистских текстах людях (счастливая домохозяйка, типичный врач, успешный бизнесмен, желанная женщина и т. д.), в третьем случае это персонажи произведений (тургеневская девушка, супермен и т. д.)» [там же, с. 310].

Анализ образов карикатурного Б. Обамы, как его представляют граждане США, дает примеры всех трех групп, но основной упор делается на черты неудачника, обманщика, чудака, а также те характеристики (мнимые или относительно реальные) и сферы деятельности, которые традиционно связываются в культуре США с образом афроамериканца.

Не секрет, что для американской лингвокультуры одним из основных является ЛТ супермена. У В. И. Карасика представлено подробное описание этого ЛТ. Так, согласно результатам этого исследования, в языковом сознании носителей американской лингвокультуры концепт *superman* характеризуется следующими признаками: сверхчеловеческая сила воли, полный контроль эмоций и поведения, особые достижения в проявлении силы, выносливости (обычно в спорте). Это человек действующий, а не сочувствующий или склонный анализировать свои собственные эмоции. Это человек демонстративный, сознательно уделяющий много внимания своей презентации, а не наблюдающий за жизненным спектаклем со стороны. Для многих су-

пермен – это персонаж популярной серии комиксов. Отношение к супермену амбивалентно: от восторга до неприязни [5, с. 309–317]. Согласно данным этого исследования, отличие героя от супермена в том, что герой уже совершил подвиг или достиг успехов в социально значимой деятельности. Герой имеет заслуги, а супермен обладает только способностью или возможностью совершить нечто особенное [5]. Также согласно стереотипному развитию ситуации супермен должен спасти прекрасную даму. Все отношения в этом случае выстраиваются по модели, которую американские сексопатологи называют «я – Тарзан, ты – Джекки».

Применительно к Б. Обаме этот образ и ЛТ трансформируется. Б. Обама либо лишается своей волшебной силы, либо выступает на стороне зла, и мы получаем супермена-вампира, супермена-гоблина, супермена – безжалостного убийцу и т. д. В качестве его жертв может выступать прекрасная мисс Америка, статуя Свободы, нормативный синтаксис и стандартное американское произношение (см., например, рис. 11). Интересно, что женский образ может напоминать амазонку, воплощая США в целом, показывая боееспособность страны, ее умение противостоять действиям «супермена» (см., например, рис. 12).



Рис. 11.



Рис. 12.

Наконец, еще один из возможных поворотов исследования – это описание стереотипов, характерных для той или иной лингво-

культуры. Если говорить непосредственно о стереотипных представлениях, существующих в современном американском обществе, то одним из самых острых можно считать стереотипное восприятие представителей других этносов и культур. Стереотипные представления об афроамериканцах проявляются и в карикатуре на действующего президента США. В частности, практически везде присутствуют утрированные негроидные черты: очертания черепа, нос, губы, зубы и особенно кисти рук. Коллаж ниже (рис. 13) изображает Б. Обаму с точки зрения понятия о красоте, присущего некоторым африканским племенам. Здесь полный набор дикаря: растянутая губа, мощные серьги в изуродованных мочках, татуировка, амулеты, отполированные рога. Все это на фоне выжженной пустыни с остатками чахлой растительности. Все это должно зародить вопрос: а не к этому ли он ведет США? И конечно, снова ввести тему дегуманизации и чужести.



Рис. 13.

Тема дикаря, неоправданно претендующего на американское гражданство и американские культурные ценности, четко проявляется в следующем рисунке. Маленький Б. Обама рассказывает с бананом под пальмой и палящим солнцем Африки и уверяет, что он родился в США. Якобы если вы не верите, то можете спросить его маму. Сам он даже понятия не имеет, где находится Африка (рис. 14). А теперь сопоставьте эту карикатуру с рисунком XIX века (рис. 15), где изображен маленький объевшийся, очень довольный африканец с тем же стандартным набором: пальмы, бананы, и полное светило (на целом ряде карикатур трудно сказать точно полуденное ли это солнце или полная луна). Влияние стереотипов и мифов налицо.



Рис. 14.



Рис. 15.

Образ дикаря часто связывается в «белой» культуре с образом обезьяны. Целый ряд синонимов с этим значением применяется в американском обществе по отношению к афроамериканцам. Не избежал этой участи и президент. Надпись на одной из карикатур (рис.16) гласит, что перед нами «банановая мать Обамы». Обратим внимание на орфографию слова mother. Оно написано mutta и пародирует афроамериканский английский. Посмотрите на лоб, уши, волосы, нос и кисти изображенного животного и сопоставьте с уже увиденным.



Рис. 16.

На другом рисунке (рис. 17) изображена растяжка с обезьяньим образом самого Б. Обамы. Далее следует карикатура с убитой гориллой (рис. 18). Чтобы мы могли легко понять, кто перед нами, надпись гласит: «Им придется найти кого-то другого, чтобы написать следующий законопроект для стимулирования нашей экономики».



Рис. 17.



Рис. 18.

Дегуманизирующий образ чужого, врага, монстра, не несущего для США ничего хорошего, продолжается на следующей карикатуре, где Б. Обама предстает в образе огромной гориллы-монстра (рис.19). Полная луна на втором плане дает возможность связать этот образ с фильмами ужасов и заключить, что перед нами вампир. Кстати, сравнение президента США сначала с дрессированной, а потом с недрессированной обезьяной, прозвучавшее из уст бывшего шефа Пентагона Дональда Рамсфелда после голосования в ООН 27 марта 2014 г. по референдуму в Крыму, случайным или необдуманным не назовешь – оно продиктовано целым набором стереотипов.



Рис. 19.

Мы предложили те методики, которые апробировали сами, получив интересную базу для сопоставления. Конечно, это далеко не полный набор методик и приемов анализа, но мы надеемся, что этот материал может послужить отправной точкой для дальнейших исследований графики с опорой на языковые данные.

Л И Т Е Р А Т У Р А

1. Американа: Англо-русский лингвострановедческий словарь. Смоленск : Полиграмма, 1996.
2. Гудков Д. Б. Теория и практика межкультурной коммуникации. М. : Гнозис, 2003.
3. Карасик В. И. Языковая кристаллизация смысла. Волгоград : Парадигма, 2010.
4. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. М. : Гнозис, 2004.
5. Карасик В. И. Языковые ключи. Волгоград : Парадигма, 2007.
6. К. Г. Юнг и аналитическая психология. Основные архетипы. URL: www.psystatus.ru/article.php?id=97 (дата обращения 05.04.14).
7. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем. М. : Едиториал УРСС, 2004.
8. Линцбах Я. Принципы философского языка. Опыт точного языкознания. Пг., 1916. С. 200-201.
9. Никитин М. В. Курс лингвистической семантики. СПб. : Научный центр проблем диалога, 1997.
10. Чудинов А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации; Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2005.
11. Чудинов А. П. Методика сопоставительного исследования метафорических моделей // Лингвистика: Бюллетень Уральского лингвистического общества / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2003. Т. 9. С. 47-57.
12. Чудинов А. П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000); Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург, 2001.
13. Шустрова Е. В. Афроамериканский английский : В 2 т. Т.1. Лексика и текст. М. : Флинта ; Наука, 2007.
14. Шустрова Е. В. Дискурс Барака Обамы: приемы и образы // Политическая лингвистика. 2010. Вып. 2 (32). С. 77-91.
15. Шустрова Е. В. Стереотипные образы афроамериканцев в американской графике // Политическая лингвистика. 2012. Вып. 2 (40).
16. Юнг К. Г. Аналитическая психология. Тавистокские лекции. СПб. : Кентавр, 1994.
17. Юнг К. Г. Психологические типы. СПб. : Азбука, 1996.
18. Юнг К. Г. Человек и его символы. М. : Серебряные нити, 1997.
19. АBBYU Lingvo: электр. программа.
20. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. Chicago : University of Chicago Press ; London, 1980.
21. Lakoff G., Turner M. More Than Cool Reason: A field guide to poetic metaphor. Chicago : University of Chicago Press, 1989.
22. Lakoff G. Women, fire and dangerous things: what categories reveal about mind. Chicago, 1987.

И С Т О Ч Н И К И Г Р А Ф И Ч Е С К О Г О М А Т Е Р И А Л А

23. Baltimore Caricatures Maryland Portraits by Jerry Breen. URL: <http://www.newbreen.com> (дата обращения 05.04.14).
24. Black Face! The History of racist Blackface stereotypes. URL: <http://www.black-face.com> (дата обращения 05.04.14).
25. Black Face: Resources and Information. URL: <http://www.black-face.com> (дата обращения 05.04.14).
26. Black Face: Resources and Information. URL: <http://www.black-face.com> (дата обращения 05.04.14).
27. Blackmissouri.com. URL: <http://www.blackmissouri.com> (дата обращения 05.04.14).
28. Court Jones – Caricature and Illustration. URL: <http://www.courtjones.com> (дата обращения 05.04.14).
29. Erudite logo. Flickr. URL: <http://www.flickr.com/photos/40233248@N03/4385442351/> (дата обращения 05.04.14).
30. Funny caricature: Politic caricature, Obama Caricature, Celebrity caricature. URL: <http://www.allfunnycaricatur.blogspot.com> (дата обращения 05.04.14).
31. Funny caricature: Politic caricature, Obama Caricature, Celebrity caricature. URL: <http://www.allfunnycaricatur.blogspot.com> (дата обращения 05.04.14).
32. Kaltoons: the official site of Kevin Kallaughter. URL: <http://www.kaltoons.com> (дата обращения 05.04.14).
33. Political Cartoon Blog by Jerry Breen. URL: <http://www.jerrybreen.blogspot.com> (дата обращения 05.04.14).
34. Political Cartoon Blog by Jerry Breen. URL: <http://www.jerrybreen.blogspot.com> (дата обращения 05.04.14).
35. Political Graffiti. Independent Political cartoons. URL: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com>. – Title from the screen (дата обращения 05.04.14).
36. Political Graffiti. Independent Political cartoons. URL: <http://www.politicalgraffiti.wordpress.com> (дата обращения 05.04.14).
37. Shutterstock images. URL: <http://www.shutterstock.com> (дата обращения 05.04.14).
38. The Authentic History Center. URL: <http://www.authentichistory.com> (дата обращения 05.04.14).
39. The Bad Cartoonist. URL: <http://www.badcartoonist.wordpress.com> (дата обращения 05.04.14).
40. The Bad Cartoonist. URL: <http://www.badcartoonist.wordpress.com> (дата обращения 05.04.14).
41. The caricatureMan.com. URL: <http://www.caricatureman.typepad.com> (дата обращения 05.04.14).

Статью рекомендует д-р филол. наук, проф. Н. В. Пестова.