

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра англійської філології та міжкультурної комунікації

КОГНІТИВНІ МЕХАНІЗМИ У ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУРАХ

Кваліфікаційна робота
освітнього рівня “магістр”
студентки II курсу
ОНП «Англійська мова та література»
Галузь знань 03 – гуманітарні науки
Спеціальність 035. Філологія
Фещук Анастасії Вікторівни

науковий керівник:
Доктор філологічних наук, доцент
Єфименко Вікторія Антонівна

«Допущено до захисту»
Протокол засідання кафедри англійської філології
та міжкультурної комунікації
Протокол № 4 від 17.11.2022
Завідувач кафедри _____ д. філол. н., проф. Белова А.Д.

КИЇВ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ КОГНІТИВНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР ЯК ОСОБЛИВОГО ЖАНРУ.....	9
1.1. Технологія створення політичної карикатури як предмету наукових досліджень.....	9
1.2. Когнітивні механізми у контексті політичної карикатури.....	15
1.3. Дослідження смислового навантаження візуальної сатири як ретранслятора сучасних наративів.....	18
РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ У ЗМІСТОВНОМУ АНАЛІЗІ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР	26
2.1. Розгляд політичних карикатур за допомогою засобу концептуального блендингу.....	26
2.2. Застосування прийому концептуальної метафори при дослідженні конкретних політичних карикатур.....	41
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР ШЛЯХОМ ВІДПРАЦЮВАННЯ КОГНІТИВНИВИХ МЕХАНІЗМІВ.....	51
3.1 Практичний аналіз Мультимодального прикладу подвійного заземлення.....	51
3.2 Аналіз в когнітивно сформованих підходаї британських карикатур Liz Truss and letucce. Гіперрозуміння, дослідження семантико-прагматичної структури.....	56
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68

Summary

The relevance of the study is due to the fact that political cartoons have always been used to express different political opinions and disagreements. The internal language of their symbols serves not only to criticize modern social phenomena and events, but also testifies to the sense of humor of the environment that creates it. Any caricature is characterized by a distortion of reality. In political caricature, it can range from a mildly moderate caricature in satire to a pre-caricature representation in grotesque. Due to their multiplicity of meanings and forms, political cartoons have emerged as significant. Psychological studies of the cognitive aspects of humor focus on the process of incongruity resolution. The theory suggests a two-stage model: the first stage involves the process of constructing a possible worldview in the interpretation of the text until the comprehender encounters a discrepancy or some form of discrepancy between her expectation and the main line. The second stage is the resolution of the task, where the comprehender must resolve the inconsistency, very often by reinterpreting the text based on a different frame of reference. The creation and interpretation of humor in cartoons relies on various cognitive mechanisms, such as conceptual metaphor, conceptual integration or blending, and cognitive and cultural models. The role that these mechanisms play in the process of humor was investigated in relatively recent studies by foreign scientists. The purpose of this work is to study the cognitive mechanisms of humor in political cartoons. In order to achieve the set goal, the following tasks must be solved: explore some of the cognitive mechanisms involved in meaning construction, including metaphorical and metonymic reasoning and conceptual blending; to reveal some commonalities or contrasting cultural patterns in political cartoons in English, and the role these cartoons play in reinforcing or challenging social, cultural and political practices. Object of research: political cartoons through the prism of cognitive mechanisms of their analysis. The subject of the study is cognitive mechanisms in political cartoons. Research methods. To achieve the goal, general scientific and special scientific research methods are used, including

dialectics, analysis and synthesis, induction and deduction, modeling, formal-logical, systemic-structural, comparative-legal and others.

A caricature can perform a motivational function: encourage certain actions. Political caricature uses such an artistic device as allusion. This is an allusion, an indirect reference to known images (or borrowing and playing on them). Images from the Bible, mythology, oral folk art (fairy tales, legends), fiction, history, modern folklore (jokes, fables, humor, memes, etc.) and cinematography, cartoons, etc. are most often used. Thus, modern political satire demonstrates a combination of classic artistic and visual means with the latest ideas and approaches to the realization of content. The main technique of political satire remains the use of a cartoon - a modified portrait of a famous politician. Caricatures use such artistic means as metaphor, personification, stereotyping, allusion, grotesque, etc. An important semantic element in a caricature is symbols and images-symbols, which help to succinctly and clearly present individual blocks of information. Cartoons are a concentrated, detailed concentrate of relevant information; they reflect the acute problems of society on both a local and global scale. At the same time, it is important that the caricature is understandable for the majority of recipients, and this will contribute to its popularity. This genre is also a means of attraction, which is why both print and electronic publications place caricatures in their columns. The brightness, originality of the caricature, as well as the virtuosic combination of words and images provide illustrations of individuality, reveal the context of a certain event, and allow you to convey an idea clearly. Caricature has always been not a purely visual genre, but a powerful tool for influencing public consciousness, an ideological and political weapon. Therefore, verbal-textual and visual-graphic multimodal texts have an illustrative component in their composition. In fact, each caricature fulfills its role in the text. We can say that a caricature can: attract or distract the reader's attention, be related or unrelated to the text, facilitate or complicate reading.

Effects on cognitive processing and subjective evaluation were empirically tested in two psycholinguistic experiments. A reading experiment shows that dual-base metaphors in cartoons require significantly higher processing costs than unambiguously metaphorical variants (single-base metaphors). The results of the second experiment show that subjects rate metaphors significantly higher on the wit scale than simply reasoned options. Combining the results of the two experiments, we conclude that the longer reading time in the first experiment cannot be explained simply by comprehension problems, but rather reflects local dual activation. This balance between processing effort and cognitive or communicative effect is consistent with a central hypothesis of relevance theory. According to Gior's hypothesis, the highest aesthetic or expressive effect can be found in a balance between innovation and familiarity. Stimuli belong to the category of optimal innovation when they create a new meaning that allows the recovery of the familiar. Thus, the hypothesis excludes familiar stimuli and captures innovations, such as formal variants of existing or conventionalized constructions that evoke a radically different meaning compared to the original, new metaphorical constructions, and deautomatization of the ingrained meaning of form. Despite the significance and empirical support of the optimal innovation hypothesis, the stimulus-oriented definition of the hypothesis in the sense of new options versus the familiar does not fully capture contextually modulated phenomena. In the last subcategory, the contextual relationship between the literal construction of an otherwise salient metaphorical element and the thematic element of the text is more important. It should be remembered that certain effortful interpretive pathways provided by the speaker in return for enhancing the final humorous effects may be a useful contextual factor in the search for the optimally relevant interpretation. Indeed, if it mutually demonstrates to the speaker and the hearer that, for example, a more economical stimulus could be used instead of the chosen one, but in that case it might not produce humor, the addressee may be willing to allocate additional cognitive resources in exchange for the promised stimulus. humorous effects. The cognitively taxing co-activation of the two meanings in a pun produces an enhanced effect of contextual

humor, and this effect is worth the effort. In this psycholinguistic study, the relative cognitive processing as well as the subjective evaluation of the foregrounding technique of metaphorical double grounding were tested empirically. I hypothesized that local ambiguity in such cases (a) incurs significantly higher processing costs compared to clearly metaphorical constructions, and (b) leads to higher wit scale ratings than in ambiguous contexts. On the basis of two experiments, the double hypothesis is empirically tested. The experiment shows that two basic metaphors are combined much higher than the value of the "wit" parameter. after a descriptive, cognitive-semantic analysis of the phenomenon and an empirical-psycholinguistic study, the question arises as to how a specific subtype of word play is correlated with other cognitive-semantic approaches to humor.

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена, насамперед, тим, що політичні карикатури завжди використовувалися для вираження різних політичних думок та розбіжності. Внутрішня мова їх символів служить не тільки для критики сучасних соціальних явищ і події, а й засвідчує почуття гумору середовища, яке його створює. Будь-якій карикатурі властиве спотворення реальності. У політичній карикатурі воно може коливатися від м'яко поміркованої карикатури в сатирі до попереднього карикатурного зображення в гротеску. Завдяки їх множинності смислів і форм, політичні карикатури постали як значущі.

Політичні та інші повідомлення передаються культурними символами, які карикатурист інтерпретує. Використання алегорій, ідіом, метафор та інших культурних кодів, які знайомі читачеві, зображує зміст реальності. Різноманітність інтерпретацій приваблює різноманітних глядачів, оскільки вони, відповідно до власних культурних звичаїв, сприймають карикатури з різних точок зору.

Психологічні дослідження когнітивних аспектів гумору зосереджуються на процесі вирішення невідповідності. Теорія передбачає двоетапну модель: перший етап включає процес побудови можливого уявлення світу в інтерпретації тексту, доки той, хто розуміє, не зіткнеться з невідповідністю або певною формою невідповідності між її очікуванням та головною лінією. Другий етап полягає в розв'язанні завдання, де той, хто розуміє, має усунути невідповідність, дуже часто шляхом нового тлумачення тексту на основі іншої системи відліку.

Створення та інтерпретація гумору в карикатурах спирається на різні когнітивні механізми, такі як концептуальна метафора та метонімія, концептуальна інтеграція або блендинг, а також когнітивні та культурні моделі. Роль, яку ці механізми відіграють у процесі гумору, досліджувалась у порівняно недавніх дослідженнях іноземних науковців.

Метою цієї роботи є дослідження когнітивних механізмів гумору у політичних карикатурах.

Щоб досягти поставленої мети, необхідно вирішити такі завдання:

дослідити деякі когнітивні механізми, задіяні в конструюванні значення, зокрема метафоричне та метонімічне міркування та концептуальне змішування; розкрити деякі спільні чи контрастні риси культурних моделей у політичних карикатурах англійською мовою, а також роль, яку ці карикатури відіграють у зміцненні чи виклику соціальних, культурних і політичних практик.

Об'єкт дослідження: політичні карикатури крізь призму когнітивних механізмів їх аналізу.

Предметом дослідження є когнітивні механізми у політичних карикатурах.

Методи дослідження. Для досягнення мети використовуються загальнонаукові та спеціально-наукові методи дослідження, зокрема діалектики, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, моделювання, формально-логічний, системно-структурний, порівняльно-правовий та інші.

РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ КОГНІТИВНИХ ПІДХОДІВ ДО АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР ЯК ОСОБЛИВОГО ЖАНРУ

1.1. Технологія створення політичної карикатури як предмету наукових досліджень

Політична карикатура як жанр політичного дискурсу активно використовується медіапіарниками та політичними опонентами. За допомогою карикатури можна вдало і влучно розкрити останні політичні події та тенденції, соціальну проблематику, політичних лідерів та їх внутрішні характеристики. Карикатура актуалізує суспільний дискурс та з допомогою образів і візуальних метафор майстерно передає те, що хвилює суспільство, привертаючи увагу до певних явищах дійсності.

За допомогою карикатур окремі риси чи вчинки політиків набувають гіперболізованого значення. Комічний ефект створює несподівані асоціації, розкриває політичного діяча з різних сторін. Наявність публічної політичної карикатури є важливим індикатором відсутності цензури та відкритості політичної системи країни. Там, де свобода думки і слова обмежена або взагалі відсутня, оприлюднення політичної карикатури несе серйозні ризики і може каратися законом.

Через візуальний образ політична карикатура дозволяє передати емоцію та ставлення її автора до зображених героїв, їх вчинків. З допомогою малюнка художники передають те, що знаходить раптовий відгук у суспільства. Карикатура поєднує два типи засобів створення комічного: вербально - текстові та візуально-графічні. Суттєвою складовою карикатури є текст: назва, підпис (у формі монологу або діалогу персонажів), репліки персонажів, розміщенні на малюнку, надписи (у тому випадку, якщо портретна схожість персонажів неочевидна або зовсім відсутня), коментар до малюнка самого художника.

На думку А. Артемової між вербальними та зображальними компонентами у карикатурі існують різноманітні види зв'язків, які реалізуються:

1) автосемантично (пряма денотативна співвідносність, опосередкована денотативна співвідносність, різна смислова)

2) семантично (структурний зв'язок, дейктичний зв'язок, ідентифікуючий; повна змістова залежність вербального ряду, зв'язок, що ґрунтується на смисловому протиріччі між вербальними та зображальними компонентами у практичних розділах.

Роль двохкомпонентів при передачі інформації різна. Візуальний ряд представляє собою: місце дії, саму дію, дійових осіб. Вербальний ряд дублює зображення, доповнює інформацію, яку представляє малюнок, або грає роль «сміслового ядра» карикатури.

Влучна карикатура на початку будь-якого тексту привертає до нього читацьку аудиторію, іноді – замінює собою весь текст. Це свого роду заголовок, основний зміст думки, яка розкривається у творі; або ж спосіб подивитися на проблему під зовсім іншим ракурсом з елементами тонко підмічених деталей, історичних асоціацій та метафор.

Місце в гендерному політичному дискурсі посідають політичні плакати та карикатури. Цей жанр сучасні фахівці визначають як вид спілкування, який характеризується такими аспектами:

- а) стандартний (у ньому втілено традиційний підхід до вивчення елементів жанру, що дозволяє класифікувати твори);
- б) генетичний (жанр має генетичну за своєю суттю творчу пам'ять, яка передбачає послідовність мутацій, які щоразу викликають нові якісні зміни);
- в) конвенційний (той факт, що гендерні очікування реципієнта виправдовуються в процесі пізнання твору, є свідченням існування певних умовностей (явних або прихованих умовностей), які існують у свідомості претендентів і реципієнтів).

Жанр визначається як «ряд загальних ідей в рамках загального уявлення про характер ставлення автора до дійсності, культурних особливостях матеріального оформлення і екстралінгвістичному характері репрезентації». «Основні визначення Л. Майднова «жанр» — це форма, яка певною мірою забезпечує спосіб передачі певної інформації за певних умов», а М. Бахтін — «зразок організації тексту». що під перипетіями будь-якої історії, зберігає певну тематичну, структурну, стилістичну узгодженість і спадкоємність і є «системою текстів, у яких усвідомлюється, розігрується певна закономірність».

Серед базових і ключових понять (водночас вони є основною темою дослідження) використовуються «креолізовані тексти», «карикатура», «плакат». Ми також використовуємо терміни «політична пропагандистська графіка», «візуальні засоби пропаганди», «візуальна ідеологічна продукція» та інші терміни в ширшому контексті.

Однак ми маємо на увазі карикатури та плакати. Від цього походить слово «карикатура». "caricare" - "навантажувати, перебільшувати". Автори одного з популярних видань визначають карикатуру як сміливе перебільшення, спотворене зображення людини, події чи речі. Цей термін розуміється в широкому і вузькому сенсі: у першому випадку це будь-яке зображення, в якому свідомо і навмисне створюється комічний ефект, поєднується дійсне і фантастичне, характеризується характерами людей, обличчя та поведінка перебільшуються та перебільшуються, змінюються їхні стосунки з оточенням. У другому — як особливий вид образотворчого мистецтва, що є основною формою образотворчої сатири і має чітке ідейне, соціально-критичне спрямування.

Деякі експерти вважають «функцію впливу на реципієнта» спільною для плакатів і мультфільмів. Точніше, говорити варто не про твір, а про незвичайність плаката та карикатури.

Концептуалізація плакатів і мультфільмів вимагає культурних навичок, сформованих культурною основою та походженням у певній мовній та

культурній спільноті. Пояснюючи природу оголошення, рушійні чинники його появи, дослідники в першу чергу вказують на попит населення. Якщо говорити про виготовлення плакатів загалом, то треба погодитися з думкою, що воно зазвичай наповнює конфігурацію певної соціальної групи.

У каталозі виставки «Соціальні замовлення: тиражна графіка Німецької Демократичної Республіки» наголошувалося, що «політика соціального замовлення виконує роль ініціатора, мецената, організатора процесу художньої творчості. до диспетчерської, але до творів Речі Посполитої, між суспільством і мистецтвом, між робітниками Для митців форма вираження стосунків довіри: робота робить останніх новими звертатися до фактів і явищ життя. , щоб описати їх по-своєму.

Наведена вище цитата відображає фантастичний світ «епохи соціалізму», а не реальну ситуацію, особливо коли йдеться про політичні плакати. Насправді все здається набагато простіше і практичніше. Авторитарні та тоталітарні режими були не лише «замовниками» такої продукції, а сприяли всьому процесу: від створення та відбору реалізаторів політичних меседжів до розподілу та методів контролю за ефективністю впливу.

Тому в даному випадку держава виступає як «стартова станція» і здійснює суворий контроль на всіх етапах виробництва, використання та результатів цього засобу обробки масової свідомості. Політичні плакати та карикатури функціонують у полі політичного дискурсу, який прямо чи опосередковано пов'язаний з ідеологією, економікою, соціокультурними явищами в житті окремої країни, а також з міжнародними відносинами.

О. Шигель описує використання мови політики (політичного дискурсу) як інструменту політичної влади та розглядає такі функції політичного дискурсу:

- 1) соціальний контроль (створення необхідних умов для маніпулювання суспільною свідомістю);
- 2) легітимність влади (пояснення та обґрунтування рішень щодо розподілу влади та суспільних ресурсів);

- 3) відтворення влади (посилення зв'язку з існуючим режимом);
- 4) орієнтація (через формулювання цілей і проблем, формування у свідомості суспільства образу політичної реальності);
- 5) соціальна згуртованість (інтеграція в рамках суспільства в цілому або окремих соціальних груп);
- 6) Агресивний (ініціювання та вирішення соціальних конфліктів; вираження спротиву та протесту проти дій влади);
- 7) Дія (здійснення політики шляхом вербування або «одурманювання» населення: вербування полягає у вербуванні та організації прихильників, «наркотики» стосуються акту заспокоєння населення та відволікання).

В. Карасик збирає такі елементи політичного дискурсу:

- а) учасники;
- б) хронотоп;
- в) цілі;
- г) цінності (включаючи ключові поняття);
- д) зміст (тема);
- е) типи та види;
- є) презентаційний (культурологічний) текст;
- є) форми мовлення

Жанри політичного плакату та карикатури знаходяться на перетині кількох дискурсів – політичного, мистецького та мас-медійного. В останньому випадку журналісти є своєрідними «ретрансляторами політики, посередниками між владою і суспільством, агентами впливу» держави чи окремих політичних сил (груп). Художній дискурс виступає виробником символічних засобів формування певних політичних меседжів, які мають бути донесені до свідомості «публіки».

На думку О. Шигеля, «у тих галузях художнього дискурсу, які належать до сфери політики, певною мірою існує суспільне замовлення». Політичні карикатури та деякі плакати належать до простору сміху (комедія чи гумористичний дискурс). Теоретичний підхід до аналізу практичних

можливостей комічного вираження отримав розвиток у працях літературознавців, філософів, психологів.

Ці події дають підстави вважати, що коміки можуть не лише сприяти пізнанню навколишнього світу, а й впливати на нього та змінювати його. Це робить комікс ефективним інструментом впливу на суспільство, а отже, важливою частиною журналістської методології. Таким чином, комікси можуть наповнювати та доповнювати мас-медіа «дуже ефективним конкретним контентом, стаючи інструментом з підвищеними інтерпретаційними можливостями, власним вирішенням певної суспільно важливої проблеми». Бачення може донести до людини, адаптувати та спростити зміст на основі аналізу фону.

Гумор не просто інтерпретує, а розширює «рецепційний механізм» аудиторії, передає дійсність реципієнту в її повноті, «розсуваючи» таким чином рамки смислового сприйняття аудиторії, часом несподівані форми та поєднання».

В. Карасик, збираючи наукові теорії про абсурд/гумор, зводить їх до таких ознак: у філософії йдеться про протиставлення серйозних принципів бізнесу принципам легковажної гри. В естетиці — більш м'яка форма критики неприємного, відразливого; в психології - несподіване зняття емоційної напруги; У соціології - карнавал, який руйнує суспільні цінності. При цьому гумористичний дискурс визначається як текст, занурений у ситуацію гумористичної розмови.

Комедія використовується як естетична форма критики, «гостра, творчо активна її форма, що передбачає свідоме активне сприйняття і ставлення з боку глядачів», висміювання доброго і поганого. вважається реакцією усвідомлення. У зіткненні з політичним дискурсом тканина комічного дискурсу (зміст) переважно присвячена політичним подіям. Жанрова специфіка політичних плакатів і карикатур визначається їх інтеграцією в чотири типи дискурсивних жанрових просторів.

1.2. Когнітивні механізми у контексті політичної карикатури

Лінгвістичні теорії гумору, як правило, зосереджені на бісоціації двох систем відліку, або накладенні між двома протилежними сценаріями та різкому переході від одного сценарію до іншого, спричиненого двозначністю чи протиріччям. Відповідно до SemanticScript Theory of Humor (SSTH) (Raskin 1985), жарт активує два сценарії в опозиції. На першому етапі той, хто розуміє текст, тлумачить текст з точки зору певного сценарію, з супутніми очікуваннями щодо типових учасників, обстановки та подій.

Пункт-лінія представляє несумісну інформацію, і це викликає перехід до другого сценарію, який узгодить невідповідність. У критичному перегляді та розширенні SSTH Аттардо та Раскін (1991) пропонують Загальну теорію вербального гумору (GTVH), яка включає дослідження логічних механізмів, таких як зміна фігури, хіазм, аналогія, зіставлення, і т.д., де перекладач усвідомлює певну відмінність від його/її очікування, таким чином отримавши доступ до двох сценаріїв в опозиції, перший сценарій має високу доступність, а другий характеризується низькою доступністю та високою інформативністю; У своїй дискусії про розуміння жарту та відносну доступність окремого значення в певному контексті Гіора досліджує роль помітності (знайомості, частоти, умовності, і прототипо-пікальність), і стверджує, що жарти «як правило, включають певний дисбаланс помітності, що спонукає розуміти спочатку більш помітне, але зрештою несумісне значення». Це початкове тлумачення зберігається до тих пір, поки раптова невідповідність не змусить того, хто розуміє, відмовитися від контекстуально несумісного значення і «активувати менш помітне, але конгруентне значення».

За словами Р. Барта, «текст створюється з нескінченного вузла багатьох ниток», натомість у М. Бахтіна текст постає як «цілісний комплекс символів», а також як співтворчість, через спілкування між двома свідомостями:

комунікантом і одержувачем. В інтерпретації Б. Зільберта комунікант заперечує, а адресат деоб'єктивує, сприймає та інтерпретує інформацію.

Незважаючи на те, що домінуючим елементом у плакатах і мультфільмах є зображення, їх вербальна складова також відіграє важливу роль. Більше того, всупереч загальноприйнятим теоріям про зв'язок між іконографією та словесними елементами, ми вважаємо, що прихований, глибший сенс, авторське «послання» в деяких карикатурах і плакатах полягає саме в тих мовних елементах, які описуються точніше й точніше. Тонкий спосіб. Ідеї та значення, вкладені в зображення. Водночас зображення виступає засобом привернення уваги до пропагандистського продукту, а справжня суть розкривається адресатом через текст листа. Усні тексти містять не лише внутрішньотекстові, а й позатекстові зв'язки.

Вони ніби «розкривають» його обмеженість, відсилають реципієнта до його попереднього досвіду, його походження, його фонових знань. Водночас вони здатні забезпечити співвіднесеність з іншими текстовими структурами та з культурним середовищем загалом.

Наприклад, І. Арнольд трактує це поняття, додаючи інші повнотекстові тексти з іншою мовною тематикою або їх фрагменти у вигляді цитат, алюзій, приміток. Здебільшого інтерсексуальність виражається у зверненні до ранніх текстів/явищ, які мають значення для певних культурних просторів, часових періодів, груп. Згодом вони стають найлегшою мішенню для «карнавальної сатири в політичному мультфільмі».

Перший складається з вербальних і невербальних проявів. У свою чергу, до літералів відносяться префіксовані імена (PI), префіксовані фрази (PT) і префіксовані слова (PV), а до словесних ситуацій - прецеденти і об'єкти цінності (переважно твори мистецтва).

І в політичних плакатах, і в карикатурах використовуються чотири основні способи натяку на явища минулого: точне цитування, напівцитата, алюзія, натяк. Усе це вважається маркером міжконфесійних категорій і сприяє

створенню комічного ефекту. Якщо точна цитата — це дослівне відтворення тексту, то напівцитата — це навмисно змінений текст.

Ніхто не погодиться з твердженням, що точна цитата і цитата можливі тільки в буквальній частині карикатури і плакату. Фактично, лапки також мають місце у візуальних елементах. У цьому сенсі алюзія є засобом усвідомлення попереднього культурного досвіду – «деякої характеристики попереднього об'єкта через вербальну чи невербальну презентацію, що стосується об'єкта чи ситуації – персонажа». або осіб, залучених у колишню ситуацію». К. Іванова визначає показники як «включення змісту, структурне або змістовно-структурне», а І. Гальперін - як непряме посилення словом або словосполученням на історичні, літературні, міфологічні, біблійні та побутові факти, зазвичай без вказівки джерела.

Одним із основних елементів у методологічній основі дослідження стала теорія «культури сміху». Її розробник М. Бахтін виділив одну категорію системотворення - «карнавалізацію». Під час вивчення журналістики А. Тепляшин, А. Журбін, Л. Яршова, М. Дмитровський, Л. Круйчик, З. Нестор, П. Ткахова, В. Халізева, М. Шостак про теоретико-методологічні аспекти характеру.

Методологічна спрямованість визначає вибір інструментарію дослідження, що охоплює загальнонаукові, міждисциплінарні та спеціальні наукові методи. Загальнонаукові методи аналізу, синтезу, індукції і дедукції забезпечили формулювання основних теоретичних положень, що визначили сутнісні характеристики якісної роботи, результатів і узагальнень.

Порівняльний підхід заклав основу для порівняльної характеристики не лише соціально-політичних умов, у яких діяли пропагандистські агенції різних суб'єктів війни, а й їхніх продуктів – плакатів і політичних карикатур. Завдяки цьому було з'ясовано ознаки ментальності різних категорій реципієнтів, методи роботи графічної пропаганди з різних джерел, а також конкретні результати масової обробки свідомості. Теоретико-методологічною основою дослідження стали загальні принципи наукового пізнання – історичність,

системність і комплексність, об'єктивність. Міждисциплінарний характер роботи закріпив комплекс наукових методів: поряд із загально- та суто історичними науковими методами для вирішення поставлених завдань використовувалися прийоми, що використовуються в інших наукових галузях – політології, соціальній психології, мистецтвознавстві, лінгвістиці тощо. Були використані. Їх поєднання дозволило охарактеризувати політичний плакат і карикатуру двовимірно: як продукт ідеології та як мистецьке явище. Джерелознавчі характеристики супроводжують репрезентацію дослідницької джерельної бази, яка не властива суто історичним дослідженням. Це призвело до необхідності звернення до міждисциплінарних підходів, випробуваних у сучасному мистецтвознавстві, журналістиці, політології, соціальній психології та інших галузях наукових досліджень. Прийоми типології та класифікації синтетичних теоретико-художніх творів використано для стратифікації типологічних рядів: тематичного типу плакатів і політичної карикатури, основних принципів образотворчої та графічної виразності плакатів, різноманітних художніх метафор, для конструювання методів Modern. Структурна архітектура плаката. Метод мистецтвознавчого аналізу був покладений в основу характеристики структурно-графічно-символічного вираження плакатів і політичної карикатури. Важливу роль у з'ясуванні місця та ролі вербального компонента в політичній графічній продукції відіграв семіотичний підхід у рамках поширення ідей щодо мовної специфіки креолізованих творів, методів загальномовної інтерпретації та текстового контекстуального аналізу.

1.3. Дослідження смислового навантаження візуальної сатири як ретранслятора сучасних наративів

Жанр шаржу визначається як «певний жанр образотворчого мистецтва (зазвичай графіки), який є основною формою зображальної сатири і який має чітку теоретичну, соціологічну та критичну спрямованість». Зарубіжні дослідники поділяють політичну карикатуру на дві складові: своєрідний образ людини та підказки, що формують контекст, у якому «живе» персонаж.

Завдяки семіотичному підходу, який є самостійною галуззю наукових досліджень – семіології візуальної комунікації, яка опрацьовує термін «код», можна віднести візуальні образи разом із письмовими текстами до феноменів комунікації.

Політичний плакат і карикатура створені за допомогою візуальних і мовних кодів. При цьому символічні ряди кодуються образними кодами, а вербальні — мовними. «Код» вважається системою символів/знаків і правил їх інтеграції, яку поділяють більшість послідовників певної культурної спільноти, а сама система знаків є значущою для нього та для неї. Використовується для створення та передачі значень. культури.

Поряд із лише мовними кодами та низкою візуальних кодів (технічних, репрезентативних, іконічних та іконографічних), у семантичний простір політичних малюнків та плакатів вмонтовано також соціальні, культурні, стилістичні та ідеологічні коди. Комбінація між ними створює карикатуру і текст плаката, а між ними працює механізм з'єднання. Персонажі та події, зображені на плакатах і політичних карикатурах, спочатку визначаються соціальними кодами, зокрема візуальними (зовнішнє делегування явищ, поведінки, одягу, жестів, зовнішнього вигляду персонажів) і лінгвістичними (лінгвістичним. візуальним і вербальним). Через взаємодію компонентів створюється іконічний код, що відповідає фіксації деяких концептуальних термінів об'єкта в простому графічному зображенні відповідно до існуючої колекції графічних умовностей.

Основним елементом структури символного коду є:

- а) Форми, що створюють умови сприйняття - фон, світлові контрасти, геометричні пропорції;
- б) ознаки, що полегшують ідентифікацію окремих елементів експонованого предмета (капелюх, шапка, кишень, пояс, очі, ніс, волосся тощо);
- в) елементи об'єктів, які рідко розпізнаються поза певним контекстом або зображенням.

За загальним правилом, коли реципієнт не має відповідної установки, іконний код не підлягає інтерпретації, він включається в інтерпретацію іконографічного коду. Останні відсилають до певних смислів і стереотипів, усталених у класичній іконографії (циліндр як символ буржуазії, земна куля як символ геополітичних амбіцій, зброя як символ агресії тощо).

Культурний код пов'язаний із попередніми явищами, символами та стереотипами певної культури («Країна ранкового сонця», «Джон Болл», «Дядько Сем», «Зірка Давида» тощо). Культурне кодування також складається з візуального та лінгвістичного компонентів. Невербальна частина плаката чи мультфільму може стосуватися прецедентної назви, ситуації, зразка з аксіоматичним навантаженням, вербальна – тієї самої прецедентної назви, тексту, ситуації, стану, твердження.

Якщо одержувач не має досвіду та знань, щоб відкинути культурний код, він обмежується інтерпретацією іконічних чи іконографічних кодів окремо. Наявність або відсутність суттєвих припущень визначає ступінь об'єктивності лінгвокультурного коду. Нерозрізнення сенсу посилення на той чи інший прецедент позбавляє реципієнта можливості зрозуміти глибший і повніший сенс змісту карикатури чи плаката.

Іконографічний і культурний коди організовані репрезентативними кодами, формою зв'язку між сюжетом, героями та їхніми діями та вербальною частиною (монолог, діалог). Крім того, іконографія та культурні коди регулюються стилями (виправляють сатиричний характер персонажа, який зазвичай спирається на ефект помилкового очікування та представлений антитезою, гіперболою, іронією, метафорою та ідеологічно). Ідеологічне регулювання включає політичне регулювання.

Серед найважливіших аспектів класифікації комунікаційних стратегій на формальному рівні є спосіб використання мовних і культурно-символічних елементів (структури). Застосування сильних сторін кожної знакової системи збільшує абстрактність, синергічний потенціал, ясність і глибину обробки та

інтерпретацій. Їх поєднання визначається відповідно до поставленої авторами мети.

Розглядаючи політичний плакат як вид тексту в креолізації, експерти виділяють у цьому масиві три основні групи:

- а) тексти з нульовою креолізацією, коли немає зображення;
- б) текст із частковою креолізацією;
- в) текст із повною креолізацією.

В останніх двох випадках образний компонент включений у текстову структуру, але текстовий контекст відзначається різним характером і ступенем взаємозалежності двох концептуальних систем. О. Анісімова встановлює два типи відношень між елементами креолізованого тексту: автосемантичні та семантичні.

Визначальною ознакою автоматизму є відносна незалежність вербального і візуального компонентів один від одного. Синсемантичні відношення припускають, що вербальний компонент залежить від візуального компонента, не має семантичної незалежності або може бути неправильно витлумачений через його зв'язок і відношення до візуального ряду. Політичний прапор має обидва типи відносин: перший — трудова норма з частковою креолізацією, другий — з повною креолізацією.

Смисловий зв'язок між зображенням і словом у плакатах військового часу визначається призначенням і змістом, який вони наповнювали.

Лексика політичного плаката (як і мультфільму) пов'язана з певним видом творчості. Поряд із частими посиланнями на афоризми та відомі художні твори (переважно поетичні) нерідкі алітерації на основі контрастів. При цьому основну роль відігравали антоніми або споріднені з ними слова. Фахівці виділяють три групи антонімів: безумовні, умовні та можливі. А. Спешилова наголошує, що "як лексичну основу протиставлення використовуються безумовні антоніми. Різні способи їх вживання створюють певну виразність тексту. Ця мета, зокрема, не має значення. Багатозначність у значенні підлягає вживанню протилежності".

Можливі антоніми — перехід безумовного способу в умовний. Вони протилежні за значенням як безумовні, але вираження цього відношення у значенні недостатньо для речей, що містяться в безумовних антонімах. А. Спешилова звертає увагу на те, що завдяки стійким зв'язкам у лексичній системі мов антоніми сприймаються на тлі їх співвідносності, і наводить такі приклади: холодний - гарячий (холодний - гарячий), коричневий - холодний (коричневий - холодний), початок - кришка (початок - кінець), в сімнадцять - зараз (потім - зараз), перед - поле (перед - ззаду), один - ціла квартира (один - усі).

Дослідник збирає такі форми, які показують співвідношення між умовним і безумовним протиставленням: «Один із компонентів протиставлення, один член пари безумовного протиставлення, другий — другого члена безумовного протиставлення. Пара, наприклад, «фашистів кричить: «Ми, Індивідууми, в Європі ми захисники культури». Але дикун — це звір із злодійською сокирою, що несе смерть і знищення цивілізації» («дикий» — «захисник»); — обидва елементи пов'язані за змістом безумовними антонімами, але зв'язок очевидний: «німці». гарячі в новорічному морозі з його страшними ударами!» (пари «мороз» - «гаряче» є загальними словосполученнями з «холодний - гарячий»); - контрастні компоненти у своїх моделях умови їх вживання опосередковуються переосмисленням створений контекст: «Рон Нопфке вирушив у подорож із залізним хрестом, а повернувся з дерев'яним».

Два семантичних контексти обрамляють слово «хрест» — в одному випадку йдеться про нагороду, а в іншому — про могильний хрест. У підтекстах протиставленнями часто виступають слова, які не несуть контрастивного навантаження, але виявляють певні ознаки протиставлення. Зразок плакату може бути підписаний невідомим автором: «Великі держави підписують пакт — фашизм — це смертна кара». До третьої групи належать дієслівні форми, які не мають протиставного зв'язку і вживаються лише в структурах, де є

яскраве вираження протиставлення. Вони можуть бути як синонімами, так і словами з однієї гіпонімічної групи.

Розглядаючи плакат як текст у цілому, дослідники виділяють такі його категорії: цілісність, зв'язність, стиль, емоційність, часовість, розташування. О. Воробйова вважає, що поняття «категорія тексту» відображає «сутнісні властивості тексту, прототипові властивості, взаємодія яких визначає його специфіку і стійкість з точки зору якісної лінгвістики, формуючи уявлення про комунікативну мову». забезпечує».

Категорія цілісності стосується єдності візуальної та вербальної складових тексту, його структурно-семантичної стійкості. Основною текст утворюючою категорією для більшості плакатних творів вважається зв'язність, що реалізується через змістовий, мовний і структурний компоненти. Категорія інформаційного відображає не лише евристичний заряд плакатного жанру, а й його практично-комунікативну функцію, покликану мобілізувати адресата на конкретні події.

Методологічна категорія характеризується необхідністю координації комунікаційних завдань усіх людей, які беруть участь у створенні плакатного продукту: художника, автора тексту, редактора тощо. Оскільки візуальна складова плаката передбачає абстракції та асоціації, вона потребує уточнення за допомогою вербальної складової. Гармонізація модальності цих двох компонентів має забезпечити максимальний вплив на глядача. Категорія емоційності покликана проілюструвати надзвичайну роль почуттів у процесі розуміння плакатного продукту.

При цьому емоційний діапазон практично максимальний: від реакцій сміху до гострих емоційних настроїв і роздумів. Саме ця здатність викликати певні емоції, спрямовувати їх у потрібне русло робить роботу найуспішнішого плаката ефективним інструментом маніпулювання суспільною свідомістю. Аспекти часу лягли в основу категорії тимчасовості. Це проявляється у візуальних засобах і вербальних техніках, які діють як своєрідні часові маркери, які «підсилюють перлокутивний ефект плакатного тексту. Якщо

антецедентна проекція переноситься в минуле, потенційний проект А відображає очікувані дії та комунікації.

Висновок до розділу I

Підсумовуючи перший розділ магістерської роботи, можна сказати, що карикатура розглядається як синтез зображення і тексту. За словами існує три варіанти взаємодії тексту й ілюстрації: для розуміння карикатури не потрібен детальний текст, який розкриває її смисл, оскільки думка (емоція, відношення) виражені переважно графічно (за допомогою шаржу, перебільшеного відображення дійсності, метафори, поєднання реального й фантастичного, зіставлення непокєднуваного, парадоксального тощо); для сприйняття карикатури однаково важливі обидві частини – і вербальна, і візуальна; основне смислове навантаження лягає на текст.

Основна функція політичної карикатури — формування та регулювання суспільної політичної свідомості (деякі дослідники називають її соціальною функцією). Практики PR-технологій поєднують функцію маніпулювання, яка проявляється в спробах створити певний образ особистості в політичному напрямі чи масовому сприйнятті, знищити усталені образи завдяки використанню маніпуляційних технологій. Роблення та створення нового.

Згідно з сучасними теоретичними розробками, функція культурної пам'яті карикатур була відокремлена від проблем пам'яті. Ю. Лотман розуміє під ним процес, у ході якого «семантичний простір, створений навколишнім текстом, вступає в особливий зв'язок із культурною пам'яттю (традицією), накопиченою у свідомості аудиторії». У результаті «текст повертає семіотичне життя».

Творча функція політичної карикатури полягає в тому, що вона стимулює появу нових ідей та образів, а також певного (критичного) способу мислення громадян і представників політичної спільноти (в останньому випадку цілком правомірно очікувати (зміни в поведінці та конкретних діях

представників влади). Розглядаючи функції паралінгвістичних засобів, О. Анісімова зазначає, що вони можуть, насамперед, репрезентувати звичайну візуальну форму тексту, де участь паралельних мовних засобів у творенні тексту є лише експресивними проектами. Друг, виступати носієм якоїсь інформації (значення, вираження). В останньому випадку поряд із словесним вони складають його фундаментальний і практичний аспекти. Водночас, як досить важливі елементи текстів, вони передбачають інтерпретацію реципієнтом. Такі тексти, в тому числі креолізовані, називають «лінгвоактивними».

РОЗДІЛ 2. ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ У ЗМІСТОВНОМУ АНАЛІЗІ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР

2.1. Розгляд політичних карикатур за допомогою засобу концептуального блендингу

Основною когнітивною функцією концептуального блендингу є створення сцен, які підходять людині в масштабі. Багато з того, про що думають люди, говорити, діяти, оперувати масштабами часу та простору, які або занадто малі, або надто великі, щоб зручно поміститися в наш спільний досвід. Таким чином, основний принцип концептуального блендингу полягає в тому, щоб «стиснути» те, що за своєю суттю є дифузним, і «декомпресувати» те, що за своєю суттю є конденсованим.

Розглянемо ситуацію, коли батько намагається пояснити своїй маленькій дочці взаємозв'язок між сонцем і землею, використовуючи продукти на обідньому столі: Як досягається блендинг? Припущення активації знайомого ментального простору (наприклад, сучасна реальність) і його відповідник (наприклад, Past Reality), мовець проектує вибіркові елементи та відносини з одним до іншого, оскільки є багато аспектів цих просторів, які не є відразу відповідно до наявної конфігурації. Композиція концептуальної суміші починається з якогось життєво важливого зв'язку, який можна експлуатувати, доступний для вербування (тобто проекції).

Гіперболізація й загострення рис об'єкта сатиричного відображення використовується при змалюванні відомих політичних діячів (рис. 2.1.). Подібні шаржовані портрети є ключовими образами політичної карикатури. Найчастіше політична карикатура використовує мальовані шаржі: сатира «на обличчя» та друга група сатиричних візуалізацій – узагальнення, збірний образ, сатира на суспільне зло (такі карикатури виконані не лише на політичні теми, а й на проблеми освіти, науки, економіки і т.д.).

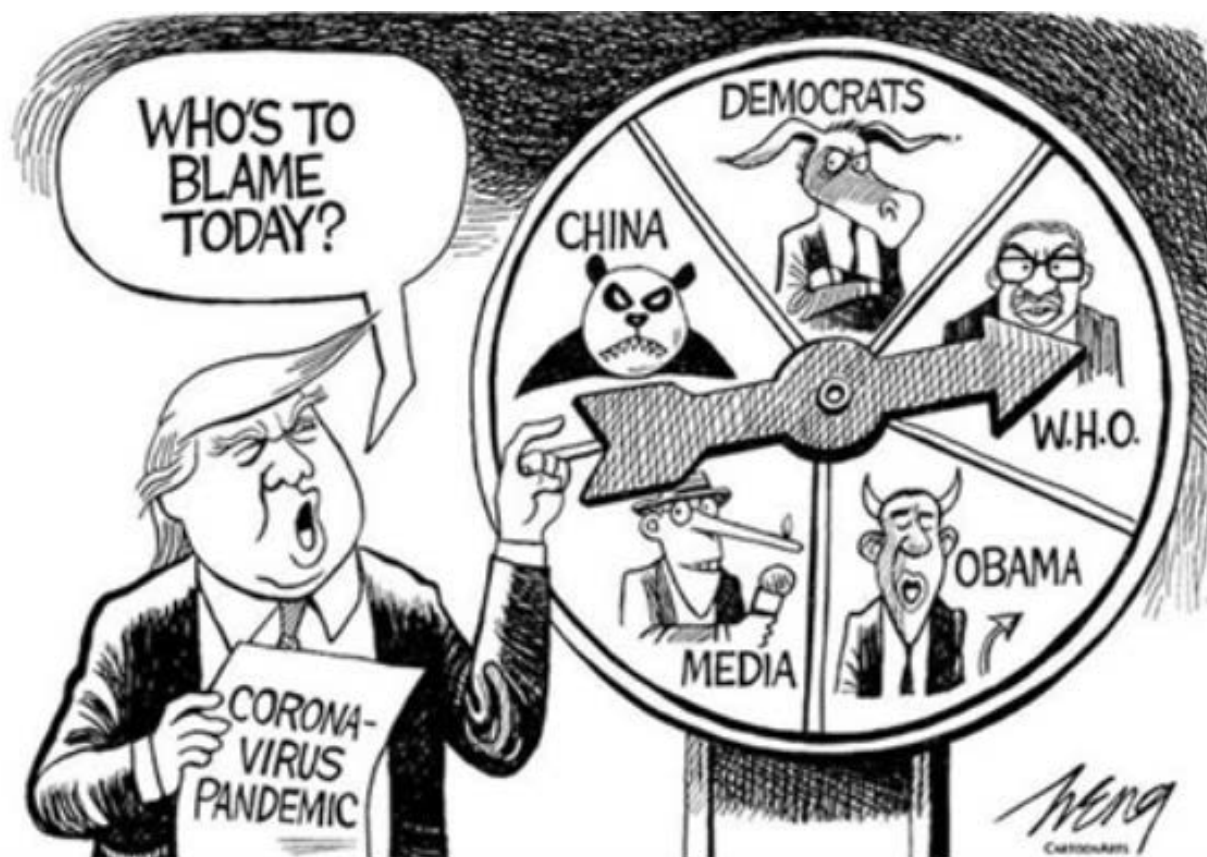


Рис. 2.1 Приклад блендингу, гіперболізації та загострення рис

Ще одним із яскравих засобів образотворення є метафора та персоніфікація, зокрема – анімалізація: абстрактні поняття, ознаки представлені у вигляді тварин. Зрідка у карикатурах трансформують вербальну метафору в візуальну, наприклад: на карикатурі вище, занадто багато уособлень, сенс яких кожен зрозуміє по своєму, та в більшості випадків це буде, так мовити “буквально”. Жартівливий сенс прикладу виникає через той факт, що умовна сполука розбивається на свої вхідні домени, і потенційний конфлікт між цими доменами використовується опортуністично: елемент із вхідного домену, який не має відношення до інтегрованої концепції (і, таким чином, знаходиться в у семантичному фоні), перепрофілюється для отримання напівзв’язної причинно-наслідкової інтерпретації (хоча й дуже неправдоподібної).

Оригінальним прийомом у створенні візуальної сатири є використання стереотипізації, наприклад: формула «політики не працюють, байдикують» втілена в ряді образів відомих персон, які на своєму робочому місці поведуться

як на відпочинку; для цього змальовуються і відповідні атрибути – алкогольні коктейлів у вишуканих склянках, валіза для подорожі та маска для занурення тощо.

Ця політична карикатура, маркована суспільними наративами визначення ворога, або дихотомії «свій» – «чужий» використовує базові стереотипні образи. Архетип ворога, за словами дослідників, має багато облич: чужака, агресора, іновірця, варвара, загарбника, злочинця, насильника. Цей підхід діє, коли мова йде про збірний образ ворога, перед яким згуртовується суспільство в умовах небезпеки.

Карикатура може виконувати мотиваційну функцію: спонукати до певних дій. Політична карикатура використовує такий художній засіб, як алюзія. Це натяк, непряме посилення на відомі образи (або запозичення та обігрування їх). Найчастіше використовують образи з Біблії, міфології, з усної народної творчості (казки, легенди), з художньої літератури, з історії, із сучасного фольклору (анекдоти, байки, гуморески, меми тощо) та кінематографії, мультиплікації і под.

Таким чином, сучасна політична сатира демонструє поєднання класичних художньо-образотворчих засобів із новітніми ідеями та підходами щодо реалізації змісту. Основним прийомом політичної сатири залишається використання шаржу – видозміненого портрету відомого політика. Карикатури застосовують такі художні засоби, як метафора, персоніфікація, стереотипізація, алюзія, гротеск тощо. Важливим смисловим елементом у карикатурі є символи та образи-символи, які допомагають лаконічно і зрозуміло подати окремі інформаційні блоки.

Блендинг та метафора можуть взаємодіяти кількома способами (Grady et al 1999). Порівняно з лінгвістичним поєднанням блендинг та , їх графічне застосування дозволяє поєднувати засоби з більшою свободою. Частково це пов'язано з рефікацією в образах метафоричних вихідних доменів, якими потім можна маніпулювати.



Рис.2.2. Карикатура Мілта Пріггі, власний синдикат

Як приклад складності таких поєднань розглянемо карикатуру на малюнку. На цьому зображенні нація представлена через поширену метафору НАЦІЯ — ЦЕ ЛЮДИНА у вигляді суворого дядька Сема. Але крім цього, нація-людина також змішана разом із Всесвітнім торговим центром, на що чітко вказує дим, що виривається з його особи. Оскільки елементом, який змішується зі Всесвітнім торговим центром, є не лише нація, але й метафорична особа, кінцевим результатом є те, що дим виконує функцію як буквального диму, що вказує на суміш, так і як ознаку метафоричного гніву з боку нації через ГНІВ - ЦЕ ЖАР (Лакофф 1987). Більше того, оскільки ми бачимо, що вежа нації-людини має вигляд рішучості, ми знаємо, що кінцевим результатом у цій суміші буде не падіння вежі у вхідному просторі Всесвітнього торгового центру, а скоріше її наполегливість, як у простір нації-людини. Поєднання метафори та змішування в цьому мультфільмі є досить складним, навіть без згадки про інші очевидні ускладнення, такі як використання суміші Перл-Харбор-11 вересня через підпис або можливість того, що дядько Сем також метонімічно представляє окремих громадян. Також

у цій карикатурі помітна концептуальна інтеграція – це динамічний процес, який відбувається, коли ми думаємо та говоримо, так що ці процеси можуть відбуватися будь-коли. Хоча повідомлення, подібне до цього, можна було б передати лише за допомогою мови, це завдання було б набагато складнішим.

Концептуальне змішування є поширеним у політичних карикатурах. У проаналізованих політичних карикатурах було використано низку сумішей, у тому числі суміші Похмурого Жнеця зі Статуєю Свободи; пожежники встановлюють прапор на уламках Всесвітнього торгового центру зі знаменитим зображенням прапора, що піднімається на Іводзіму; і комерційного авіалайнера з бомбою, серед багатьох інших. У цьому розділі, щоб провести систематичне порівняння того, як виражаються суміші, я розглянула лише найбільш поширені. Для вказівки на змішання в політичних карикатурах використовується ряд прийомів, серед яких: мова з одного введення та зображення з інший; зіставлення двох зображень і потенційно асоційованої мови (рис.2.3); злиття мови з двох входів (рис.2.3); і об'єднання зображень із двох вхідних даних.

DAYS OF INFAMY!

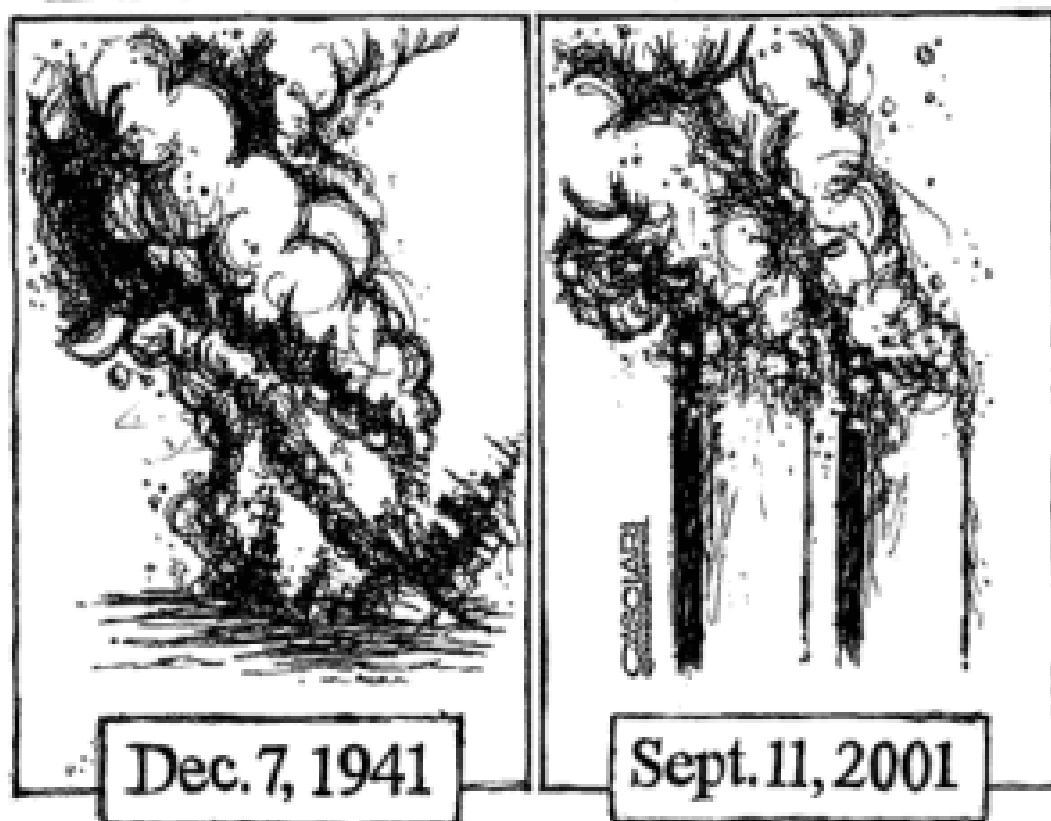


Рис.2.3. Мультфільм Джеймса Кашіарі з служби новин Scripps Howard

Так само, як лінгвістичні змішання, змішування в політичних карикатурах можуть відображати властивості, що виникають, властивості, які не витягуються з жодного з вхідних просторів, а скоріше є специфічними для самого змішування. Розглянувши малюнок 7 нижче як приклад, ми можемо побачити кілька прикладів виникаючих елементів. По-перше, відповідно до того факту, що на момент створення карикатури виконавці атаки 11 вересня були невідомі, літак ідентифікований знаком питання біля хвоста, а не червоним колом, що символізує Японію чи назву комерційної авіакомпанії. компанії.

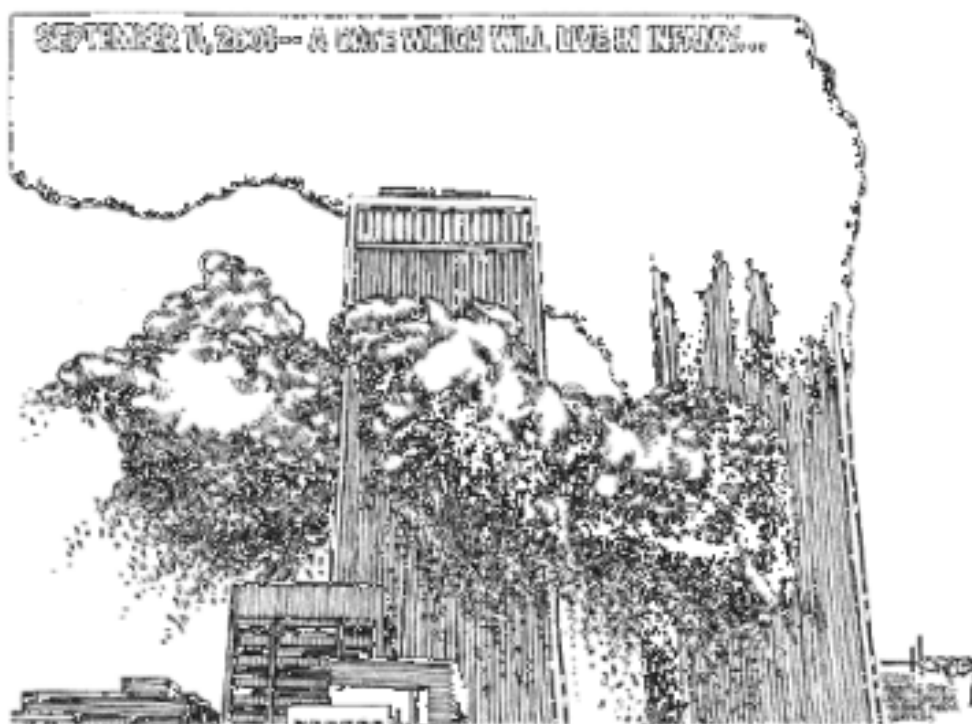


Рис . 2.4: Карикатура Девіда Горсі з The Seattle Post-Intelligencer

По-друге, літак цілий, як під час вибуху в Перл-Харборі, але, згідно з жодним із введених даних, хтось у літаку кричить «Терор! Терор! Терор!», а не «Тора! Тора! Тора!», яким японці почали атаку. Звичайно, оскільки на вхідних даних Всесвітнього торгового центру немає відповідного літака, який покидає сцену, це має бути невід’ємною властивістю суміші. Останньою новою властивістю суміші є зображення тонулих неушкоджених будівель, з яких піднімається дим. Тоді як і кораблі, що затонули в Перл-Харборі, і вежі Всесвітнього торгового центру

зазнали значних пошкоджень перед обвалом, на малюнку 2.5 ми бачимо повністю неушкоджену пару веж, що тонуть по діагоналі. Швидше за все, художник-мультиплікатор намагався встановити відповідність між кораблем, що тонує, і вежами, що падали, і, роблячи це, образно представив вежі як башти та інші надпалубні конструкції тонучого військового корабля.



Рис. 2.5. Карикатура Стіва Бенсона з Республіки Арізона

Теорія підкреслює той факт, що змішування присутнє навіть у найпростіших формах людського мислення. Основні постулати цієї теорії розроблені у Фоконьє та Тернера, Тернера та Фоконьє, Коулсона та Оуклі, та Грейді та інших. З іншого боку, Тернер каже, що він не вважає, що все в людській думці змішується, або що змішування є величезним кроком вперед. Змішування залежить від психічного і фізичного навантаження, які йому передують. Абсолютно ясно, що життя існувало ще до того, як ми дізналися про існування передового змішування, і ніщо не поставило б під загрозу його існування, навіть якби ми не відкрили сам блендинг, але все ж тоді, коли воно виникло, а точніше - коли ми дізналися про його існування, воно змінило наш погляд на все, що йому передувало. Turner стверджує, що розширене змішування невіддільне від нашого способу мислення, і це схоже на те, як людський мозок несвідомо створює суміші, більшість з яких ніколи не оживають, можливо тому, що вони не є справжніми сумішами або лопаються, як мильні бульбашки, перш ніж вийти з підсвідомість. Оскільки людському

розуму не властиво заглядати в себе, ми повинні вирушити в подорож територією, відомою нашій підсвідомості, але майже зовсім невідомою нашій свідомості, де ми зустрінемо відомі та невідомі речі, усвідомимо, що люди здатні на набагато більше, ніж пізнання на основі сприйняття та сполучних ідей. Люди створюють суміші з того, що вони вже знають, і таким чином створюють нові творіння. Суміші як такі досить малі та компактні, щоб ми могли зберігати їх у межах нашого розуму, де згодом ми можемо шукати їх, щоб зрозуміти явища, які інакше ми не могли б зрозуміти. Основна ідея концептуальної інтеграції як основної когнітивної операції полягає в тому, що вона діє через інтеграційну мережу, що складається з певних просторів і відносин між ними. Усі ці процеси представляють конститутивні принципи, на яких базується концептуальна інтеграція.

Тут є одне застереження: слід зазначити, що аналіз, який міститься в цьому дослідженні, не припускає, що два когнітивні механізми слід чітко відрізняти від кожного, що одне з двох ефективніше іншого, як натякав один із анонімних рецензентів. Основна увага цього дослідження карикатури спрямована на класифікацію політичних залежно від того, який когнітивний механізм використовується (тобто найкраще підходить) для передачі наміченого повідомлення, визнаючи той факт, що два когнітивні механізми можуть функціонально збігатися в багатьох випадках. Перш ніж детально проаналізувати дані двох когнітивних механізмів, слід зазначити, що тлумачення всіх карикатур, про які йде мова, включає метонімічні концептуалізації, які використовуються для посилення на політичних діячів, виділяючи на перший план їхню головну частину — волосся. Давайте коротко розглянемо карикатур.



Рис. 2.6. Метонімічні зображення pana Кіма та pana Трампа в карикатурі.

На малюнку дві фігури зображені щаржево з ключовими словами, які використовуються для їх опису: непередбачуваний, марнославний, мстивий, невпевнений, надмірно компенсуючий, авторитарний і смішне волосся вирізати. Глядачі відразу розуміють, що дві істоти в мультфільмі — це містер Кім і містер Трамп, тому що карикатуристи роблять їх зовнішній вигляд, включаючи оригінальні зачіски, відмінними, які мають високу достовірність щодо двох фігур у реальному світі — волосся. З точки зору когнітивного механізму, ілюстрація вмотивована концептуальною метонімією, оскільки референція цілого (містера Кіма та містера Трампа) була зроблена успішно завдяки використанню головної частини (їхніх голів та оригінальної форми волосся) у зображення. У всьому наборі даних, сам шаблон метонімії концептуалізація є всепроникною. Виходячи з цього, давайте розглянемо кілька вибраних характерних метафоричних систем у наборі даних.

Структура події мотивована метафорою АРГУМЕНТ ЦЕ ВІЙНА. Семантичний каркас АРГУМЕНТ відрізняється від ВІЙНИ. Поняття

аргументу визначається у зв'язку з контекстом вербального дискурсу, який навряд чи передбачає фізичну боротьбу, тоді як поняття війни обов'язково передбачає фізичний контакт, взаємодія та конфлікти, що призводять до збитків та жертв. Ці дві різні сфери взаємодіють одна з одною, і на основі взаємодії люди розуміють концепцію аргументу в термінах дій, схожих на війну. Наприклад, коли хтось сперечається проти інших, вказуючи на їх логічну слабкість, закладену в те, що сказав інший, можна сказати, що він нападає на вразливе місце контрагента; контрагент може захистити це, надавши додаткові умови.



Рис. 2.7 Трамп та Кім воюють волоссям

Уособлення такого роду метафоричних міркувань можна знайти в карикатурах, як показано на карикатурі вище. Волосся двох політичних діячів зі зброєю, відповідно, дивляться один на одного примруженими очима, не приховуючи ворожості. Цікаво бачити, що зображення їхніх облич навмисно обрізано, щоб привернути більше уваги до волосся, що допомагає глядачам визначити, кого вони представляють через високу достовірність елемента, тобто їхні оригінальні зачіски. Карикатурист описує, що їхнє волосся є розтягнутий і захоплюючий, ніби між ними відбувався обмін ракетними

атаками, і ніби їхні волосся були димом за запущеними ракетами. Іншими словами, їхнє волосся концептуально пов'язане з використанням тактичної зброї, як-от запуск ракет один проти одного. Це вказує на те, що думки двох політичних діячів суперечать у реальному світі, а отже, конфлікт може призвести до тяжких наслідків у майбутньому. Якщо говорити про сферу міжнародної політики навколо Кореїського півострова, то там фактично не було ні військового конфлікту, ні фізичних боїв, ні ракетних ударів. Двоє політичних діячів лише обмінялися різкими словами один на одного, попередивши контрагента про серйозність розробки ядерної зброї. Концептуальний метафоричний аргумент «війна», який використовується в карикатурі, можна позначити так:

Source (war)	Target: argument
Groups of people	Political leaders
attack	criticism
defence	response
tactics	rhetorics
target	counterpart
weapon	words

Табл. 2.1. Когнітивне тлумачення аргументу “війна”

З огляду на карикатуру, яка стосується політичної ситуації у фізичному світі, цільова сфера аргументації означає фактичний обмін критикою щодо ядерної програми. У цій сфері два політичні лідери обмінюються критикою, а один агент висловлює негативні зауваження інший (еквівалент), тоді контрагент кидається у відповідь агресивними коментарями. Цільовий домен розуміється як домен війни (джерела), який складається з груп людей, дій нападу та захисту, тактики, цілі, зброї тощо. Таким чином, карикатурне запитання вказує на те, що два політичні діячі обмінюються дратівливими словами про питання розвитку ядерної проблеми шляхом критики політичної діяльності контрагента та захисту його політичної позиції. У тому ж дусі концептуальну сцену в карикатурі можна розробити за допомогою метафори

«СЛОВА — ЦЕ ЗБРОЯ», оскільки це є одним із наслідків метафори «АРГУМЕНТ — ЦЕ ВІЙНА». Як зазначено у карикатурі, усі зауваження, включаючи заяву пана Кіма (про те, що Північна Корея посилить провокації, продовжуючи ядерні розробки для самооборони), і різку засуджуючу відповідь пана Трампа. Концептуалізуються за допомогою ракет (зброї), які запускаються одна проти одної. Примітно, однак, що вони не спілкуються один з одним фізично. Це вказує на те, що вони не зробили радикальних кроків і діють так, ніби прагнуть отримати домінуючу позицію за столом переговорів щодо розробки ядерних ракет.

Метафора ПРИЧИНИ ЦЕ СИЛИ також є однією з часто використовуваних метафоричних систем у мультфільмах. Це природний наслідок, враховуючи, що нація великої сили, США, має серйозний вплив на інші країни, і зокрема те, що США не відступають у такому критичному питанні, як ядерна загроза з боку НК. Крім того, причинно-наслідковий зв'язок завжди має місце у сфері міжнародної політики: наприклад, якщо речник однієї нації робить погрозову заяву проти інтересів іншої нації, остання відреагує, виконавши відповідну заяву. Звичайно дії. Цей вид причинно-наслідкової взаємодії мотивує метафору ПРИЧИНИ Є СИЛАМИ. Наступний малюнок містить інтригуючу концептуалізацію ситуації з використанням фенів.



Рис. 2.8 Метафоричне зображення двох політичних діячів

На малюнку 2.8 дві карикатурні політичні діячі спускають один одному свої фени, що викликає в обох негативні емоції, такі як гнів і неприємність. Їхнє волосся страждає від подуву вітру, і, ймовірно, їх форми не будуть охайними після обміну ударами. Однак зазначається, що ані фізичного контакту, ані заручин не відбувається: вони намагаються зв'язатися один з одним, використовуючи нешкідливий інструмент — фен, який навряд чи буде ефективним у сфері фізичної боротьби. Цей винахідливий вибір не безпідставний: обидва політичні діячі відомі своїми оригінальними зачісками, силою, яка можна застосувати до основного елемента кадру — волосся — це подув вітру, і, на переконання карикатуриста, фен є оптимальним інструментом для створення кляпу, порушуючи очікування, що фізична боротьба передбачає «шкідливу» зброю, яка тягне за собою контакт і в той же час пов'язати всю сцену з елементом волосся. Структуру відображення, викликану карикатурою, можна перерахувати таким чином:

Source	Target
protagonist	political figures
contact	engagement
directionality	objectives

movement	execution of an action
Resulting state	Resulting state
Wind blow	criticism

Табл. 2.2. Когнітивне тлумачення структури відображення карикатури

Оскільки мультфільм базується на спостереженні за ситуацією в реальному світі, цільовою сферою можна визначити сферу причинно-наслідкових зв'язків у міжнародній політиці. У домені дві нації, метонімічно кажучи, два лідери ведуть суперечку, кажучи негативні речі один одному. Як звичайний розгортаються розмови, людина реагує на те, що сказав чи вчинив його співрозмовник. В результаті обидва співрозмовники проходять результуючий стан, і цей процес циклічно повторюється, поки вони не дійдуть спільного висновку. Вихідна область СИЛ складається з протагоністів, спрямованості, руху, контакту, результуючого стану та вітру (сили). Двоє головних героїв, що стосується карикатур у цій статті, стикаються один проти одного так само, як США та Північної Кореї мають різні або навіть суперечливі цілі щодо розробки ядерної зброї. Один дує своїм феном об іншого, демонструючи ворожість. Це результат концептуальної розробки: тип сили, яка використовується в мультфільмі, визначений як подув вітру, і він викликається певним інструментом, феном. Така розробка є оптимальною для осмислення події за участю двох політичних діячів, які є обидва відомі своїми оригінальними зачісками. Інтригуючим є те, що шаблони висновків, викликані обмеженням відсутності контакту в джерелі, також зберігаються в цільовій області: подібно до того, як військові сили США та Північної Кореї не були фізично зіткнені, не було «контакту» в джерелі. Навпаки, вони намагаються будь-яким можливим способом уникнути прямого контакту та взаємодії. Ось чому не смертельний фен використовується в мультфільмі, який демонструє одну із сил, яка не супроводжує критичних наслідків.

2.2. Застосування прийому концептуальної метафори при дослідженні конкретних політичних карикатур

Метафоризація — це семантичний процес, у якому форма мовної одиниці переноситься з одного позначеного об'єкта на інший на основі певної подібності між цими об'єктами в міру їх відображення у свідомості мовця. Проблема функції метафори в мас-медіа є однією з центральних у сучасній лінгвістиці. Метафора є одним із найпродуктивніших засобів збагачення мови, водночас вона є засобом концептуалізації дійсності та формування суспільних поглядів.

Існує багато напрямків дослідження цього феномену: інтеракційний (А. Річардс, М. Блек), прагматичний (Д. Девідсон, Н. Гудман, Е. Ортоні), когнітивний та ін. У когнітивній лінгвістиці метафора трактується як ментально-лінгвістичний феномен і підкреслюється її когнітивний потенціал. Поняття «когнітивна метафора» вперше ввів М. Блек, водночас вказавши, що метафора — це не мовна прикраса, а засіб людського мислення. Ще в середні віки Дж. Віко досліджував метафору в філогенезі як основну логіку несвідомих процесів, що втілюються в поетичній творчості людей.

Пізніше подібні думки висловлював Е. Касіерер, називаючи метафору рефлексом міфологічних уявлень про світ. Сучасні когнітологи (Дж. Лакофф, М. Джонсон, Н. Арутюнова, А. Баранов, Ю. Караулов, А. Чудінов, О. Селіванова, Л. Кравець) вбачають у метафорі засіб мислення: її використання в різних типах тексту. призводить до побудови нових гіпотез. Однією з головних функцій когнітивної метафори є зробити об'єкт пізнання більш доступним, оскільки метафоричними є самі процеси людського мислення.

Метафора як психічний феномен забезпечує класифікацію та концептуалізацію дійсності. Водночас це засіб впливу на свідомість людини.

Одним із базових досліджень метафори в когнітивній науці є праця американських учених Дж. Лакоффа та М. Джонсона «Метафори, якими ми живемо». Дослідники переконливо доводять, що метафора — це спосіб

людського мислення, вона пронизує все наше життя, а поняття контролюють нашу свідомість і впливають на нашу повсякденну реальність.

Концептуальна метафора - «Стійке і закріплене в лінгвокультурній традиції етносу, а отже, і в мисленні людей, використання мовного знака одного концепту для позначення іншого, що передбачає розуміння сутності означуваного за аналогією з означуваним». ."

А. Ченкі відзначає наступні характеристики концептуальної метафори:

- 1) Метафора – це «місток» від знайомого до незнайомого, від очевидного до неочевидного;
- 2) Числа, пов'язані в метафорі, асиметричні й нерівні: фізичні події не абстрактні;
- 3) метафори парадоксальні, оскільки вони щось підтверджують і спростовують водночас ($A=X$ і водночас $X \neq A$);
- 4) Метафори можуть функціонувати на різних рівнях конкретності.

У сучасній лінгвістиці вчені виділяють кілька функцій метафор. А.П. Чудінов виділяє такі функції: пізнавальну, комунікативну, прагматичну, естетичну. В. К. Харченко розрізняє номінативну, інформативну, мнемотехнічну, евристичну, пояснювальну, стильотворчу, текстотворчу, жанротворчу, кодувальну, конспіративну, емоційно-оцінну, етичну, аутосугестивну, ігрову та обрядову.

Метафори використовуються для досягнення цілого ряду комунікативних цілей, наприклад, щоб пояснити людям речі (серце схоже на мотор), переконати людей (ця машина швидка, як леопард) або захопити читачів. Починаючи з основоположної роботи Лакоффа та Джонсона (1980), метафори вважаються концептуальним, а не лінгвістичним феноменом. Але поки що мова була привілейованим способом введення, коли мова зайшла про вивчення метафоричної концептуалізації. Протягом останніх десятиліть когнітивні лінгвісти, когнітивні психологи та філософи досліджували способи конвенціоналізації різних типів метафор у мові, які значні операції задіяні, як виникають нові метафори та як користувачі мови обробляють метафори,

викликані лінгвістичними сигналами (наприклад, Bowdle і Gentner 2005; Deutscher 2005; Gentner, Bowdle, Wolff і Boronat 2001; Gibbs 2005, 2006; Lakoff and Johnson 1980, 1999). Незважаючи на багато різних теоретичних позицій і претензій щодо тлумачення метафори, існує широка згода щодо основного шаблону метафори. Вважається риторичною фігурою, в якій одна конкретна сутність (об'єкт або домен), тобто ціль, концептуалізується в термінах іншої сутності (об'єкта або домену), тобто джерела. Таким чином, обробка метафори передбачає розуміння або переживання мети в термінах джерела. Це розуміння та переживання передбачає подвійний процес: дві сутності мають бути ідентифіковані як джерело та ціль відповідно, і відповідності між сутностями, що походять із двох різних доменів, мають бути знайдені, щоб встановити, які аспекти джерела також застосовуються до ціль. Останній процес зазвичай називають міждоменним відображенням. Цей процес лежить в основі, наприклад, кар'єри Гентнера в теорії метафор (Боудл і Гентнер 2005), а також ідеї класового включення Глюксберга (2001).

У когнітивному підході метафора розглядається як спосіб мислення, тому когнітивна функція метафори є однією з основних. Метафори є відображенням аналогічних можливостей людського мислення, вони вже закладені в інтелектуальній системі людини, виступають своєрідними програмами, за допомогою яких людина здійснює свою мисленнєву та соціальну діяльність.

У мові мас-медіа концептуальна метафора реалізує експресивний потенціал, що сприяє просуванню різноманітних політичних ідей і поглядів. Таке використання та функція метафори узгоджується з характеристиками мови масової комунікації. Адже головне завдання ЗМІ – впливати на аудиторію та формувати думку.



Рис. 2.9. Карикатура, показуюча що відбувається у внутрішньому політичному соціумі, та як це висвітлює ЗМІ в звичайне серидовище.

Дослідження мною карикатури лише дуже обмежено розглядає зв'язок між метафорою та гумором. Цей розрив є вражаючим і проблематичним, оскільки когнітивно-лінгвістичне визначення метафори має певну подібність до концепції накладання та контрастування. Ця метафора була визначена як систематична проекція (або відображення) між двома областями знань, одна з яких функціонує як джерело, а інша як пункт призначення. У концептуальній метафорі Трамп у вигляді Годзилли- це абстрактна цільова концепція Політичні рішення концептуалізується за допомогою більш конкретної вихідної концепції джунглів, та животнього радикалізму. Жартівливі бі-асоціації відрізняються від метафоричних концептуалізацій у профілюванні меж сфери. У той час як у метафорах вихідна та цільова області метафоричної

проекції зливаються в єдину форму, так що межі домену тимчасово розмиті, у гуморі ця межа профільована шляхом зіставлення двох сценаріїв - політика, як тваринний інстинкт.

Частково дотримуючись гіпотези оптимальних інновацій, можна стверджувати, що інверсія фігура/основа лежить в основі багатьох випадків вербального гумору. Використовуючи приклад с Трампом, у яких умовна метафорично-ідіоматична сполука розширена одним елементом (Сила, яку він демонструє порівняно з іншими політиками на літаках), показано, як таке розширення перевертає нормальний зв'язок фігура/основа метафоричної концептуалізації. Терміна аутсайдера тут точно не за ним, вся увага прикута до нього, він вирізняється, з ним всі воюють, а не він з кимось. Це може значно вербально вплинути на слабого глядача, та одразу й повеселити його. Тут зв'язок вибрано не лише через його ідіоматичне значення, але й через резонанс метафори між джерелом і призначенням. У мові масової комунікації функціонують різні типи метафор: антропоморфна метафора, донорною сферою якої є область концепту «особа».

Типами антропоморфних метафор є соціальна форма (вона моделює світ за аналогією з різними сферами суспільного життя); Солдат (метафора, яка порівнює дійсність із війною). Зустрічаються також метафори кримінально-правового, релігійно-міфологічного, комерційно-економічного, науково-освітнього, соціально-економічного ладу, родини. Природно-морфічна метафора, донорною зоною якої є концептуальна сфера структури знань «природа», тобто: тварини, рослини.

У свою чергу, натурообразна метафора поділяється на зооморфну (метафора, донорною зоною якої є концепт «тварина»); фітоморфні (метафора зони-донора з «рослина»); пейзаж (метафора, що представляє дійсність за аналогією з елементами певної місцевості); штучна метафора, донорська зона має концептуальну сферу «об'єкта».

У цій категорії розрізняють метафору архітектури та метафору механізму. Класифікація метафор А. П. Чудінова заснована на приналежності

слова до певної семантичної групи. Він поділяє метафори за основними піддоменами: людина, суспільство, природа та парадигми. Кожне з цих підполів має свої типи метафор. У підсфері людини науковець об'єднує фізичні, психологічні, сексуальні метафори та метафори відносин. У підгалузі суспільства - кримінальні, військові, театральні, спортивні та ігрові метафори; У підсфері природа зооморфна і фітоморфна. У суб-сфері артефакти є метафорами дому та механізму.

Найпродуктивнішим видом концептуальної метафори в мові мас-медіа є соціальна форма, в якій світ подається як зразок соціальних відносин у суспільстві як суспільна діяльність людини.

Метафора соціальної форми в мові ЗМІ використовується в різних метафоричних моделях, які показують політику читача/аудиторії з різних сторін. Асоціюючи політику з театром, журналісти намагаються сформувані в людській свідомості ставлення до політики як до видовища, зрежисованої вистави. За допомогою азартних метафор досягається образ марності, легковажності політики.

Метафора спорту пов'язує політику зі спортом, з боротьбою та гострою конкуренцією. Різні метафори мають різне функціональне навантаження в ЗМІ. Різноманітні концептуальні метафори використовують журналісти, щоб вплинути на сприйняття людиною тих чи інших явищ і подій, сформувані її світогляд, структурувати людську думку, запропонувати альтернативні шляхи вирішення тієї чи іншої суспільно-політичної проблеми. Допомагає навчити будувати прогнози.

Тому метафора є одним із найважливіших компонентів друкованої та електронної комунікації. Концептуальні метафори використовуються в мові ЗМІ для досягнення різних ефектів. Його можна використовувати через бажання зробити друковане слово більш емоційним і впливовим. За допомогою метафори журналіст може спонукати читача задуматися над актуальними проблемами, сприяючи утвердженню певного світогляду громадян.

Однак іноді концептуальна метафора виступає засобом зв'язку людської свідомості. Це робиться для негативної оцінки різних суспільно-політичних явищ, для виховання несерйозного ставлення до важливих питань. У будь-якому випадку, активне використання метафор у мові ЗМІ супроводжується процесом подолання певних стереотипів сприйняття тих чи інших фактів і заміною їх новими, моделюванням специфічної мовної картини світу – своєрідної надбудови більше, ніж реальність. Таким чином, концептуальна метафора є найпліднішим засобом збагачення мови та засобом впливу на людську думку.



Рис. 2.10. Метафоричне порівняння боксу з політикою

До ключових складників цієї карикатури відносяться три особи: Дональд Трамп, 45й президент Америки, Джо Байден 46й президент Америки та вигаданий персонаж – дядечко Сем, саме він на карикатурі є арбітром (народом), який обрав свого лідера. Малюнок висміює поведінку Трампа, який завжди має особисту думку і ніколи не погоджується з іншими. Для нього навіть результати офіційних виборів були нелегітимними, бо він так вважає. На малюнку ця риса «я – правий», передається за допомогою руки, яку він підняв наче переможець, хоча одночасно руку реального переможця тримає рефері. Ця карикатура є демонстрацією впертого Трампа після оголошення

його поразки на президентських виборах 2020 році. Довгий час він не визнав офіційні результати виборів та навіть намагався оскаржити рішення виборів у суді, але йому цього не вдалося. Малюнок і текст мають зв'язок – на малюнку зображений переможений Трамп, який не хоче цього визнавати. У тексті також йдеться про його небажання погодитися з перемогою Байдена. Але прямого покликання або опису цієї карикатури в тексті немає. Однак оскільки малюнок відповідає тексту статті, він виконує дейктичну функцію. Водночас текст не залежить від карикатури, а тому він може існувати без неї.

Висновок до розділу II

Таким чином, політичні карикатури є джерелом, готовим для когнітивного лінгвістичного аналізу. Вони використовують багато тих самих механізмів, що й повсякденна, і політична мова. Оскільки політичні карикатури використовують ці функції в модальності, відмінній від звичайних лінгвістичних, відкриття використання загальних метафор, стратегій змішування або культурних моделей у мові та в редакційних карикатурах може підтвердити нелінгвістичну природу цих когнітивних механізмів. Нарешті, оскільки вони зазвичай стосуються питань поточного суспільного інтересу, часто можна безпосередньо порівняти те, як різні когнітивні механізми використовуються в мові. Однак у вивченні когнітивних лінгвістичних механізмів у редакційних карикатурах є деякі камені спотикання: по-перше, через те, що редактори мають різні точки зору, часто важко відокремити повідомлення, яке вони хочуть передати, від інструментів, які використовуються для його вираження. Іншими словами, якщо карикатуристи використовують різні когнітивні механізми для передачі різних повідомлень, часто важко визначити, чи відмінності в карикатурах пов'язані з різними повідомленнями або просто різними способами передачі однієї інформації. Друга складність полягає в тому, що редактори зазвичай критично ставляться до соціальних і політичних інституцій та окремих осіб, що

суперечить політичним позиціям, що відстоюються, тому буває важко порівняти когнітивні лінгвістичні механізми політичного дискурсу з механізмами цього візуального середовища. Однак ці труднощі можна вирішити, обмеживши дослідження карикатурами, які висловлюють дуже схожі повідомлення та відповідають суспільному дискурсу. Карикатура виконує низку функцій: демонстративну, дейктичну, атрактивну, комунікативну тощо. Гумор та сміх, прояви комічного посідають важливе місце у житті суспільства. Оскільки політики є публічними особами, які несуть відповідальність за власні дії та вчинки, вони часто стають об'єктами карикатур.

Карикатури є сконцентрованим деталізованим концентратом актуальної інформації; вони відображають гострі проблеми суспільства як локального, так і світового масштабу. При цьому важливо, щоб карикатура була зрозумілою для більшості реципієнтів, і це сприятиме її популярності. Цей жанр також є засобом атракції, тому і друковані, й електронні видання розміщують карикатури на своїх шпальтах. Яскравість, оригінальність карикатури, а також віртуозне поєднання слова і зображення надають ілюстрації індивідуальності, розкривають контекстність певної події, дозволяють чітко донести ідею. Карикатура завжди була не суто образотворчим жанром, а потужним інструментом впливу на суспільну свідомість, ідеологічною та політичною зброєю. У попередньому ми не торкалися прямо питання, чи є метафори в редакційних карикатурах мультимодальним явищем. El Refaie займається цією проблемою. Вона стверджує, що в карикатурі глядачеві, мабуть, вдасться визначити цільові об'єкти. Крім того, при цьому глядачі також опиратимуться на «ширшу контекстну інформацію». У карикатурах, каже вона, словесні повідомлення також відіграють певну роль, спрямовуючи глядача на точні цілі. Вона має на увазі словесні знаки, які часто з'являються на особах або предметах, зображених. Вищезгадані карикатури зі словесними підказками є мультимодальними метафорами, оскільки візуальний і вербальний коди є

різними репрезентативними модусами. Якщо глядач утрачає необхідні фактичні знання і не знає, хто на картинці, то метафори та порівняння його не допоможуть, і це не зробить його метафоричну концептуалізацію мультимодальною.

Ми лише починаємо задавати питання щодо того, як основні та складні візуальні метафори закріплюються когнітивно, особливо добре підходить для метафоричного концептуалізації абстрактних понять, таких як політичні коаліції та формування політики. Якщо так, цілком може бути, що словесна позначка є лише другорядною допоміжною ознакою, що позначає точний тип натяканої політики, а не вербальною частиною мультимодальної метафори. Підсумовуючи, я переконана, що існує таке поняття, як «мультимодальна метафора», але її точне окреслення чекає подальших (бажано емпіричних) досліджень. Принаймні, здається надто поспішним робити висновок, що оскільки метафори в редакційних карикатурах використовують як візуальні, так і вербальні знаки, вони є мультимодальними. Вербально-текстові та візуально-графічні мультимодальні тексти мають у своєму складі ілюстративний компонент. Фактично кожна карикатура виконує свою роль. Можемо стверджувати, що карикатура може: привертати чи відвертати увагу читача, бути пов'язаною чи непов'язаною з текстом, полегшувати чи ускладнювати читання.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ КАРИКАТУР ШЛЯХОМ ВІДПРАЦЮВАННЯ КОГНІТИВНИВИХ МЕХАНІЗМІВ

3.1 Практичний аналіз мультимодального прикладу подвійного заземлення

Аналізуючи метафоричну неоднозначність у карикатурах, у ході написання магістерської роботи було визначено, що вона є фундаментально когнітивною стратегією для стиснення релевантної інформації з різних концептуальних областей. Ця функція стиснення використовується, зокрема, у підтримці дискурсу різних мовних типів спілкування. Такі типи дискурсу часто підсумовують складний фактичний зміст у мінімальній рамці зображення або їх комбінації. У цьому розділі я проаналізую приклад мультимодальної взаємодії для реалізації ефекту неоднозначності. З цього аналізу випливає, що взаємодія зображення та тексту в карикатурах і памфлетах допускає більш складні моделі, ніж здається на перший погляд.



Рис. 3.1 Карикатура-памфлет Аріеля Шарона

Карикатура а згодом памфлет, показаний на рисунку 1.1, був розповсюджений у 2002 році бельгійською неурядовою організацією під назвою Actie Platform Palestina («Ініціативна група Палестина»). Поєднання зображення та тексту формулює надзвичайно критичну оцінку політики Ізраїлю в близькосхідному конфлікті. Зокрема, экс-прем'єр-міністра Ізраїлю Аріеля Шарона критикують у підписі: «Як Аріель Шарон очистив це?». Метафора, що лежить в основі карикатури — Вирішення проблем - це

прибирання, яка втілена у таких фразах, як «прибрати дошку», «прибрати човен», «підмести під килим» тощо. У логіці метафори проблема, яку потрібно розв'язати, проектується на концепт джерела БРУДНИЙ ОБ'ЄКТ. Засіб очищення поєднується із засобом вирішення проблем. Порівняно з уже проаналізованими випадками, як цільова, так і вихідна область метафоричного відображення контекстуально вдосконалені в цьому мультимодальному прикладі. З одного боку, і паралельно з наведеними вище прикладами, тема памфлету (ІЗРАЇЛЬ 2002) розробляє цільову область проблеми, яку потрібно вирішити. Цей внесок містить відповідні енциклопедичні знання про конфлікт на Близькому Сході, такі як Аріель Шарон і Ясер Арафат, Арафатшал як символ палестинського опору. З іншого боку метафорична область стає ЧИСТОЮ. В цьому конкретний сценарій рекламного ролика прального порошку. Елементами, які вказують на цей сценарій, є типові запитання («Як Х це очищає?»), яке ставиться на початку такої реклами, а також ім'я Аріель, яке, окрім єврейського імені, також назва продукту відомого миючого засобу. Локальна неоднозначність у прикладі виникає в основному в елементі Ariel, який може стосуватися як прем'єр-міністра Ізраїлю, так і назви продукту. Що стосується контекстуальної видатності двох семантичних конструкцій цього ключового елемента, однак, карикатура відрізняється від уже проаналізованих прикладів, оскільки контекстуально помітна інтерпретація не повинна бути пов'язана з метафоричною концептуалізацією. Однак, оскільки назва інтегрована в структуру запитань, яка викликає сценарій реклами миючого засобу, Аріель також отримує опортуністичне, вторинне тлумачення (Аріель як продукт), нерелевантне політичному посилю карикатури. Таким чином, спрямованість подвійного заземлення відрізняється тим, що вторинне значення має бути пов'язане не з розробленою концепцією мети, а з концепцією джерела метафоричної конструкції. У цьому контексті слід зазначити, що в попередній версії карикатури було відсутнє прізвище ізраїльського міністра, тобто велика кількість аудиторії навіть не здогадалась про що йде мова. Оскільки в цій

версії текстового рядка немає прямого посилання на конфлікт на Близькому Сході, а текст загалом сумісний із прототипом рекламного ролика (у першій проаналізованій версії Шерон блокує таке однакове тлумачення), неоднозначність ще більше посилюється: одна через повторювані зустрічі частково традиційного питання (Як Аріель Шарон очистив це?) деавтоматизовано в конкретному контексті конфлікту на Близькому Сході, оскільки Елемент зв'язку з помітним елементом контексту має фонологічне перекриття (Аріель). Вплив різниці в помітності між двома варіантами (з і без Шерон) на когнітивну обробку слід додатково перевірити емпірично. Однак у контексті цієї роботи емпірично перевіряється лише психолінгвістична реальність базової моделі подвійного заземлення за допомогою психолінгвістичного дослідження. Мультимодальний приклад подвійного заземлення, проаналізований в цьому розділі, демонструє гнучкість цієї когнітивної стратегії. візуально представлений елемент, який є частиною умовної метафоричної конструкції через контекстне відношення до тематичного елемента карикатури неоднозначний. Памфлет «Аріель» дещо відхиляється від основної моделі, тому що в цьому випадку контекстуально помітна інтерпретація неоднозначно ключового елемента, здається, веде не назад до джерела метафоричної конструкції, а до розробленої мети. Однак, як і в інших прикладах, опортуністичний пошук енциклопедичних знань призводить до подвійного підґрунтя і, отже, до ефекту дотепності. Далі я емпірично аналізую когнітивний, естетичний або експресивний вплив цієї категорії двозначності за допомогою психолінгвістичного дослідження. Відсутність когнітивно ефективною однозначної семантики, такої як подвійне заземлення, відбувається за рахунок мінімальних витрат на когнітивну обробку. Крім того, слід поставити питання, наскільки цілеспрямована двозначність у таких випадках виконує конкретну комунікативну мету. Якщо припущене збільшення зусиль обробки, занадто велике - відповідно підвищений комунікативний ефект. Цей вплив було перевірено за допомогою двох психолінгвістичних експериментів. В експерименті 1 час читання для

метафор з подвійною основою порівнювався з часом для метафор з однією основою. В експерименті 2 випробуваним дано двозначне завдання оцінювати однозначні метафори на дотепність двохзначності. Було надіслано першій групі людей у кількості 6 чоловік, носіїв мови, спочатку інформацію відносно політичних подій, та внесок Аріеля Шарона у вирішення проблем на близькому сході. Та згодом я надіслала карикатуру. Лише 2 людей її зрозуміли. Посилаючись на те, що вони живуть в Британії. Результати першого експерименту не свідчать про те, що довший час читання для варіанта насправді відображає ефект (повторної) активації буквального значення поряд із контекстуально помітним метафоричним. Строго кажучи, збільшення когнітивних зусиль також може бути просто наслідком а більш проблематична інтеграція метафори з назвою компанії порівняно з іншими умовами, а не через передбачувану спільну активацію. (Непрямим) методом вирішення проблеми потенційної неоднозначності є тест на оцінку дотепності умови. Якщо результати першого експерименту справді демонструють ефект подвійної інтерпретації, тоді можна очікувати, що варіанти з довшим часом читання та знання інформації більш досконало отримає значно вищу цінність для кмітливості, ніж інші умови. Знаючи лише порошок Аріель, та політичну ситуацію, одразу можна не звернути увагу на гумористичний відділок, адже набір знаків, таких як чоловіча рука, хустка-шемаг - є повною протилежністю гумору. Що до другого експерименту, у цьому тесті іншим 6 носіям мови, які володіли інформацією просили прочитати речення та оцінити його за шкалою від 1 до 5 за параметром дотепності. Значення 1 вважалося зовсім не смішним (зовсім не дотепним), 5 — дуже смішним (дуже дотепним). Цей тест слугував для прояснення концепції дотепності, не роблячи явної моделі. Середні бали для оцінок за трьома умовами були розраховані та порівняні на основі аналізу предметів і елементів. Середній бал 4, враховуючи, що усі хто проходив тест, значно прискипливіше ставилися до пошуку гумору та певного "кота в мішку". У той час як експериментальні карикатури є очевидно неоднозначними і, отже, можуть бути відносно легко класифіковані за шкалою дотепності, інші

варіанти, можливо, спонукали суб'єктів шукати двозначність (і, отже, гру слів) там, де це не було передбачено. або був присутній. У цих випадках довший час реакції, таким чином, є ефектом метапраймінгу свідомого пошуку суб'єктами гумору. Результати двох експериментів показують один цікавий компроміс між зусиллями когнітивної обробки та дотепним ефектом для явища подвійного заземлення. Як і було передбачено, карикатура з Аріелем вимагає додаткової когнітивної продуктивності порівняно з просто обґрунтованими метафорами.

3.2 Аналіз в когнітивно сформованих підходах британських карикатур Liz Truss and letucce. Гіперрозуміння, дослідження семантико-прагматичної структури

Підтип політично-карикатурного гумору пропонує інтегрований підхід, який поєднує мовно-семантичний фокус із підвищеною увагою до комунікативного обміну. Таке розширення погляду на загальний контекст взаємодії супроводжується також розширенням теоретичних рамок. Дослідження «традиційного» лінгвістичного гумору у своєму деконтекстуалізованому аналізі жартів я в основному прийняла точку зору окремого носія мови, який стикається з певними невідповідностями в семантико-прагматичній структурі тексту і який може бути змушений приймати локальні рішення. Однак, якщо емпірична матеріальна база розширюється за допомогою контекстуалізованих даних, таких як розмовні жарти, соціальний вимір також відіграє певну роль на додаток до когнітивної перспективи теорій невідповідності. Таким чином, когнітивісти змушені пов'язувати когнітивну конструкцію гумористичного висловлювання з комунікативними цілями чи когнітивною перспективою різних агентів. Взаємодію між когнітивними функціями можна побачити найбільш чітко в (розіграному) протилежному жартівливому спілкуванні, яке занадто

притаманне Британцям. У взаємодії з різними співрозмовниками, які взаємно словесна боротьба, дотеп стає символом інтелектуальної та соціальної переваги. Саме в цьому контексті слід розташувати теоретико-ігровий підхід в карикатурах присвяченим Liz Truss, згідно з яким учасник гумористичної гри стає переможцем Каламбури, які традиційно класифікуються як «нетенденційні», справді відповідають формулі «сміх — це перемога». Автори карикатур, здається, однозначно єдині в одному... не люблять колишнього міністра закордонних справ Ліз Трасс, члена парламенту, яку проголосила Консервативна та юніоністська партія як свого нового лідера, випереджаючи колишнього міністра фінансів Ріші Сунака. І в результаті Ліз Трасс стала прем'єр-міністром Великої Британії та Північної Ірландії, замінивши Бориса Джонсона в парламенті. Це був непростий шлях для Ліз Трасс, вона починала як ліберал-демократ, прихильний до легалізації наркотиків і скасування монархії. І тепер вона повинна відвідати королеву, щоб її призначили прем'єр-міністром.



Рис. 3.2. "Мені не подобається представляти свою нову заміну головному

салату”

14 жовтня 2022 року британський таблоїд Daily Star розпочав пряму трансляцію салату айсберга поруч із фотографією Ліз Трасс, призначеної прем'єр-міністром Сполученого Королівства. Це сталося після статті в The Economist, яка порівнювала стислість прем'єрства Трасс із терміном придатності салату, а урядова криза у Сполученому Королівстві у жовтні 2022 року сталася лише через кілька тижнів після її перебування на посаді та змусила багатьох політичних оглядачів висловити думку, що відставка Трасс буде неминучою. Вона оголосила про свою відставку з поста прем'єр-міністра 20 жовтня 2022 року, ще до того, як салат зів'яв; Daily Star згодом оголосив, що салат «переміг» над Трассом.



Рис. 3.3 Перемога салату над Lizz Truss

Зрушення в концептуальній структурі, яке досягається тизерами зі стратегією гіперрозуміння, можна проілюструвати за допомогою моделі когнітивно-лінгвістичного дискурсу. Наприклад, засноване на лексичній полісемії

збільшення (салат переміг Ліз), призводить до радикально трансформованого представлення дискурсу. Трансляція: "Чи зможе Ліз Трасс пережити салат?" на YouTube. Відомо, що видання висвітлює сучасні політичні події, такі як Brexit, хоча загалом не займає певної політичної позиції. Салат був придбаний у магазині Tesco за £0,60 з очікуваним терміном придатності приблизно десять днів і фізично зберігався в будинку Едварда Кібла, одного з відеоредакторів газети. Протягом перших п'яти годин трансляції він отримав понад 50 000 лайків і привабив понад 350 000 глядачів наступного дня. 18 жовтня 2022 року газета Daily Star опублікувала заголовок під назвою «Леттус Ліз на опорі для листя» (каламбур на тему «забезпечення життя»). Поки пряма трансляція тривала, на листя салату були надіті пара вирячених очей і світла перука, а потім штучні ноги, руки й окуляри. Крім того, трохи крекерів і кухоль (з написом «Зберігай спокій і продовжуй») були поставлені навколо салату. Трасс оголосила про свою відставку 20 жовтня 2022 року. Після відставки Трасси 20 жовтня газета Daily Star випустила заголовок під назвою «Леттус перемагає як Ліз Ліфс», а 21 жовтня опублікувала «історичне сувенірне видання» під заголовком «Леттус радіє». Букмекер Педді Пауер запропонував шанси 500 до 1, що латук стане наступним прем'єр-міністром. Daily Star показала салат на Cameo, дозволяючи користувачам отримувати персоналізоване повідомлення «біля салату» за 13 фунтів стерлінгів, причому частина виручених коштів піде на благодійність. Суть стратегії гіперрозуміння полягає в цій здатності мовця, що реагує, руйнувати або створювати репрезентацію дискурсу. Депутат від Лейбористської партії Кріс Брайант зауважив під час виступу на Sky News, що «салат з таким же успіхом міг би керувати країною», цю заяву повторила журналіст The Atlantic Хелен Льюїс. Колишній президент Росії Дмитро Медведєв опублікував грізний твіт, у якому привітав латук після того, як Трасс пішла у відставку. Декілька корпорацій, таких як Lidl і Deliveroo, опублікували жарти про салат, заробляючи на прямому ефірі. У перших питаннях прем'єр-міністра наступника Трасси Ріші Сунака лідер опозиції сер Кейр Стармер заявив, що Сунак програв перше

змагання за лідерство Трасс, яка сама була «побита салатом». Кларк зауважив в інтерв'ю, що співробітники Daily Star «не планують їсти салат Ліззі». У ніч Гая Фокса 2022 року Товариство створення багаття в Іденбріджі спалило на багатті опудало Трасса та салат, що сміється. Це опудало заввишки 11 метрів (36 футів) тримало коробку з копією Книги рекордів Гіннеса, яка вказувала на її рекорд як прем'єр-міністр з найкоротшим терміном служби. Коробка також містила копію її міні-бюджету, футболку з гаслом «Я боєць, а не кидаю справу» (з посиланням на цитату Трасс у її останніх питаннях прем'єр-міністра) та £115 000 чек, що представляє максимальну річну суму, яку всі колишні прем'єр-міністри мають право вимагати згідно зі схемою компенсації витрат на державні збори за витрати, понесені під час виконання державних обов'язків, пов'язаних із перебуванням на посаді колишнього прем'єр-міністра, та картку відбуття. На самій коробці була велика літера «U» разом зі словами «This Way Up», написані на ній, обидві перевернуті, а також «Oh Dear Oh Dear Oh Dear Packaging Ltd», посилаючись на привітання Трасса королем Чарльзом у одна з її королівських аудієнцій. 9 листопада під час запитань прем'єр-міністра депутат від Лейбористської партії вигукнув «поверніть салат!». Когнітивні науки, серед яких і лінгвістика, майже виключно сповідують теорію невідповідності, згідно з якою в гуморі існує певна несумісність понять. Проте за останні двадцять років позиція лінгвістики в дослідженні гумору не обмежувалася позицією «представника» теорії невідповідності. Швидше виявляється, що подальший теоретичний і емпіричний розвиток аналізу здійснюється переважно в когнітивно сформованих підходах.

Ядром карикатури є концепція семантичного сценарію, яка займає центральне місце в когнітивній лінгвістиці. На основі аналізу стандартних жартів, гумористичний ефект зумовлений локальним протиставленням і накладанням двох семантичних сценаріїв. Раптова зміна в інтерпретації (перемикання сценарію), яка вимушена головною частиною жарту, стає можливою завдяки тому, що учасники (мовець і слухач) перемикають свою комунікативну дію на

інший прагматичний процес (саму капусту\листя салату), так званий недобросовісний об'єкт порівняння. Сильна сторона полягає в основному в його семантичній основі, яка є динамічною за рахунок трансляції і залежним від контексту того що відбувається в політиці. Слабкість теорії полягає в тому, що вона подвійно звужує явище. З одного боку, лінгвістичний аналіз обмежується ідентифікацією протилежних сценаріїв (за лексичними одиницями, які викликають ці сценарії). З іншого боку, обмеженість матеріальної бази може призвести до одностороннього представлення багатогранного явища.

У дослідженнях прагматичного гумору в карикатурах Liz Truss також сформульовано деякі занепокоєння, які здаються актуальними з когнітивно-лінгвістичної точки зору проти теоретичних основ і дослідницької практики. Ця критика головним чином стосується відсутності систематичного розгляду комунікативної основи в описі процесу політичного гумору. Різні точки зору втілюють переконання, що всі виміри інтерактивного контексту використання повинні бути включені в аналіз, щоб порушення норм на різних рівнях (від мовного до соціального) можна було проаналізувати єдиним способом. Підвищена увага до інтерактивного обміну в прагматичних підходах також призвела до цікавого розуміння ситуації невідповідності: перспективу часу в карикатурі слід систематично відрізняти від точки зору вигаданих метафор. Які насправді не несуть ніякого впливу на цікавості, з точки зору дотепності, яку я аналізувала в попередньому розділі. Відповідно до текстово-семантичної інформаційної гіпотези, жарти закінчуються виділенням інформативним елементом, який прориває поступову інформаційну структуру тексту та змушує змінити тлумачення, рис. 3.3. Відповідно до інноваційної гіпотези, яка знаходиться на вищому рівні, ніж інформаційна гіпотеза, мовна креативність та пов'язане з нею естетичне задоволення знаходяться в ідеальному балансі між умовністю (виразністю) та новизною: варіанти належать до категорії оптимально інноваційних. стимули, задані парами форма-значення (зазвичай протилежності, політик, та куст), які створюють як якісно інше значення, ніж

оригінальне, так і можливість відновлення оригінальних. Аналіз, який був підтверджений серією психолінгвістичних наслідків (наслідком я виділяю велику кількість зацікавлених людей на трансляції - як оцінка сатиричного гумору), має особливу актуальність, оскільки вона показує, як конвенціоналізовані лінгвістичні (або інші) гешталти можуть бути деавтоматизовані для цілей політичної гри, таким чином, підірвані або піддані критиці. Щодо гумору, його можна розташувати на двох рівнях. З одного боку, правильним є описовий аналіз різних субфеноменів (жарти, сарказм, карикатури) з метою підвищення аналітичної валідності моделі структурування простору. Ця модель, що включає ідеї з когнітивної граматики, теорії ментальної сфери, Пов'язуючи теорію інтеграції та підходи когнітивного дискурсу, постулюється тісна взаємодія між лексико-семантичним входом і контекстом, а також творче конструювання локальних (гібридних) когнітивних моделей. Однострокові жарти, які змушують семантико-прагматичне переосмислення, слугують яскравим прикладом для ілюстрації цієї взаємодії та інтеграції. З іншого боку, дослідження також вирізняються емпіричним дослідженням різних вимірів когнітивного процесу зміни кадрів. Використовуючи різні психо- та нейролінгвістичні парадигми була експериментально перевірена.

Висновок до розділу III

У систематичному дослідженні магістерської роботи мною було проаналізовано підкатегорію також вербального різновиду гумору з когнітивно-лінгвістичної точки зору. Явище подвійного заземлення було обрано, оскільки воно (а) показує складну взаємодію різних семантичних механізмів побудови, (б) ілюструє творчий потенціал або опортуністичне використання цих операцій побудови, і (в) показує актуальність контекстуального заземлення. На основі аналізу карикатур, я абстрагувала основне сузір'я подвійного заземлення. Аналіз показує, що метафоричне

значення та такі ключові елементи, як резонанси джерельної області цієї метафори, використовуються для того, щоб напруга фігура/основа метафоричної конструкції таким чином виводилася на семантичну стадію. Реконфігурація фігури/основи або перепрофілювання буквальної основи контекстуально помітної метафори досягається через метонімічно мотивовану асоціацію між референтом буквального тлумачення, і тематичний елемент заголовка карикатури. Дотримуючись моделі структурування простору Коулсона, це явище показує, що слід припускати складну взаємодію між семантикою слів та контексту. З одного боку, політичний контекст сприяє метафоричній конструкції ключового елемента. На іншому боці, конкретний метафоричний екземпляр вибирається таким чином, що його буквальна основа також може бути пов'язана з елементом теми карикатури за допомогою метонімічного відношення. У цьому розділі було показано, як феномен метафоричного подвійного обґрунтування досягає ефекту дотепності шляхом перепрофілювання буквального значення контекстуально помітного метафоричного елемента через контекстуально контрольоване відношення суміжності. Я також вже зазначила, що дослідження лінгвістичного гумору (за винятком емпіричних розмовних досліджень) переважно стосуються наративних жартівливих структур. Наслідком цієї вузької емпіричної основи для формування теорії є майже виключна зосередженість на семантичних властивостях карикатур досліджуваного об'єкта або недостатнє освітлення комунікативної основи в аналізі.

У двох психолінгвістичних експериментах було емпірично перевірено вплив на когнітивну обробку та суб'єктивну оцінку. Експеримент під час читання показує, що метафори з подвійною основою в карикатурах потребують значно вищих витрат на обробку, ніж однозначно метафоричні варіанти (метафори з однією основою). Результати другого експерименту показують, що випробувані оцінюють метафори значно вище за шкалою дотепності, ніж просто обґрунтовані варіанти. Об'єднавши результати двох

експериментів, можна зробити висновок, що довший час читання в першому експерименті не можна пояснити просто проблемами розуміння, а скоріше відображає місцеву подвійну активацію. Цей баланс між зусиллями обробки та когнітивним чи комунікативним ефектом узгоджується з основною гіпотезою теорії релевантності. Згідно з гіпотезою Гіора, найвищий естетичний або експресивний ефект можна знайти в рівновазі між новаторством і звичністю. Стимули належать до категорії оптимальних інновацій, коли вони створюють нове значення, яке дозволяє відновити знайоме. Таким чином, гіпотеза виключає знайомі стимули і фіксує інновації, такі як формальні варіанти існуючих або конвенціоналізованих конструкцій, які викликають радикально інше значення порівняно з оригіналом, нові метафоричні конструкції та деавтоматизацію вкоріненого значення форми. Незважаючи на значущість і емпіричну підтримку гіпотези оптимальної інновації, стимул-орієнтоване визначення гіпотези в сенсі нових варіантів проти знайомого не повністю охоплює контекстуально модульовані явища. В останній підкатегорії контекстуальний зв'язок між буквальною конструкцією метафоричного елемента, який в іншому випадку є помітним, і тематичним елементом тексту є більш важливим.

Слід пам'ятати, що певні шляхи інтерпретації, які потребують зусиль, надаються оратором в обмін на посилення кінцевих гумористичних ефектів, можуть бути корисним контекстним фактором у пошуку оптимально релевантної інтерпретації. Дійсно, якщо і взаємно демонструє мовцеві та слухачеві, що, наприклад, замість вибраного можна було б використати більш економічний стимул, але в такому випадку з нього, можливо, не виникло б гумору, адресат може бути готовий виділити додаткові когнітивні ресурси в обмін на обіцяний гумористичні ефекти. Когнітивно обтяжлива спільна активація двох значень у каламбурі дає посилення ефекту контекстуального гумору, і цей ефект виправдовує зусилля. У цьому психолінгвістичному дослідженні відносна когнітивна обробка, а також суб'єктивна оцінка техніки виведення на передній план метафоричного подвійного заземлення були

перевірені емпірично. Я припустила, що локальна неоднозначність у таких випадках (а) спричиняє значно вищі витрати на обробку порівняно з чітко метафоричними конструкціями, і (б) призводить до вищих оцінок за шкалою дотепності, ніж у неоднозначних контекстах. На основі двох експериментів подвійна гіпотеза емпірично перевірена. Експеримент показує, що двоосновні метафори поєднуються значно вище значення параметра «дотепність». після описового, когнітивно-семантичного аналізу феномену та емпірично-психолінгвістичного дослідження виникає питання про те, як конкретний підтип гри слів співвідноситься з іншими когнітивно-семантичними підходами гумору.

ВИСНОВКИ

Узагальнивши вищезгадане, варто зробити наступні висновки. Застосовуючи теорію концептуальної інтеграції, в роботі проаналізовано конструювання значення вибраних політичних карикатур. У цій роботі розглядається створення гумористичного змісту цих карикатур у концептуальному поєднанні.

В роботі також висвітлена смислова конструкція вибраних політичних карикатур щодо із застосуванням теорії концептуальної блендингу. Тут розглядається концептуальне створення гумористичного змісту цих політичних карикатур. У просторі мікшування створюється гумористичний зміст завдяки незвичайному поєднанню структур, що призводить до дисонансу. Також аналізується роль ідіоматичних виразів у створенні гумору в цьому типі візуального дискурсу, а також те, як художня адаптація карикатур сприяє акцентуванню певних аспектів реальності й таким чином досягненню риторичних цілей у політичному дискурсі.

Карикатура використовує різні когнітивні механізми, такі як концептуальна метафора та метонімія, концептуальна інтеграція та когнітивні моделі. Як зазначає Берген, карикатури є «незалежним джерелом доказів творчого використання» концептуальних метафор і метонімії, концептуальної інтеграції та культурних моделей, тим самим служачи для підтвердження «нелінгвістичної природи цих когнітивних механізмів».

Тож метафоричне міркування дозволяє нам отримати доступ до сценаріїв цільової області (інститутів, політичних ідей тощо) через зображення сценаріїв вихідної області (сутності тощо), дуже часто демонструючи мітки цільової області або інші форми мову. Метонімічне міркування дозволяє нам отримати доступ до складних кадрів або сценаріїв, зображуючи як помітні, так і незначні аспекти сценарію. Вони функціонують як підказки, як «пристрої для розпакування» в інтерпретаційній обробці карикатурних зображень.

У випадку блендингу ми візуально отримуємо доступ до простору, де є певна форма невідповідності чи неузгодженості, і де деяка візуальна підказка або verbalprompt у підписі запускає процес дезмішування, який включає проектування назад до вхідних просторів. Процес розпакування, змішування або «дезмішування» передбачає доступ до помітного сценарію паралельно з альтернативним незначним або менш помітним, але новим сценарієм.

Отже, у ході дослідження показано, що роль культурних моделей є особливо важливою у створенні фреймів, що структурують ментальний простір мережі. Вплив прив'язки до локальних контекстуальних аспектів також виявився вирішальним у процесі дезмішування та в доступі до повного похідного значення та навісності, що лежить в основі мультфільму. У цьому відношенні було помітно, що багато карикатур, особливо в англійській пресі, мають подвійну мету: критику французької (і європейської) політики щодо договору, а також приниження відповідних урядів. Емоційні ефекти також виникають через почуття співучасті та спільні наміри з авторами політичних карикатур. Гумор тут використовується як зброя, як форма підривної діяльності проти панівної ідеології європейської політичної еліти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Ажнюк Б.М. Національно-культурні аспекти комічного в англійській фразеології / Б.М. Ажнюк // Семасіологія і словотвір. – Київ, 1989. – С.91- 95.
- Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
- Субботін С. О. Подання й обробка знань у системах штучного інтелекту та підтримки прийняття рішень : навч. посіб. / С. О. Субботін. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2008. – 341 с.
- Штерн І. Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики : Енциклопедичний словник для фахівців з теоретичних гуманітарних дисциплін та гуманітарної інформатики / І. Б. Штерн. – К. : АртЕк. – 2008. – 336 с.
- Сингаївська А. В. Когнітивні механізми формування семантики однослівних ідіом. [Електронний ресурс] / А. В. Сингаївська, О. М. Мосейчук. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/VZhDU/2010_51/vip51_16.
- Downing P. E., Chan W. – Y., Peelen M. V., Dodds C. M., Kanwisher N. Domain Specificity in Visual Cortex // *Cerebral Cortex*. – 2006. – Vol 16 (10). – P. 1453–1461.
- Evans V. *Cognitive Linguistics. An Introduction* / V. Evans, M. Green. – Edinburgh : Edinburgh University Press Ltd, 2006. – 830 p.
- Fedorenko E., Kanwisher N. Neuroimaging of Language : Why Hasn't a Clearer Picture Emerged? / E. Fedorenko, N. Kanwisher // *Language and Linguistics Compass*. – July, 2009. – Vol. 3 (4). – P. 839–865.
- Hirstein W., Ramachandran V. S. Capgras Syndrome : A Novel Probe for Understanding the Neural Representation of the Identity and Familiarity of Persons / W. Hirstein, V. S. Ramachandran // *Proceedings : Biological Sciences*. – Mar. 22, 1997. – Vol. 264 (1380). – P. 437–444.
- Panther K.-U. Metonymy as a usage event / K.-U. Panther // *Cognitive Linguistics : Current Applications and Future Perspectives* / K.-U. Panther. – Berlin / New-York : Mouton de Gruyter, 2006. – P. 147–185.

- Radden G. Towards a Theory of Metonymy / G. Radden, Z. Kövecses // *Metonymy in Language and Thought*. – J. Benjamins Pub Co, 1999. – C. 17–60.
- Fillimore Ch. J. *Frame Semantics* / Ch. J. Fillimore // *Linguistics in the morning calm : Selected papers from the SICOL*. – Seoul, 2012. – 138 p.
- Brone, Geert, Kurt Feyaerts, and Tony Veale. 2006. Introduction: Cognitive linguistic approaches to humor. *Humor* 19(3): 203–228.
- Coulson, Seana. 2000. ‘‘Blending basics’’. *Cognitive Linguistics* 11: 175–196. — . 2002. What’s so funny?: Conceptual integration in humorous examples.
- Coulson, Seana and Todd Oakley. 2005. Blending and coded meaning: Literal and figurative meaning in cognitive semantics. *Journal of Pragmatics* 37: 1510–1536.
- Croft, William and Alan Cruse. 2004. *Cognitive Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, Gilles and Mark Turner. 2002. *The Way We Think*. New York: Perseus Books.
- Freud, Sigmund. [1905] 1976. *Jokes and Their Relation to the Unconscious*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Ginman, Mariam and Sara von Ungern-Sternberg. 2003. Cartoons as information. *Journal of Information Science* 29: 69–77.
- Giora, Rachel. 1991. On the cognitive aspects of the joke. *Journal of Pragmatics* 16: 465– 485. —. 2003. *On our Mind: Salience, Context and Figurative Language*. New York: Oxford University Press.
- Gruner, Charles R. 1978. *Understanding Laughter: The Workings of Wit and Humour*. Chicago, IL: Nelson-Hall.
- Holland, D. and N. Quinn. (eds.) 1987. *Cultural Models in Language and Thought*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bell, Nancy D. ‘‘How native and non-native English speakers adapt to humor in intercultural interaction.’’ (2007): 27-48.
- Berberović, Sanja, and Nihada Delibegović Džanić. ‘‘Politički humor i javni diskurs: Kognitivno-lingvistička Analiza.’’ OFF-SET, Tuzla (2015).

Boxer, Diana, and Florencia Cortés-Conde. "From bonding to biting: Conversational joking and identity display." *Journal of pragmatics* 27, no. 3 (1997): 275-94.

Brummett, Palmira Johnson. *Image and imperialism in the Ottoman revolutionary press, 1908- 1911*. Suny Press, 2000.

Coulson, Seana, and Todd Oakley. "Blending basics (linguistic aspects of conceptual blending theory and conceptual integration)." *Cognitive Linguistics* 11, no. 3-4 (2000): 175-96.

Coulson, Seana. "What's so funny: Conceptual blending in humorous examples." *The poetics of cognition: studies of cognitive linguistics and the verbal arts* (2002).

Davies, Catherine Evans. "How English-learners joke with native speakers: An interactional sociolinguistic perspective on humor as collaborative discourse across cultures." *Journal of pragmatics* 35, no. 9 (2003): 1361-85.

Delibegović Džanić, Nihada, Adisa Imamović *Cognitive-Linguistic Analysis of the Ottoman Empire Cartoons from English Magazines*. u Osmanlı Dönemi Balkan Şehirleri 1, Gölen Z. and Temizer A. (ed.), Gece Kitaplığı, (2016): 61-78.

Delibegović Džanić, Nihada, and Sanja Berberović. "Hot cakes: The use of idioms in political cartoons." *Phraseology and Culture*, Bielsko-Biala, Budapest, Kansas, Maribor (2014): 339-53.

Delibegović Džanić, Nihada, and Sanja Berberović. "On politicians in big women's sunglasses driving buses with their feet in mouths: Late-night political humour and conceptual integration theory." *Jezikoslovlje* 11, no. 2 (2010): 197-214.

Delibegović Džanić, Nihada. "Who was born with a silver foot in his mouth? Modified idiomatic expressions in political cartoons." *Jezikoslovlje* 14, no. 2-3 (2013): 323-36.

Fauconnier, Gilles, and Mark Turner. "Compression and global insight." (2001): 283-304.

Fauconnier, Gilles, and Mark Turner. "Mental spaces: conceptual integration networks." *Cognitive linguistics: basic readings* (2006): 303-71.