

RU

## Визуальная метафора в сатирических поликодовых текстах интернет-коммуникации: на примере карикатур и демотиваторов об антироссийских санкциях

Чжан Боя, Катышев П. А.

**Аннотация.** Цель исследования состоит в том, чтобы описать визуальные метафоры как способы установления оценочно-сатирического отношения адресата к явлениям международной политики. В статье изложена концепция визуальной метафоры, особенно акцентируется внимание на метафорах в политической карикатуре и демотиваторе, которые позволяют открыто и довольно точно выразить общественное, часто критическое мнение. Научная новизна исследования заключается в функционально-прагматическом описании метафорических моделей, используемых в политических карикатурах и демотиваторах. В этой статье визуальная метафора рассматривается как инструмент, помогающий более ярко осветить события, происходящие как в стране, так и в мире. Полученные результаты показали, что посредством визуальных метафор транслируется критическое отношение к происходящим событиям, направленное на формирование общественного сознания в отношении санкционной политики и ее участников. В работе выделены некоторые метафоризированные представления антироссийских санкций, которые уподобляются бумерангу, бомбе и т.д. В статье основное внимание уделяется анализу наиболее продуктивной метафорической модели «антироссийские санкции - это бумеранг».

EN

## Visual Metaphor in Satirical Polycode Texts of Internet Communication: By the Example of Cartoons and Demotivators about Anti-Russian Sanctions

Zhang Boya, Katyshev P. A.

**Abstract.** The aim of the study is to describe visual metaphors as means of establishing an evaluative and satirical attitude of an addressee to the phenomena of global policy. The article represents the visual metaphor conception, pays special attention to metaphors in political caricatures and demotivators, which allow openly and quite accurately expressing public, often critical opinion. The scientific novelty of the study lies in the functional and pragmatic description of metaphorical models used in political cartoons and demotivators. This article considers a visual metaphor as a means to highlight more vividly the events taking place both in the country and in the world. The results obtained showed that through visual metaphors, a critical attitude to ongoing events is represented, aimed at forming public consciousness in relation to the sanctions policy and its participants. The paper emphasizes some metaphorical representations of anti-Russian sanctions, which are compared with a boomerang, a bomb, etc. The article focuses on the analysis of the most productive metaphorical model “anti-Russian sanctions are a boomerang”.

### Введение

Актуальность темы исследования заключается в возрастающем интересе к поликодовым текстам, а также в необходимости объяснить механизм понимания данных семиотических образований через закономерности их организации – перцептивно значимые индексы поликодовых текстов. Работа выполнена в коммуникативно-прагматическом аспекте в русле современной тенденции изучения поликодового языка в его функционировании. В статье представлены результаты исследования визуальных метафор, функционирующих в текстах политической направленности (карикатурах и демотиваторах) и отражающих сатирический взгляд на международные события, актуальные для автора и его аудитории (в частности, на санкционную политику, проводимую в отношении России).

Для осуществления поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теорию метафоры применительно к семиотической организации поликодового текста;
- установить специфику метафор, функционирующих в сатирических поликодовых текстах политической направленности.

В качестве методов исследования материала применяются методика анализа изображений, предложенная Е. Ю. Мещеркиной (2007), а также методика анализа визуальной грамматики Г. Кресса и Т. ван Левена (Kress, Leeuwen, 2006).

Материалом исследования послужили политические карикатуры и демотиваторы из соцсетей «VK», «Telegram», «Одноклассники» и интернет-портала «Яндекс».

Теоретическую базу исследования составляют работы, посвященные теории поликодовых текстов (Ейгер, Юхт, 1974; Мещеркина, 2007; Сорокин, Тарасов, 1990; Kress, Leeuwen, 1996; 2006); теории метафоры (Будаев, Чудинов, 2006; Голиков, 2011; Forceville, 2008; 2009; Lakoff, Johnson, 1980); моделям понимания поликодовых текстов (Сонин, 2003; Schnotz, 2002; Mayer, 1997); жанровому описанию таких разновидностей интернет-мемов, как карикатура и демотиватор (Артемова, 2002; Иванов, Катыхев, 2021; Пань Яньян, 2011; Лутовинова, 2016).

Практическая значимость работы заключается в том, что рассматриваемый в ней способ интерпретации метафоры как познавательного механизма может быть перенесен на изучение поликодовых текстов иной интенциональной направленности. Материалы исследования могут быть использованы в вузах гуманитарного направления при изучении поликодовых текстов по теоретическому, практическому, сравнительному языкознанию, а также в преподавании дисциплин «Теория языка» и «Семиотика».

## Основная часть

По мере цифровизации форматов социального взаимодействия гуманитарные науки демонстрируют тенденцию к усилению междисциплинарных исследований. Примечательно, что к концу 80-х гг. XX в. становится актуальной такая область гуманитарного знания, как социальная семиотика, основной задачей которой – изучение функционирования языкового знака в обществе, что, в свою очередь, обусловило обращение лингвистов к феномену мультимодальности как свойству массмедийной коммуникации.

О. К. Ирисханова (2012) определяет мультимодальность как «способ восприятия и обработки информации – вербального, визуального, аудиального, тактильного и др.» (с. 64).

Поскольку термин «мультимодальность» часто употребляется как синоним термина «поликодовость», ученые считают, что надо строго разграничить понятия «поликодовость» и «мультимодальность».

Так, А. А. Кибрик (2010, с. 135) считает, что термин «мультимодальность» опирается на понимание модальности, то есть внешнего стимула, требующего задействования зрительного и слухового каналов. Термин «поликодовость» был впервые введен в научный оборот в 1974 г. Г. В. Ейгером и В. Л. Юхтом (1974) в качестве понятия, указывающего на «сочетание естественного языкового кода с кодом какой-либо иной семиотической системы» (с. 24).

Е. Д. Некрасова (2014, с. 45) считает, что значимой характеристикой поликодового текста является наличие и взаимодействие нескольких кодирующих систем. По мнению ученого, поликодовый текст может быть мономодальным, если содержит в себе вербальный и визуальный коды и воспринимается только при помощи зрительного канала.

В российской лингвистике исследователи чаще используют термин «поликодовость», нежели термин «мультимодальность» (Чернявская, 2009; Сонин, 2005; Максименко, 2012).

Далее в статье используется термин «поликодовый текст», а категориальное свойство данного текста обозначается как «поликодовость», поскольку в нем взаимодействуют средства из вербальной и невербальной семиотических систем.

Политическая карикатура как один из жанров, эффективно воплощающих идею поликодовости текста, в настоящее время получила широкое распространение в массмедиа, где она также используется как средство воздействия на читателя, а следовательно, на общественное мнение и политическую ситуацию.

В широком смысле карикатура определяется как любое изображение, намеренно создающее комический эффект; в нем художник сочетает реальность и фантастику, преувеличивает, акцентирует специфические черты людей, изменяет их сопоставления с окружающим миром и использует неожиданные сравнения. В более узком смысле карикатура – это «особый жанр изобразительного искусства (как правило, графики), являющийся основной формой изобразительной сатиры и обладающий ясной идейной социально-критической направленностью» (Артемова, 2002, с. 15).

По мнению Пань Яньян (2011, с. 11), политические карикатуры – это дискурс, который сочетает в себе как изображения, так и тексты. Политические карикатуры конструируют смысл посредством двух символов – изображения и текста, создавая тем самым законченный дискурс и коммуникативное событие.

Кроме того, как новый формат поликодового текста рассматривается демотиватор, представляющий собой строгие двухчастные структуры, внешне напоминающие изображения в рамках, на нижней части которых размещен вербальный компонент. Такое расположение в демотиваторе семиотически гетерогенной информации оптимизирует восприятие сообщения: нижняя часть вербального компонента соотносится с выражением точки зрения автора на представленную изображением ситуацию (Иванов, Катыхев, 2021, с. 260).

О. В. Лутовинова (2016, с. 29) считает, что к демотиваторам относят любые виды поликодовых текстов, созданных по формальным критериям демотиватора (черный фон, текст-слоган белого цвета и пояснение слогана, набранное более мелким шрифтом, чем сам слоган).

Одна из важных задач, которую решает поликодовый текст, заключается в обеспечении реципиента необходимыми условиями для понимания информации. В этом контексте метафора также может рассматриваться в качестве аффорданса (заложенного в объекте свойства), оптимизирующего восприятие сигнала.

Данный подход к осмыслению ориентирующей функции метафоры опирается на понимание ее когнитивной природы, в соответствии с которой метафоры (а точнее – концептуальные метафоры) рассматриваются как способ мышления, влияющий не только на наше общение, но и на то, как мы думаем и действуем (Lakoff, Johnson, 1980). Согласно теории концептуальной метафоры, можно выделить следующие ее типы:

- ориентационную метафору, в соответствии с которой одна система концептов воспринимается или строится относительно другой системы (*заглянуть в будущее*);
- структурную метафору, когда один концепт структурируется в терминах другого (*время – деньги; любовь – это путешествие*);
- онтологическую метафору, в которой концепт недискретной или абстрактной сущности уподобляется материальному объекту или веществу (*теплое дыхание весны*).

Однако исследование невербальных метафор некоторое время назад игнорировалось когнитивистами, в силу чего большинство работ было посвящено изучению случаев вербальной аналогии.

С появлением работ, подобных работе Ч. Форсвилля (Forceville, 2008), утверждается мысль о том, что теория метафоры не может быть основана только на анализе вербального компонента, поскольку это лишь часть того, чем может выражаться концептуальная метафора.

Так, Ч. Форсвилль, вводя понятие визуальной метафоры, предлагает одну из первых классификаций типов визуальной метафоризации, проводя различия между моно- и мультимодальной метафорами. Модальность в интерпретации Ч. Форсвилля является не отдельным видом восприятия (визуальное, аудиальное, осязательное, вкусовое, обонятельное), а самостоятельным источником информации.

Например, изображение и написанный текст воспринимаются с помощью визуальной перцепции, но обрабатывается данная информация по-разному. Разграничивая источники информации, Ч. Форсвилль выделяет восемь модальностей: устную, письменную речь, изображение, музыку, невербальный звук, запах, вкус и осязание (Forceville, 2009, р. 22-25).

Мультимодальные метафоры – это концептуальные метафоры, в которых сфера-цель и сфера-источник представлены как гетерогенные семиотические сущности (например, метафоры, где сфера-источник вербальна, а сфера-цель визуальна или наоборот).

Основы интерпретации визуальной информации заложены в работе Г. Кресса и Т. ван Левена “Reading Images: The Grammar of Visual Design”. Эти ученые предлагают в рамках теории «социальной семиотики» метод «грамматики визуального дизайна» (Kress, Leeuwen, 1996). В области грамматики визуального дизайна рассматривается композиция, или расположение, элементов в изображенном пространстве. В зависимости от расположения изображенные персонажи и объекты наделяются различной информационной ценностью. Г. Кресс и Т. ван Левен устанавливают три принципа пространственной организации, на основе которых можно судить о соотношениях и правилах расположения элементов визуальной информации:

1) принцип информационной ценности (information value), имеющий отношение к размещению элементов по направлениям «лево – право», «верх – низ», «центр – край». Важнейшая информация часто расположена в центре, а другие элементы окружают ее. Части, представляющие информацию с левой стороны изображения, считаются знакомыми, а с правой стороны – новыми. Что касается вертикальной композиции, то у верхних элементов более сильное эмоциональное влияние, а нижняя часть обычно содержит рационализированную информацию;

2) принцип существенности/выраженности (salience), предполагающий привлечение внимания зрителя к каким-либо элементам: расположение на переднем/заднем плане, размер, контраст, резкость, цвет и др. Элементы в информативно знакомой стороне могут стать за счет эмфатических средств важнее, нежели элементы, расположенные в реме изображения. Например, элементы, представленные в композиции большим размером, считаются более важными, чем уменьшенные детали изображения. На эффективность визуальной композиции влияют размер, четкость, размытость, контрастность цвета, точка зрения и различные культурные факторы;

3) принцип фрейминга/обрамления (framing), касающийся наличия/отсутствия рамок – подразумеваемых или реальных разделительных линий, объединяющих или разделяющих элементы изображения (Kress, Leeuwen, 2006, р. 177).

Данные принципы применимы не только к обычным (гомогенным) изображениям, но и к продукции, сочетающей текст, фотографию или рисунок и другие графические элементы.

### **Метод социально-семиотического анализа**

В качестве методологии исследования политических сатирических поликодовых текстов выбран комплексный подход, включающий элементы социально-семиотического и структурно-риторического анализа. При этом за основу был взят методический подход к анализу изображения, изложенный Е. Ю. Мещеркиной (2007, с. 31) в статье «Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений». В ней автор выделяет три фазы интерпретации поликодового текста: 1) дескрипцию; 2) акрибическую реконструкцию; 3) социокультурную интерпретацию.

На примере исследуемых текстов объясним содержание этапов разбора комбинированных объектов.

Фаза описания включает в себя вербальное перифразирование текстовых и изобразительных компонентов, описание цветов и их контрастов, перспективы планиметрии изображения (на переднем, на заднем плане, в центре), обозначение ценности места и объема текста и изображения, а также их пространственные и графические взаимоотношения.

Акрибическая реконструкция предполагает поиск прецедентных феноменов, анализ значений символов, представленных в вербальной и визуальной частях объекта, а также основных стилистических приемов: метафоры, метонимии, синекдохи, аллюзии (квазиаллюзии), цитации (квазицитации), каламбура, авторского преобразования фразеологической единицы, гиперболы, иронии, антитезы и др.

Социокультурная интерпретация заключается в поиске коммуникативно-исторического контекста для того или иного поликодового текста, трактовке символического и смыслового содержания визуально-текстового единства, комического эффекта и соотношений образов в пространстве семиотического объекта.

Для достижения цели исследования и выявления основных медиаобразов, раскрывающих тему антироссийских санкций, было собрано репрезентативное количество карикатур и демотиваторов из российских и зарубежных интернет-источников.

Метафоризированное представление антироссийских санкций предполагает их уподобление бумерангу, бомбе, винту, репке, факелу, мухе, штанге, игре регби, водяному пистолету, камню, веревке, гильотине, топору и сплетенным рукам.

В модели «санкции – бумеранг» основанием метафорического переноса выступает обратимость меры на инициатора как характеристика тех последствий, которые наступят в результате необдуманных действий политических оппонентов.

С той же целью используются модели «санкции – репка», «санкции – игра регби». Так, в модели «санкции – репка» средство метафорического представления темы актуализует идею опасности: если вытащить корнеплод, то можно пострадать; см. карикатуру, на которой персонажи, стоящие на краю обрыва и тянущие репку (образы Франции, Германии и США), рискуют упасть с обрыва (= пострадать), если ее вытащат (= введут санкции) (Рисунок 1. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5ddd7b397a83d9014cb315ec/что-budet-esli-sniat-sankcii-5e3d8462d67a627810fe9acd>). В модели «санкции – игра регби (мяч для этой игры)» мяч подразумевает обратимость меры, ее обратное действие в отношении инициатора санкционной политики; см. карикатуру, на которой из мяча, брошенного А. Меркель, вылетают пчелы, чтобы ужалить тех, кто потревожил их (Рисунок 2. URL: <https://ria.ru/20141112/1033012809.html>).



Рисунок 1. «Санкции – репка»



Рисунок 2. «Санкции – игра регби»

Модели «санкции – бомба / винт / факел / гильотина / топор / камень / веревка / сплетенные руки» основываются на том, что действие санкций, направленных против России, опасно для иницирующей стороны.

Модели «санкции – муха / водяной пистолет» базируются на том, что шум мух и атака, осуществляемая посредством водяного пистолета, являются несущественными для объекта санкционной политики.

Применение модели «санкции – штанга» опирается на уподобление по признаку ‘средство для улучшения чьих-либо словесных качеств’.

Сфера-цель в рассматриваемых карикатурах и демотиваторах представлена через выражения, прямо или опосредованно раскрывающие тему санкций. Сфера-источник продемонстрирована визуально – посредством изображений бумеранга, бомбы, винта, репки, факела, мухи, штанги, регби, водяного пистолета, камня, веревки, гильотины, топора, сплетенных рук. Так как понятие «санкции» представляет собой сложное явление, использование метафорической модели полезно для понимания его сущности. Как пишет лингвист Дж. Лакофф, «метафора позволяет нам понимать довольно абстрактные или по природе своей неструктурированные сущности в терминах более конкретных» (Lakoff, 2004, p. 42).

Далее анализируется реализация одной из наиболее продуктивных метафорических моделей для представления сущности санкционной политики западных стран. К таковой относится модель «антироссийские санкции – это бумеранг» (Рисунки 3, 4).

Напомним, что благодаря этой модели подчеркивается обратный эффект, производимый санкциями. Данное основание сравнения в некоторых случаях объективируется посредством вербального указания на тему поликодового текста (Рисунок 4. URL: <https://russia-now.com/254285/ettelaat-iran-sankcii-i-propaganda/>), в котором вербальная часть доопределяет и конкретизирует идею обратимости ограничительных мер: *Осторожно! Иногда они возвращаются...*



Рисунок 3. Игра в санкционный бумеранг



Рисунок 4. «Санкции – бумеранг»

На Рисунке 3 (URL: <http://rusdemotivator.ru/demotivatory-pro-ameriku>) автор использует метафору бумеранга, чтобы показать, что такие субъекты санкционной политики, как США и ЕС, принимают санкции против России и в конечном итоге сами страдают от их последствий. Соотносимая с изображением вербальная информация, с одной стороны, называет ситуацию *Игра в санкционный бумеранг*, а с другой – содержит оценку действий инициатора санкций (*Любимое развлечение Вашингтона*), недалёковидность которого вызывает только иронию (заявленное развлечение подается как попытка субъекта спастись от оружия, примененного им же самим).

В рамках темы санкций визуальной метафоризации подвергаются такие функционально связанные компоненты, которые указывают на страны, вовлеченные в санкционное противостояние.

Так, весьма частотна зооморфная метафора, основанная на уподоблении означаемого животному. Например, в политических карикатурах Россия нередко представлена через стереотипный образ животного – медведя (Рисунки 3, 5, 6).

В частности, на Рисунке 5 (URL: <http://devsonia.ru/2015/06/26/медведь-и-санкции/>) образ медведя воплощает позицию России (и уже – автора) по отношению к санкциям.

При этом первая часть вербального компонента демотиватора (*Санкции?*) вводит проблему, которой посвящен текст; вторая часть (*Улыбаемся и машем*) показывает отношение к санкциям как к чему-то несерьезному и незначительному и тем самым указывает на желательный способ реагирования на них.

Помимо зооморфного, встречаются персонифицированные образы государств (Рисунки 3, 4, 6).

Образ Дяди Сэма является стереотипным в представлении США; как правило, он олицетворяет негативные черты государства.

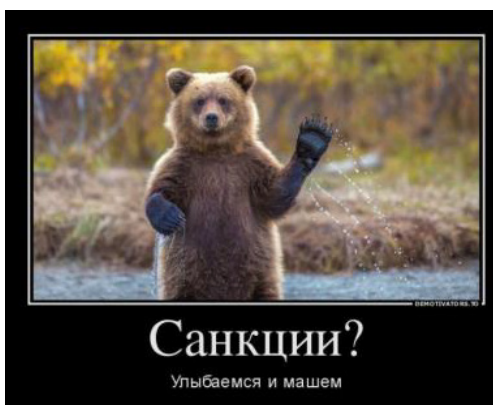


Рисунок 5. Санкции?



Рисунок 6. Боишься?

Например, на Рисунке 6 (URL: <https://dzen.ru/media/rtnews/nichego-lichnogo-prosto-biznes-ushedshie-s-rossiiskogo-gynka-kompanii-iz-ssha-630e037d2b706d122c77ac13>) противостояние России и Запада отождествляется с боксерским поединком. На карикатуре изображены два человека и медведь. В левом нижнем углу – персонаж, символизирующий американскую внешнюю политику (дядя Сэм), в центре – персонаж, представляющий ЕС (неспортивного вида боксер со сплетенными руками, что подразумевает неспособность субъекта вести бой с противником), справа – образ медведя, воплощающий Россию. С точки зрения информационной

ценности элемент, расположенный справа, передает важную информацию. В композиции этой карикатуры и ЕС, и медведь показаны на переднем плане, хотя и занимают разные места на ринге, что указывает на разную информационную значимость изображаемых персонажей. Образ России отличается мощью и силой и контрастирует с изображением ЕС, символизирующим его зависимость и слабость. В соответствии с принципом выраженности персонажи на карикатуре имеют различия в размере и признаках физической силы, что позволяет сделать вывод о том, кто из участников более подготовлен к противостоянию. Более того, о характере персонажей свидетельствуют их позы и местоположение в изображенном пространстве: если персонаж, представляющий американскую политику, прячется за рингом со стороны ЕС, то остальные персонажи выступают бойцами на ринге; тем самым подчеркивается, что за схваткой между ЕС и Россией стоят США, подталкивающие европейцев к бою.

Рассматриваемые карикатуры и демотиваторы появились вскоре после событий, связанных с введением санкций против России. Применяя метафоры, авторы подчеркивают, что антироссийские санкции не представляют серьезной угрозы для России (Рисунок 5) и к тому же обременительны и будут иметь негативные последствия для тех, кто их вводит (Рисунки 3, 4, 6). Наличие иронического эффекта означает, что авторская оценка событий состоит в указании на то, что санкции против России неэффективны и направлены в действительности против самой Европы.

## Заключение

В результате проведенного анализа было установлено, что метафора репрезентирует оценочное отношение к означаемому, выступает эгоцентрическим элементом, с опорой на который транслируются и воздействуют на реципиента ценностные установки создателя сатирического текста. Свойственные интернет-пространству жанровые способы передачи ценностного отношения к событиям политической жизни страны и мира (в частности, карикатура и демотиватор) характеризуются таким свойством, как поликодовость, в силу чего семиотические особенности метафоры могут быть связаны с визуализированностью (и шире – мультимодальностью) ее плана выражения. Рассмотренные в работе поликодовые тексты, посвященные сатирическому осмыслению санкционной политики Запада, включают визуализированные метафоры, которые ориентированы на то, чтобы (1) подчеркнуть сущность санкционной политики, а именно – ее последствия; (2) заставлять основных участников политического процесса (Россию, ЕС, США) понимать контекст иронического осмысления изображаемой ситуации.

Предлагаемая модель анализа визуальной метафоры может быть адаптирована к описанию других мультимодальных феноменов как способов организации ценностного компонента в структуре поликодового текста, что и определяет перспективу дальнейшего исследования политического интернет-дискурса.

## Источники | References

1. Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: автореф. дисс. ... к. филол. н. Волгоград, 2002.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе: монография. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного педагогического университета, 2006.
3. Голиков А. Г. Проблемы источниковедческого изучения политической карикатуры (вторая половина XIX – начало XX в.) // Вестник Московского университета. Серия 8 «История». 2011. № 4.
4. Эйгер Г. В., Юхт В. Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: мат. науч. конф. при МПНИИ им. М. Тореза. М., 1974.
5. Иванов П. К., Катышев П. А. Интерперсональный потенциал поликодовых текстов современной интернет-коммуникации // Культура и текст. 2021. № 4.
6. Ирисханова О. К. Полиmodalность в социокогнитивном освещении: семиотика плаката // Когнитивные исследования языка. 2012. № 11.
7. Кибрик А. А. Мультимодальная лингвистика // Когнитивные исследования: сб. ст. М.: Изд-во Института психологии Российской академии наук, 2010. Вып. IV.
8. Лутовинова О. В. Демотиватор как вид сетевого творчества // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2 «Языкознание». 2016. № 3.
9. Максименко О. И. Поликодовый vs креолизованный текст: проблема терминологии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2012. № 2.
10. Мещеркина Е. Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность: сб. науч. ст. / под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Д. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007.
11. Некрасова Е. Д. К вопросу о восприятии полиmodalных текстов // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 378.
12. Пань Яньнянь. Мультимодальные метафоры и конструирование идентичности в политических карикатурах // Foreign Language Studies. 2011. № 1.
13. Сонин А. Г. Общепсихологические и когнитивные механизмы понимания мультимедийных текстов // Вопросы психолингвистики. 2003. № 1.

14. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. № 6.
15. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия: коллективная монография. М.: Наука, 1990.
16. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: ЛИБРОКОМ, 2009.
17. Forceville C. J. Non-Verbal and Multimodal Metaphor in a Cognitivist Framework: Agendas for Research // Multimodal Metaphor / ed. by C. J. Forceville, E. Urios-Aparisi. Berlin - N. Y.: De Gruyter Mouton, 2009.
18. Forceville C. J. Pictorial and Multimodal Metaphor in Commercials // Go Figure! New Directions in Advertising Rhetoric / ed. by E. F. McQuarrie, B. J. Phillips. Armonk: M. E. Sharpe Inc, 2008.
19. Kress G., Leeuwen T. van. Reading Images: The Grammar of Visual Design. L.: Routledge, 1996.
20. Kress G., Leeuwen T. van. Reading Images: The Grammar of Visual Design. N. Y.: Routledge, 2006.
21. Lakoff G. Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate. Vermont: Chelsea Green Publishing, 2004.
22. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live by. Chicago: Chicago University Press, 1980.
23. Mayer R. E. Multimedia Learning: Are We Asking the Right Questions? // Educational Psychologist. 1997. Vol. 32 (1).
24. Schnotz W. Towards an Integrated View of Learning from Text and Visual Displays // Educational Psychology Review. 2002. Vol. 14.

### Информация об авторах | Author information

**RU****Чжан Боя<sup>1</sup>****Катышев Павел Алексеевич<sup>2</sup>**, д. филос. н., проф.<sup>1,2</sup> Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, г. Москва**EN****Zhang Boya<sup>1</sup>****Katyshev Pavel Alekseevich<sup>2</sup>**, Dr<sup>1,2</sup> Pushkin State Russian Language Institute, Moscow<sup>1</sup> zhangboya@yandex.ru, <sup>2</sup> pakatyshev@pushkin.institute

### Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 08.01.2023; опубликовано (published): 28.02.2023.

**Ключевые слова (keywords):** политическая карикатура; визуальная метафора; поликодовый текст; политический дискурс; political cartoon; visual metaphor; polycode text; political discourse.