

RU

Интермедиаальные тактики коммуникативно-речевой аттракции
(на материале немецкоязычных карикатур)

Шерина Д. О.

Аннотация. Цель исследования – выявление интермедиаальных коммуникативно-речевых тактик аттракции и средств их репрезентации в дискурсе немецкоязычной карикатуры. В статье рассматривается взаимодействие вербальных и невербальных элементов в поликодовых текстах, прагматически направленных на двойного адресата: объект иронического изображения и потенциального читателя. Научная новизна заключается в уточнении понятия «аттракция» применительно к немецкоязычному карикатурному дискурсу и в описании типичных для него структурно-функциональных моделей интермедиаальной аттракции. В результате исследования, выполненного на материале карикатур К. Бёгле, М. Хольтшulte, Й. Зауэра и К. Штуттманна, установлено, что доминирующими тактиками усиления аттрактивности выступают: образное комическое изображение, контекстуальное переосмысление фразеологизмов, зооморфная метафоризация, грамматические приращения, рефрейминг, гиперболизация и использование прецедентных высказываний. Доказано, что интермедиаальные структурно-семантические механизмы усиливают прагматический эффект карикатуры, требуя от адресата активной интерпретации и социокультурной компетентности для адекватного восприятия и интерпретации текста.

EN

Intermedial tactics of communicative-speech attraction
(based on German-language caricatures)

D. O. Sherina

Abstract. The aim of the research is to identify intermedial communicative-speech tactics of attraction and the means of their representation in the discourse of German-language caricature. The article examines the interaction of verbal and non-verbal elements in polycode texts, pragmatically directed at a double addressee: the object of ironic depiction and the potential reader. The scientific novelty lies in clarifying the concept of "attraction" in relation to German-language caricature discourse and in describing its typical structural-functional models of intermedial attraction. As a result of the study, carried out on the material of caricatures by K. Bögle, M. Holtschulte, J. Sauer, and K. Stuttmann, it was established that the dominant tactics for enhancing attractiveness are: figurative comic depiction, contextual reinterpretation of phraseological units, zoomorphic metaphorization, grammatical increments, reframing, hyperbolization, and the use of precedent statements. It is proven that intermedial structural-semantic mechanisms enhance the pragmatic effect of caricature, requiring active interpretation and socio-cultural competence from the addressee for adequate perception and interpretation of the text.

Введение

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим интересом современной лингвистики к изучению коммуникативно-прагматического потенциала воздействия в поликодовых текстах. В условиях стремительной визуализации и цифровизации информационного пространства, приводящих к избыточности информационных потоков и обострению конкуренции за внимание реципиента в медиасреде, для дискурс-анализа критически важным становится изучение лингвопрагматических механизмов управления вниманием аудитории. Особый исследовательский интерес в данном контексте представляют тексты карикатур, прагматическая сущность которых изначально ориентирована на достижение максимального персуазивного эффекта за минимальное время рецепции. Необходимость дальнейшего осмысления феномена коммуникативной аттракции в условиях современной медиакommunikation продиктована потребностью в теоретическом описании и систематизации конкретных тактик и средств привлечения внимания, функционирующих

в немецкоязычных медиатекстах (в частности, в карикатурах), что позволяет расширить научные представления о механизмах мультимодального воздействия.

Для достижения поставленной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

- уточнить категориальное содержание понятия «коммуникативная аттракция» применительно к немецкоязычному карикатурному дискурсу;
- охарактеризовать специфику контекстуально-смыслового взаимодействия вербального и визуального компонентов в немецкоязычной карикатуре;
- систематизировать ведущие интермедийные коммуникативно-речевые тактики аттракции, типичные для немецкоязычного карикатурного дискурса;
- выявить особенности когнитивно-прагматического воздействия интермедийных средств аттракции на адресата.

Методическую базу исследования составил метод контекстуально-интерпретационного анализа, применявшийся для исследования специфики смыслового взаимодействия вербальных и визуальных компонентов в пространстве поликодового текста карикатуры и экспликации скрытых прагматических смыслов, заложенных автором. Кроме того, в работе использовался научно-описательный метод, включающий совокупность приемов наблюдения, сопоставления и теоретического обобщения результатов анализа теоретического и текстового материала. Данный метод способствовал систематизации эмпирических данных и выведению определённых закономерностей в процессе описания интермедийных коммуникативно-речевых тактик аттракции в немецкоязычном дискурсе.

Иллюстративный материал исследования составили работы немецких карикатуристов К. Бёгле (Crismart.de), М. Хольтшульте (Tot, aber lustig), Й. Зауэра (Nichtlustig) и К. Штуттманна (Klaus Stuttmann).

Теоретической базой исследования послужили работы О. А. Леонтович (2019), посвященные изучению позитивной коммуникации и механизмов аттракции, а также работы О. С. Иссерс (2015) в области концептуализации современных дискурсивных практик. Кроме того, учитывались исследования Х. Штёкля (Stöckl, 2004) и М. Маковской (Makowska, 2014), раскрывающие специфику функционирования поликодовых текстов, и труды Е. А. Гончаровой (2010), определяющие основы стилистического анализа. Важным аспектом исследования явилось осмысление категорий смеха, юмора и комического, что стало возможным благодаря трудам Ю. Б. Борева (1970), А. В. Дмитриева и А. А. Сычева (2005). Жанрово-дискурсивная специфика работы опирается на исследования О. А. Ворониной (2009), М. Н. Гузь, Н. В. Пигиной (2024), И. В. Кокуриной, М. В. Ополонниковой (2024), М. В. Захаровой, Е. Б. Киселевой (2024), Е. А. Цуканова (2024) и О. Кюне (2025), дающие разностороннее описание карикатуры как медийного феномена. Наконец, существенное значение для раскрытия проблемы прецедентности имели труды И. В. Захаренко, В. В. Красных, Д. Б. Гудков, Д. В. Багаевой (1997), Д. Тупкало (2024), И. С. Пирожковой и А. С. Тенихиной (2025), детально рассматривающие прецедентные высказывания в качестве инструментов прагматического воздействия.

Практическая значимость исследования состоит в возможности использования его материалов в практике преподавания немецкого языка, при разработке теоретических и практических курсов по лингвистике текста, медиалингвистике, теории дискурса и межкультурной коммуникации. Кроме того, выявленные и описанные в статье интермедийные тактики коммуникативно-речевой аттракции могут служить основой для дальнейшего исследования аттрактивного потенциала поликодовых текстов различных жанров, а также использоваться при создании учебно-методических материалов, посвящённых анализу современных немецкоязычных медиатекстов и особенностям взаимодействия вербальных и визуальных средств коммуникации.

Обсуждение и результаты

В условиях современной медиакommunikation, характеризующейся обилием информационных потоков и визуальной насыщенностью, одной из центральных проблем становится изучение разных аспектов коммуникативно-речевой аттракции, терминологическое обозначение которой появилось в последние годы в рамках исследований позитивной коммуникации. Под коммуникативной аттракцией понимается способность речевого высказывания выделяться на фоне других, привлекать и удерживать внимание реципиента посредством прагматического и экспрессивно-эмоционального фокусирования определенных текстовых элементов с целью формирования оценочной и/или деятельностной реакции реципиента на передаваемое сообщение (Леонтович, 2019, с. 40–44).

Этимологически термин «карикатура» восходит к итальянскому *caricare* («нагружать, преувеличивать» – здесь и далее перевод автора. – Д. Ш.). Он был заимствован в русский язык в XVIII веке из немецкого (Karikatur). В немецких лексикографических источниках слово *Karikatur* как обозначение жанра номинирует изобразительное или литературное представление, в котором характерные черты объекта намеренно гиперболизируются, приобретая комический или гротескный характер с целью высмеивания (Karikatur // Duden; Karikatur // DWS). Это значение уточняется через понятия *Zerrbild* («искаженное изображение») и *Spottbild* («высмеивающее изображение»). Таким образом, семантическое ядро жанра базируется на визуальном искажении и гиперболизации в сторону принижения (Воронина, 2009, с. 15), что в сочетании с вербальным компонентом добавляет насмешку и зачастую злой юмор, создавая экспрессивный сатирический эффект, легко декодируемый адресатом.

Подобный смысл акцентируется и в имеющихся русских определениях карикатуры, где она понимается как «рисунок, изображающий кого-либо в намеренно преувеличенном, смешном, искаженном виде» (Дмитриев, Сычев, 2005, с. 272). Е. А. Цуканов (2024, с. 209) отмечает, что карикатура представляет собой способ деформации реальности (подача мира «наперекосяк») не только через преувеличение, но и через преуменьшение характеристик объекта. При этом отмечается также то обстоятельство, что карикатура нередко выделяется своей направленностью против лиц, претендующих на авторитет или выдающихся в каком-нибудь отношении.

С позиций визуальной текстологии карикатура обладает специфической «визуальной текстuality», что делает её полноправным объектом исследования лингвистики текста наряду с чисто вербальными текстами (Stöckl, 2004, S. 11-12). В этом мультимодальном креолизованном (или поликодовом) тексте вербальный и иконический компоненты находятся в симбиозе, образуя единое смысловое целое. Исследователи подчеркивают, что именно этот синтез обеспечивает целостность восприятия дискурса: так, если М. Маковская (Makowska, 2014) рассматривает когнитивные механизмы интеграции визуальных и вербальных элементов, то М. Н. Гузь и Н. В. Пигина (2024), а также И. В. Кокурина и М. В. Ополовникова (2024) акцентируют внимание на специфике их взаимодействия в пространстве медийной и политической коммуникации. В свою очередь, И. С. Пирожкова и А. С. Тенихина (2025) доказывают, что интермедияльная связь служит ключом к декодированию прецедентных смыслов в карикатуре. Важно отметить, что визуальный компонент в таких текстах выполняет не вспомогательную, а конститутивную функцию, формируя прагматический эффект сообщения через неразрывное единство с вербальной частью текста.

Важна для понимания аттрактивного потенциала карикатуры и её трактовка как формы коммуникации, основанной на отклонении от «середины истины»: в рамках классической риторической традиции карикатура интерпретируется как высказывание, в котором автор сознательно «говорит не то, что думает», прибегая к стратегии скромного преуменьшения вместо прямого преувеличения (Kühne, 2025, S. 28). Подобное семантическое-прагматическое несоответствие между выражаемым и подразумеваемым выступает источником смысловой игры в обсуждаемом типе дискурса, обеспечивая повышенную выразительность и тем самым усиливая аттрактивность карикатурного сообщения.

В аспекте изучения средств создания аттрактивности карикатура представляет собой уникальный объект исследования, так как прагматическая сущность этого полимодального текста ориентирована на достижение максимальной привлекательности и воздействия на аудиторию за минимальное время рецепции.

Любая карикатура в первую очередь является неким комическим изображением с возможным добавлением вербального элемента (прямой речи персонажа, подписи или комментария автора). Комическая картинка, как правило, подкрепляется языковой игрой или речевой провокацией, создавая многоуровневое пространство потенциальных смыслов.

При выявлении средств по созданию коммуникативной аттракции текста карикатуры важно учитывать, кроме того, то, что в основе интенциональности автора-карикатуриста лежит «расщеплённая» прагматическая направленность на двойного адресата – на (а) объект комического изображения и на (б) интерпретирующего смысл этого изображения читателя.

Прагматическим стержнем карикатуры является текстовая актуализация авторского *остроумия*, иными словами, «творческой формы чувства юмора» (Борев, 1970, с. 57), проявляющаяся в оригинальном смысловом синтезе визуального образа курьезной ситуации и вербального комментария к ней. В этом типе поликодового текста остроумие выполняет функцию главного триггера коммуникативной аттракции: облекая острую бытовую, социальную или политическую критику какого-то явления или персонажа в форму меткого каламбура, визуального гротеска или иронии, автор карикатуры провоцирует у адресата эффект «обманутого ожидания». Это заставляет реципиента уделить пристальное внимание формальной стороне текста, чтобы уловить заложенный в ней парадокс и извлечь скрытый юмористический смысл.

Остроумие сигнализирует о незаурядном таланте автора-карикатуриста к комедийной текстовой фиксации жизненных противоречий и социальных коллизий, который состоит в способности представлять их в таком концентрированном афористическом виде, чтобы их комизм стал наглядным и ощутимым (Борев, 1970, с. 57). В зависимости от прагматических задач автора, а также от жизненно-социальной значимости изображаемого сюжета, аттрактивный потенциал текста карикатуры, рождаемый не в последнюю очередь за счет пересечения и смыслового слияния его визуальной и вербальной частей, реализуется через систему смысловой градации двусмысленности комического – от «мягкого» юмора и иронии до обличительной сатиры и гиперболически деформирующего реальность гротеска.

Проведенный анализ описанного эмпирического материала позволил выявить отдельные коммуникативно-речевые тактики аттракции, создающие коммуникативную привлекательность полимодальных текстов карикатуры и активизирующие характерную для этого типа текста прагматическую «игру» с многоплановыми комическими смыслами.

Тактика образного комического изображения проблемной жизненно-социальной ситуации

Визуальный ряд в немецкой карикатуре можно рассматривать не просто как иллюстрацию вербального текста, а как механизм управления вниманием, остроумие которого играет роль мощного облигаторного «аттрактора». За счет нарушения автоматизма восприятия комический элемент визуального образа принуждает адресата к глубокой интерпретации заложенного смысла сообщения, причем этот механизм успешно

срабатывает как в синтезе с вербальным компонентом, так и при его полном отсутствии. В немецком дискурсе подобная тактика часто строится на переосмыслении остросоциальных проблем (в частности, экологии), где аттрактивный эффект картинки создается путем столкновения узнаваемых культурных кодов с парадоксальной и зачастую пугающей реальностью.

Прагматика этого механизма наглядно прослеживается в работах М. Хольтшульте и К. Штуттманна, креативно использующих разные тактические ходы для повышения коммуникативной заманчивости создаваемых ими текстов карикатуры.

М. Хольтшульте, например, визуально деконструирует в одной из своих карикатур прецедентную ситуацию из библейского сюжета, в которой проявлялось одно из чудес Иисуса – умение ходить по воде, – превращая чудо в следствие загрязнения океана пластиком (Рисунок 1).



Рисунок 1. Карикатура М. Хольтшульте. Источник: <https://totaberlustig.de/cartoons/wasserlaeufer/>

К. Штуттманн же опирается на визуальную метафору земного шара, выброшенного в переполненный «желтый контейнер» (Рисунок 2), и остроумно усиливает картинку метонимией, перерастающей за счет знака многоточия в риторическую фигуру апозиопезы, которая, как известно, вводит в речь многозначительность, подчёркивая смысловую глубину высказывания и побуждая реципиента к домысливанию: *“Die Welt hat sich entschieden...”* / *«Мир принял решение...»*.



Рисунок 2. Карикатура К. Штуттманна. Источник: <https://www.stuttmann-karikaturen.de/ergebnis/8970>

В обоих случаях как чисто визуальный образ, так и синтез иконического и вербального уровней обеспечивают коммуникативную аттракцию целостного текста карикатуры, переводя бытовую проблему сортировки мусора в плоскость глобальной общественной ответственности.

Так, заинтересовавшись необычным визуальным рядом текста карикатуры, реципиент неизбежно перейдет к анализу ее вербальной части, стремясь понять потенциальную двусмысленность картинки. В этот момент в его сознании происходит синтезирование невербального и вербального уровней текста, которое заставляет читателя не просто посмеяться над необычным полимодальным представлением действительности, но и включиться в интеллектуальную игру: разгадать шуточный смысл текстового высказывания в целом и понять скрытый замысел автора.

Тактика контекстуального переосмысления устойчивых словосочетаний

Как уже отмечалось выше, аттракция в карикатуре нацелена на вовлечение адресата в процесс интеллектуальной и эмоциональной игры: читатель воспринимает декодирование сложного сообщения как занимательный процесс разгадывания, приносящий эстетическое и когнитивное удовлетворение.

Одним из важных средств реализации аттракции при этом в карикатурах выступает каламбур – лингво-креативная игра слов, или острота, возникающая на основе восприятия многозначных слов сразу в нескольких значениях. Реципиент, сталкиваясь в случае каламбура с ситуацией «обманутого ожидания», вынужден стать сопричастным к акту творческой рефлексии и совершить мгновенный когнитивный переход от буквального смысла слова к переносному/-ым значению/-ям.

На карикатуре К. Бёгле тактика коммуникативной аттракции реализуется через синтез антропоморфизма и языковой игры в виде каламбура (Рисунок 3). Семейная пара осьминогов помещена в типичную человеческую бытовую обстановку: муж имитирует повешение, а жена равнодушно упрекает его: “Ach komm, Rolf. Ich weiß doch, dass du kein Rückgrat hast!” (дословно: «Да брось, Рольф. Я же знаю, что у тебя нет позвоночника!»). Объектом лингвистического анализа в данном контексте выступает лексема Rückgrat. Согласно словарю Duden, в языковой системе данное существительное фиксируется в двух основных семантических планах: 1) прямом денотативно-анатомическом: “aus einzelnen Wirbeln bestehender, die Achse des Skeletts bildender Knochenstab; Wirbelsäule” (позвоночник); 2) переносом: “feste charakterliche Haltung, Charakterstärke, Mut” (твердая внутренняя позиция, сила характера, мужество) (Rückgrat).

Лингвокреативный механизм аттракции в исследуемом малоформатном тексте строится на намеренном семантическом расщеплении знака за счет взаимодействия вербального и визуального кодов. В пространстве антропоморфного межличностного конфликта вербальный компонент (*kein Rückgrat haben*) первоначально активизирует узусальное переносное значение – упрек в отсутствии у персонажа воли. Однако визуальный ряд карикатуры, изображающий персонажей как осьминогов (представителей головоногих моллюсков, являющихся биологически беспозвоночными животными), стремительно возвращает лексеме её первичную денотативную сему. Таким образом, в примере происходит интермедияльная буквализация метафоры. Творческая деконструкция фразеологизованного сочетания разрушает автоматизм восприятия речи, переключает сознание адресата на критическое осмысление текста и обеспечивает сильный иронический и аттрактивный эффект карикатуры.



Рисунок 3. Карикатура К. Бёгле. Источник: <https://www.chrismart.de/20051005.htm>

Схожий механизм лингвокреативности демонстрирует Й. Зауэр в карикатуре, где общепринятое значение лексемы Hosenstall (“Hosenschlitz” – рус. «ширинка») намеренно игнорируется ради реализации шуточного буквального прочтения: «сарай (нем. Stall) для брюк (нем. Hose)» (Рисунок 4).



Рисунок 4. Карикатура Й. Зауэра. Источник: <https://joscha.com/nichtlustig/240509/>

Аттрактивный потенциал обеих работ строится на метафорической «перекатегоризации» фразеологизмов (Иссерс, 2012, с. 81), абсурдности двойной трактовки смысла вербального элемента и вырастающем из этого визуальном каламбуре.

Тактика аттрактивных лексико-грамматических приращений иронического смысла

Реализация аттрактивного потенциала карикатуры нередко происходит благодаря изменению стандартной грамматической формы лексемы или контекстуальному противопоставлению двух грамматических форм одной и той же парадигмы, за счет чего эти формы превращаются в значимый смысловой аттрактор текста. Например, изменения внутри категории наклонения или времени глагола могут служить инструментом создания риторической фигуры иронии за счет контраста между ожидаемой нормой и представленной в тексте аномалией.

Этот механизм интеллектуальной аттракции наглядно иллюстрирует диалог двух бездомных на карикатуре М. Хольтшульте (Рисунок 5). Коммуникативно-прагматическое напряжение текста и его иронический смысл создаются через грамматическую оппозицию временных форм: сослагательного наклонения (*“Hätten wir mal in Aktien investiert”* / «Если бы мы только инвестировали в акции») и изъявительного наклонения в форме заверченного прошедшего времени (*“Ich HABE in Aktien investiert”* / «Я ИНВЕСТИРОВАЛ в акции»). Персонаж слева высказыванием с сослагательным наклонением выражает свое сожаление о прошлом, проецируя несбывшуюся абстрактную надежду на гипотетическое благополучие. В реплике персонажа справа сохраняется структура предложения, но меняется наклонение и временная глагольная форма. Тем самым остроумно подчеркивается, что предполагаемая первым персонажем панацея и привела его к бедности и нужде. Используемый полиптотон дополняется графически заглавным написанием вспомогательного глагола *“HABE”* для акцентуации судьбоносности драматического решения персонажа в прошлом.



Рисунок 5. Карикатура М. Хольтшульте. Источник: <https://totaberlustig.de/cartoons/aktien/>

Тактика зооморфной метафоризации

В системе интермедиаальных тактик коммуникативной аттракции в карикатуре (в особенности в политической) значительное место занимает зооморфная метафоризация. Этот прием обеспечивает «когнитивное сжатие» информации: тема сложной расстановки политических сил кодируется в единый выразительный знак, апеллирующий к культурным архетипам. Зооморфизмы выступают в функции катализатора внимания, задавая сатирический модус сиюминутного восприятия текстового высказывания через проекцию биологических характеристик на сферу международных отношений.

К. Штуттманн часто обращается к общепринятым символам для намека на определенные культуры или страны, в том числе и к зооморфной метафоре: персонификации образов животных для кодирования национальных лидеров или стереотипов (Захарова, Киселева, 2024, с. 87). В карикатуре этот механизм реализуется через образ быка – традиционного символа Европы, помещенного в контекст циркового представления (Рисунок 6). Д. Трамп в роли дрессировщика с кнутом принуждает «европейского быка» выполнять сценические трюки, что создает эффект психологической аттракции (Шерина, 2026).

Лингвокогнитивный анализ концепта *Zirkus* в немецкой языковой системе выявляет наличие не только прямого денотативного значения (вид зрелищного искусства), но и устойчивого узуального переносного значения разговорного регистра: *“[unnötiges] Aufsehen, Theater, Durcheinander”* (излишняя суета, балаган, неразбериха, суматоха). Таким образом, визуальный код цирковой арены мгновенно активизирует в сознании немецкоязычного реципиента периферийные семы разговорной лексики, вербализуя и актуализируя скрытую сатирическую метафору «политика как абсурдное публичное зрелище».

Саркастическая интерпретация геополитической напряженности выполняет функцию резкого прагматического снижения важной политической проблемы, лишая политические фигуры их требуемого социального статуса. Внимание и эмоционально-экспрессивная напряженность реципиента удерживаются за счет семантической многослойности образов персонажей карикатуры: от распознавания мифологического подтекста до дешифровки целостного сатирического смысла изображаемой ситуации.



Рисунок 6. Карикатура К. Штутманна. Источник: <https://www.stuttmann-karikaturen.de/ergebnis/8954>

Тактика рефрейминга конвенциональной ситуационной модели

Если языковая игра преимущественно оперирует внутриязыковыми смыслами, то следующая тактика переводит аттракцию в плоскость когнитивного переосмысления целых ситуативных моделей. Высоким прагматическим потенциалом в контексте коммуникативной аттракции обладает тактика *рефрейминга типичной ситуационной модели*. Современные немецкие карикатуристы зачастую прибегают к намеренной деструкции подобных (фреймовых) ситуативных стереотипов в функции полимодального аттрактора текста.

На карикатуре К. Бёгле изображены монахи со сложенными в молитве руками, в речевых выносках над которыми значится последняя буква греческого алфавита – Ω (Омега) (Рисунок 7). Над изображением стоит вербальный заголовок: «*Mönche mit Physikdiplom*» («Монахи с дипломами физиков»). Примечательно, что символ « Ω » используется в физике в качестве единицы измерения электрического сопротивления и читается как «Ом», а междометие «оммм», в свою очередь, является звуковым сигналом молитвы (полимодальный каламбур). Следует отметить далее, что буква Омега (вместе с Альфой) является и важным христианским символом, обозначающим Бога как «Начало и Конец всего сущего» (Das Alpha und Omega). Смысловый контраст между традиционным образом монахов и их неожиданной причастностью к точной науке создает комический эффект, поддерживаемый как визуальной метафорой, так и структурированием целостного текста. В основе коммуникативной занимательности текста, критикующего переход многих дипломированных немецких физиков в ряды священнослужителей, лежит рефрейминг известной ситуационной модели: сакральный религиозный фрейм наполняется физико-математическим содержанием за счет омонимии и графической игры, благодаря которому рождается риторическая фигура иронии, пронизывающая весь контекст карикатуры. Семантическая природа иронии заключается, как известно, в эксплицитно выраженном противоречии между высказанным и подразумеваемым (Kontrast zwischen dem Gesagten und Gemeinten) (Гончарова, 2010, с. 286).



Рисунок 7. Карикатура К. Бёгле. Источник: <https://www.chrismart.de/20030428.htm>

Тактика включения прецедентных высказываний в функции иронических «паролей»

Одним из важнейших инструментов привлечения внимания в карикатуре является использование прецедентных феноменов – текстов, имен и ситуаций, хорошо знакомых любому носителю культуры.

Эти широко известные в определенном лингвокультурном сообществе единицы выступают в малоформатных персуазивных текстах в качестве когнитивных «паролей», которые активируют ассоциативные связи и усиливают воздействие на реципиента. Включение цитат, пословиц, поговорок, прецедентных имен

и прецедентных ситуаций в новый контекст расширяет прагматическое пространство текста и создает мощный эмоциональный фон (Захаренко, Красных, Гудков и др., 1997, с. 83; Тупкало, 2024, с. 560). В повседневном дискурсе такие аттракторы работают через механизмы узнавания и интеллектуального сотворчества, что позволяет реализовывать формальную, психологическую и прагматическую аттракцию текстовой структуры (Шерина, 2026, с. 119-120).

В качестве коммуникативных аттракторов карикатурного дискурса нередко выступают модифицированные прецедентные высказывания, превращающие его в интригующую смысловую загадку. Так, ярким примером может служить немецкое крылатое выражение “Der Mörder ist immer der Gärtner” («Убийца – всегда садовник»), иронически высмеивающее предсказуемость детективных сюжетов XX века.

В следующей карикатуре данное клише подвергается радикальному гротескному рефреймингу через эстетику «черного юмора». Типичная учебная ситуация – вопрос учителя о будущей профессии – сталкивается с шокирующим визуальным рядом: окровавленный ученик с ножом на фоне убитого одноклассника радостно выбирает карьеру «садовника» (Рисунок 8). Коммуникативная аттракция здесь строится на когнитивном диссонансе: прямое, буквальное прочтение иронического детективного штампа в обыденном контексте порождает мощный эффект «обманутого ожидания» и ожидаемую саркастическую улыбку / смех потенциального адресата.



Рисунок 8. Карикатура К. Бёзле. Источник: <https://www.chrismart.de/20030613.htm>

Тактика полимодальной гиперболизации

В арсенале средств коммуникативной аттракции карикатуры особое место занимает тактика гротеска и визуальной десакрализации объекта, к которой прибегают, как правило, авторы политических карикатур. В отличие от тактик аттракции, апеллирующих к интеллектуальному сотворчеству и юмористическому переосмыслению реальности, гротескная аттракция носит подчеркнуто манипулятивный характер. Привлечение внимания реципиента к форме и содержанию текста осуществляется через визуальную провокацию и намеренное разрушение эстетических конвенций.

В политических карикатурах К. Штуттманна в функции коммуникативно-прагматических аттракторов используются агрессивная визуальная деформация объектов изображения и сатирический гротеск. Художник намеренно гиперболизирует внешние черты Д. Трампа (интенсивный оранжевый автозагар, утиный клюв, утрированно длинный красный галстук), создавая отталкивающий образ политика (Рисунки 9 и 10).



Рисунки 9, 10. Карикатуры М. Хольтшюльте.

Источники: <https://www.stuttmann-karikaturen.de/ergebnis/9103>;
<https://www.stuttmann-karikaturen.de/ergebnis/8944>

На другой карикатуре визуальный ряд дополняется ироничной имитацией хвалебного восклицания, звучащего из уст самого политика: “Long live Donald I.!” («Да здравствует Дональд I.!») (Рисунок 11). Визуализированные атрибуты абсолютной монархии в сочетании с мультипликацией портретов лидера иронически представляют его как самопровозглашенного монарха.



Рисунок 11. Карикатура М. Хольтшульте. Источник: <https://www.stuttman-karikaturen.de/ergebnis/8930>

Интеграция визуального плана с совокупностью гиперболизированных деталей и ироничного вербального сопровождения выполняет двойную функцию. С одной стороны, нелепые зооморфные черты и монархические символы служат «якорем» для привлечения внимания реципиента. С другой – сатирически острая и язвительная подача текстовой информации лишает персонажа карикатуры критической неприкосновенности, превращая весь дискурс в инструмент намеренной социально-политической дискредитации.

Подводя итог анализу эмпирического материала, можно констатировать, что немецкоязычный карикатурный дискурс располагает многоуровневым арсеналом интермедийных тактик аттракции. Рассмотренные примеры наглядно демонстрируют, что эффективный захват и удержание внимания реципиента достигается не за счет изолированного использования графических или словесных элементов, а благодаря их глубокому смысловому симбиозу. Выделенный спектр тактик охватывает широкий диапазон лингвокреативных механизмов: от точечной лексико-грамматической игры и контекстуального переосмысления идиом досложного когнитивного рефрейминга, актуализации прецедентных феноменов и агрессивной полимодальной гиперболизации. Общей структурно-прагматической чертой всех этих приемов выступает намеренное конструирование парадокса или эффекта «обманутого ожидания». Именно этот интермедийный диссонанс выполняет функцию базового смыслового триггера, который побуждает читателя приступить к активному декодированию скрытого комического или сатирического замысла.

Заключение

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Коммуникативная аттракция в немецкоязычной карикатуре представляет собой многоуровневый процесс выстраивания полимодальной текстовой структуры. Базовым аттрактором и иницирующим стержнем в данном дискурсе выступает авторское остроумие, которое целенаправленно привлекает внимание реципиента посредством прагматического и экспрессивно-эмоционального фокусирования. Именно категория комического служит главным механизмом текстопорождения и привлечения внимания.

Специфика контекстуально-смыслового взаимодействия вербального и визуального компонентов заключается в их неразрывном симбиозе, образующем единое смысловое целое. В пространстве карикатуры визуальный ряд выполняет полноценную конститутивную функцию, формируя прагматический эффект наравне с вербальным сообщением. Эффективный захват внимания читателя обеспечивается именно синтезом этих двух кодов, который конструирует смысловой парадокс или эффект «обманутого ожидания», выступающий базовым триггером для последующего декодирования сообщения.

Систематизация эмпирического материала позволила выделить доминирующие лингвокреативные механизмы аттракции в тексте карикатуры. К ведущим тактикам относятся: образное комическое изображение, контекстуальное переосмысление устойчивых словосочетаний, лексико-грамматические приращения, зооморфная метафоризация, рефрейминг конвенциональных ситуационных моделей, использование прецедентных феноменов в качестве иронических «паролей», полимодальная гиперболизация (гротеск).

Особенности когнитивно-прагматического воздействия интермедийных средств аттракции проявляются в усилении персуазивного эффекта, что требует от адресата повышенной интерпретационной активности и определенного уровня социокультурной компетентности. За счет намеренной творческой деконструкции привычных моделей восприятия, сознание реципиента переключается на критическое осмысление текста, вовлекаясь в интеллектуально и эмоционально напряженное сотворчество с автором-карикатуристом, что в конечном итоге обеспечивает долгосрочный эффект карикатуры как инструмента социальной рефлексии.

В качестве перспектив дальнейшего исследования можно назвать выявление и систематическое описание интермедийных коммуникативно-речевых тактик аттракции в различных типах немецкоязычного дискурса, а также уточнение их структурных, прагматических и лингвокультурных особенностей.

Материалы исследования | Research materials

1. Crismart.de. <https://www.chrismart.de/current.htm>
2. Das Alpha und Omega // DWDS. <https://www.dwds.de/wb/das%20Alpha%20und%20Omega>

3. Hosenstall // Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Hosenstall>
4. Karikatur // Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Karikatur>
5. Karikatur // DWDS. <https://www.dwds.de/wb/Karikatur>
6. Klaus Stuttmann. <https://www.stuttmann-karikaturen.de>
7. Nichtlustig. <https://joscha.com/nichtlustig/040815/>
8. Rückgrat // Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Rueckgrat>
9. Tot, aber lustig. <https://totaberlustig.de>
10. Zirkus // Duden. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Zirkus>

Источники | References

1. Боров Ю. Б. Комическое. М.: Искусство, 1970.
2. Воронина О. А. Карикатура как вид креолизованного текста // Вестник Центра международного образования Московского государственного университета. Филология. Культурология. Педагогика. Методика. 2009. № 2.
3. Гончарова Е. А. Теория и практика стилистического анализа = Theorie und Praxis der Stilanalyse. М.: Издательский центр «Академия», 2010.
4. Гузь М. Н., Пигина Н. В. Современная немецкая политическая карикатура (на материале карикатур К. Штуттманна) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2024. № 8. <https://doi.org/10.30853/phil20240422>
5. Дмитриев А. В., Сычев А. А. Смех: социофилософский анализ. М.: Альфа-М, 2005.
6. Захаренко И. В., Красных В. В., Гудков Д. Б., Багаева Д. В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Филология. Язык, сознание, коммуникация. 1997. № 1.
7. Захарова М. В., Киселева Е. Б. Зооморфные стереотипы в политических карикатурах Global Times // Меди@льманах. 2024. № 3.
8. Иссерс О. С. Люди говорят... Дискурсивные практики нашего времени: монография. Изд-е 2-е, стер. М.: ЛЕНАНД, 2015.
9. Кокурина И. В., Ополовникова М. В. «Топор войны» в немецкоязычной карикатуре // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2024. № 2.
10. Леонтович О. А. Позитивная коммуникация: коллективная монография / под общ. ред. О. А. Леонтович. М.: Гнозис, 2019.
11. Пирожкова И. С., Тенихина А. С. Прецедентные символы в британской политической карикатуре на Д. Трампа // Политическая лингвистика. 2025. № 4 (112).
12. Тупкало Д. Типология прецедентных высказываний в современной лингвистике текста // Студент – исследователь – учитель: материалы 25-й Межвузовской студенческой научной конференции, Санкт-Петербург, 3-17 апреля 2023 года. СПб., 2024.
13. Цуканов Е. А. Карикатура как форма гностической деструкции бытия: массмедийный аспект // Art Logos. 2024. № 3 (28). https://doi.org/10.35231/25419803_2024_3_208
14. Шерина Д. О. Коммуникативная аттракция как прагматический базис позитивного речевого общения (на материале немецкого языка) // Известия Смоленского государственного университета. 2026. № 1 (73).
15. Kühne O. Ironie als Modus der Kommunikation und ihre Operationalisierung als Satire in Form einer Praxis der Karikatur // Schöner Scheitern in der Wissenschaft. Wiesbaden: Springer, 2025.
16. Makowska M. Beschriebene Bilder – Bebilderte Sprache. Zur Materialität und Medialität von Sprache-Bild-Texten am Beispiel von deutschen Demotivatoren // Germanica Wratislaviensia 139. Acta Universitatis Wratislaviensis No 3598. Kategorien und Konzepte. – Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2014.
17. Stöckl H. Die Sprache im Bild – Das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text. Konzepte – Theorien – Analysemethoden. Berlin – N. Y.: De Gruyter, 2004.

Информация об авторах | Author information



Шерина Дарья Олеговна¹

¹ Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена, г. Санкт-Петербург



Darya Olegovna Sherina¹

¹ The Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg

¹ daryatupkalo@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 08.06.2026; опубликовано online (published online): 28.07.2026.

Ключевые слова (keywords): немецкоязычный карикатурный дискурс; поликодовый текст; коммуникативно-речевая аттракция; интермедийные тактики аттракции; позитивная коммуникация; German-language caricature discourse; polycode text; communicative-speech attraction; intermedial tactics of attraction; positive communication.