

Политическая лингвистика. 2025. № 6 (114).  
*Political Linguistics*. 2025. No 6 (114).

УДК 81'42+81'38+81'27

ББК Ш105.51+Ш105.551.5+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.33; 16.21.27

Код ВАК 5.9.8

Екатерина Львовна Кабахидзе<sup>1✉</sup>, София Мерабовна Гулеишвили<sup>2✉</sup>

<sup>1,2</sup> Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия

<sup>1</sup> kkabakhidze@gmail.com✉, SPIN-код: 1469-7298

<sup>2</sup> sopo-guliko@mail.ru✉, SPIN-код: 7320-0559, <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

## Языковая игра в политическом медиадискурсе (на материале политических карикатур на Дональда Трампа и Карла Нехаммера)

**АННОТАЦИЯ.** *Антропоцентрическая парадигма в языкознании и неугасающий интерес к семиотическим аспектам коммуникации вкупе с динамично развивающейся методологией когнитивных наук позволяют проводить качественные исследования текстов гетерогенной природы, в которых максимально раскрывается творческая потенция Homo Ludens. Игра как онтологическая структура и гносеологическая форма бытия человека манифестируется в коммуникативной деятельности, языковых играх индивида и общества. Визуальный поворот в культуре и искусстве XXI века помещает игру в рамки полимодальных текстов, которые, синтезируясь с приемами языковых игр на всех уровнях языка, получают суггестивное измерение. Языковая игра в полимодальных текстах активизирует процесс познания, восприятия образов, привлекая внимание к внешнему алогизму, вызывает когнитивный диссонанс, одновременно оказывая эмоциональное воздействие.*

*В статье рассматривается языковая игра в политических карикатурах на президента США Дональда Трампа и канцлера Австрии Карла Нехаммера. При проведении анализа важно было обратить внимание прежде всего на приемы языковой игры, использованные автором, уровни языка, к которым они относятся, и влияние языковой игры на восприятие содержания карикатуры. Исследование подтверждает значимость поликодовых текстов, содержащих языковую игру, в политическом медиадискурсе. Выявлена недостаточная изученность их суггестивного потенциала, необходимость прояснения приемов языковой игры.*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** политическая лингвистика, политический дискурс, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, медиаобразы, языковая игра, приемы языковой игры, поликодовые тексты, политическая карикатура, политические деятели, американские президенты, канцлеры.

**ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:** Кабахидзе Екатерина Львовна, кандидат философских наук, доцент, кафедра лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации, факультет иностранных языков и регионоведения, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 119234, Россия, Москва, Ленинские горы, 1, стр. 13 (IV гуманитарный корпус), email: kkabakhidze@gmail.com.

Гулеишвили София Мерабовна, аспирант, кафедра лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации, факультет иностранных языков и регионоведения, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; 119234, Россия, Москва, Ленинские горы, 1, стр. 13 (IV гуманитарный корпус), email: sopo-guliko@mail.ru.

**ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:** Кабахидзе, Е. Л. Языковая игра в политическом медиадискурсе (на материале политических карикатур на Дональда Трампа и Карла Нехаммера) / Е. Л. Кабахидзе, С. М. Гулеишвили. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2025. — № 6 (114). — С. 92-101.

Ekatereina L. Kabakhidze<sup>1✉</sup>, Sofiiia M. Guleishvili<sup>2✉</sup>

<sup>1,2</sup> Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

<sup>1</sup> kkabakhidze@gmail.com✉, SPIN code: 1469-7298

<sup>2</sup> sopo-guliko@mail.ru✉, SPIN code: 7320-0559, <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

## Language Game in Political Media Discourse (As Exemplified by Political Cartoons of Donald Trump and Karl Nehammer)

**ABSTRACT.** *The anthropocentric paradigm in linguistics and the unquenchable interest in the semiotic aspects of communication, coupled with the dynamically developing methodology of cognitive sciences, allow conducting high-quality studies of heterogeneous texts, in which the creative potential of Homo Ludens is revealed to the full. Game as an ontological structure and epistemological form of human existence is manifested in communicative activity – in language games of the individual and society. The visual turn in the culture and art of the 21<sup>st</sup> century places game within the framework of poly-modal texts, which, synthesizing with the techniques of language games at all levels of the language, receive a suggestive dimension. Language game in polymodal texts activates the process of cognition and perception of images, drawing attention to external alogism, and causes cognitive dissonance, while simultaneously exerting emotional impact.*

*The article examines language game in political cartoons depicting US President Donald Trump and Austrian Chancellor Karl Nehammer. When conducting the analysis, it was important to identify the techniques of the language game used, the levels of language to which they relate, and the influence of the language game on the perception of the content of the car-*

toon. The study underlines the importance of polycode texts containing language game in political media discourse and reports insufficient knowledge of their suggestive potential, as well as the need to clarify language game techniques.

**KEYWORDS:** *political linguistics, political discourse, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, media images, language game, language game techniques, polycode texts, polycode cartoon, politicians, American presidents, chancellors.*

**AUTHOR'S INFORMATION:** *Kabakhidze Ekaterina Lvovna, Candidate of Philosophy, Associate Professor of Department of Linguistics, Translation Studies and Intercultural Communication, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.*

*Guleishvili Sofiya Merabovna, PhD Student, Department of Linguistics, Translation Studies and Intercultural Communication, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.*

**FOR CITATION:** *Kabakhidze E. L., Guleishvili S. M. (2025). Language Game in Political Media Discourse (As Exemplified by Political Cartoons of Donald Trump and Karl Nehammer). In *Political Linguistics*. No 6 (114), pp. 92-101. (In Russ.).*

Современный политический медиадискурс характеризуется динамичным развитием как в техническом плане (распространение Интернета и интернет-СМИ), так и в языковом (экспансия заимствований из других языков, обилие неологизмов, стремление к языковой игре, дисфемизации, скрытой оценочности и др.). В эпоху постмодернизма расширяются текстовые границы, происходит переосмысление формальных и содержательных характеристик текста в игровой форме, способствующей множественной интерпретации и созданию альтернативных миров в сознании реципиента.

В современной лингвистике растет интерес к проявлениям творческого начала в языке — в частности, к языковой игре, сложность которой заключается в многоплановости подходов к интерпретации содержания, механизмов, функций. К актуальным проблемам языкознания причисляются вопросы, связанные с индивидуально-личностными особенностями кодирования информации, трансформацией единиц языка в единицы речи.

Осмысление феномена языковой игры можно найти в работах таких авторов, как В. З. Санников (языковая игра у исследователя рассматривается как лингвальный эксперимент), Е. А. Земская, М. А. Китайгородская, Н. Н. Розанова (изучают языковую игру в разговорной речи), Б. Ю. Норман (рассматривает феномен как отражение асимметрии языкового знака), Е. В. Красильникова (анализирует явление в микроколлективах), Г. Г. Почепцов, А. Н. Лук (подходят к языковой игре как показателю чувства юмора), И. В. Зыкова, Т. А. Гридина (рассматривают языковую игру в аспекте лингвокреативности), а также Н. Д. Арутюнова, Э. М. Береговская, В. В. Виноградов, Н. Д. Голев, В. В. Овсянников, Е. В. Падучева, А. П. Сквородников, В. И. Шаховский и др.

Одной из фундаментальных работ, посвященных языковым играм, стала монография «Русский язык в зеркале языковой игры» В. З. Санникова, изучившего этот фе-

номен на разных уровнях языка. Исследователь рассматривает явление как «вид лингвистического эксперимента», основанного на «знании системы единиц языка, нормы их использования и способов творческой интерпретации этих единиц»; это «сознательное манипулирование языком, построенное на необычности использования языковых средств» [Санников 1999: 15], то есть отношение говорящего имеет в языковой игре ключевое значение. Языковая игра подразумевает воздействие на слово, всяческую его деформацию (при сохранении свежести восприятия, «рефлексии над постоянно проходящей через сознание автора массой языковых знаков» [Санников 1999: 78]).

Немаловажное значение по отношению к языковой игре имеет контекст. В принципе он призван ограничить семантический потенциал языкового знака и решить проблемы многозначности, прояснить содержание высказывания. Однако в случае языковой игры контекст, наоборот, стимулирует многозначность, поскольку любой потенциальный смысл может быть развит в данном контексте.

В языковой игре важна также «неправильность, сознаваемая говорящим (пишущим) и намеренно допускаемая» [Санников 1999: 23]. Причем реципиент должен осознавать, что это умышленная неправильность — в противном случае он воспримет ее как неточность, а не как игру.

Языковая игра создается посредством различных приемов. Мы рассматриваем их в границах традиционно выделяемых уровней языка: фонетический, графический, морфологический, синтаксический, словообразовательный, лексический, прагматический, уровень стилистики и структуры текста (В. З. Санников, Т. А. Гридина, Е. А. Земская и др.).

Рассмотрев первый ключевой теоретический аспект — языковую игру, — мы приблизились к поликодовым текстам.

Для удержания внимания потребителя информации теперь недостаточно линейной последовательности слов, какую бы глубокую

мысль они ни передавали [Попова, Колесова 2020: 85]. В связи с различными технологическими, социальными и лингвистическими факторами текст стал гетерогенным. Появились понятия «поликодовый текст», «полимодальный текст», «мультимодальный текст», «креолизованный текст», «лингво-визуальный текст», «вербально-визуальный текст», «смешанный текст», «контаминированный текст», «изовербальный текст», «интерсемиотический текст», «текст новой природы» (Е. Е. Анисимова, В. М. Березин, А. А. Бернацкая, Л. С. Большаянова, Н. С. Валгина, Г. В. Ейгер, А. Ю. Зенкова, Е. И. Казакова, О. Л. Каменская, Э. А. Лазарева, Н. В. Месхишвили, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Р. О. Якобсон и др.).

Причина распространенности подобных текстов может заключаться в «многомодальности» современной коммуникации, а средоточие поликодовых и полимодальных текстов в таких жанрах, как реклама, политический плакат, социальный плакат — в суггестивном потенциале текстов семиотически гетерогенной природы [Ирисханова 2012]. Также рост популярности может быть связан с высокой дидактической эффективностью таких текстов: «То, что передается текстовым сообщением, усваивается лишь на 7 %, аудиокод увеличивает процент усвоения до 38, а визуальный образ — до 55, и процент людей, ориентированных на аудиовизуальный код, постепенно увеличивается» [Попова, Колесова 2020: 84].

Для формирования более глубинного понимания сущности гетерогенных текстов рассмотрим разницу между наиболее часто употребляемыми в их отношении в российском научном поле терминами — «поликодовость» и «полимодальность».

Поликодовый текст предполагает наличие разных семиотических систем (в отличие от монокодового) [Пиле 2017]. Это единство естественного языка с кодом некоей иной семиотической системы [Габдрафикова 2017], то есть тексты, в которых сообщение закодировано при помощи разнородных вербальных и невербальных компонентов. Оппозиция монокодовых и поликодовых текстов была выделена в 1970-х; понятие «поликодовость» введено Г. В. Ейгером и В. Л. Юхтом. К жанрам поликодовых текстов относятся, например, карикатуры, рекламные тексты, комиксы, плакаты, постеры.

Различие поликодовых и полимодальных текстов заключается в том, что вторые «читаются» при помощи различных модальностей — «типов внешних стимулов, воспринимаемых одним из чувств человека» [Кибрик 2010: 4]. К каналам восприятия информации относятся зрительный, аудиаль-

ный, обонятельный, кинестетический, тактильный, вестибулярный [Галкина, Филатова, Юсаяев 2021]. Отметим также, что полимодальный текст является поликодовым (тоже предполагает наличие разных семиотических систем, вербальных и невербальных компонентов). К примерам полимодальных текстов можно отнести, например, видеолекции, где экстралингвистические факторы (жесты, мимика, позы, композиция, анимация и др.) обращены к зрительной системе, а вербальные и паралингвистические факторы (темп, тембр речи, интонация и др.) — к аудиальной [Галкина, Филатова, Юсаяев 2021].

Согласно Алану Пайвио, мышление имеет дуальную природу, в основе которой двоичный код мысли — вербальный (единица мышления — логогены) и визуальный (единица мышления — имагены). Таким образом, полимодальные тексты являются наиболее гармоничными в процессе восприятия, так как апеллируют напрямую к вербальной и визуальной структурам мысли [Пайвио 2010].

Данное исследование посвящено поликодовым — предполагающим наличие разных семиотических систем — текстам в политической коммуникации.

Для современного политического дискурса (А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич, А. П. Чудинов) характерно использование идеологически насыщенных поликодовых текстов. Французский философ Гюстав Лебон утверждал, что толпа мыслит образами, и воздействие на аудиторию наиболее эффективно, когда образ сочетается со знаково-символьной природой [Лебон 2017: 6]. При этом изображение более императивно, чем слово, оно «навязывает свое значение целиком и сразу, не анализируя его, не дробя на составные части... оно образует высказывание» [Барт 1994: 75]. Поликодовые тексты ориентированы не только на трансляцию внятного идейно-политического содержания, но и на эмоциональный отклик. Чем больше компонентов подобного текста выражает определенное политическое значение, тем выше интерактивность коммуникации — вовлеченность в процесс дешифровки, обратная связь, расширение аудитории [Буденкова, Савельева, Князюк 2023].

В политическом медиадискурсе встречаются такие жанры поликодовых текстов, как плакат, граффити, листовка. Особое место здесь занимает карикатура. В ней в утрированной, шуточной форме изображаются черты политиков, партий и других политических акторов. Ее появление вызвано критическим отношением к официальному

дискурсу и определенным политическим взглядам, десакрализацией политических ценностей [Шейгал 2000]. Карикатура является «проявлением карнавальности в политической коммуникации»<sup>1</sup> и обладает «могучей животворной преобразующей силой» [Бахтин 1963: 143]. Спаянность вербального и визуального в политической карикатуре дает возможность исследования данного феномена в качестве визуальной когнитивной метафоры, в которой сливаются и выступают неделимым единством сфера-источник и сфера-мишень, оказывая суггестивное воздействие на интерпретирующее сознание [Kabakhidze 2024: 1093].

Коммуникативная цель политической карикатуры — подвергнуть политического деятеля, партию или событие критике или осмеянию и посредством этого манипулировать общественным сознанием. Тема, которой посвящена карикатура, всегда характеризуется злободневностью, искаженным и преувеличенным представлением чего-либо для создания комического эффекта. В условиях идеального демократического общества адресат положительно реагирует на развенчивание образа политического деятеля или политической ситуации в карикатуре<sup>2</sup>.

Отметим, что благодаря поликодовости, которая обеспечивается карикатурой, порой трудная для восприятия политическая информация высказывается более понятно. Поликодовость содействует автору в донесении информации до реципиента, активизирует процесс восприятия образов, привлекая внимание к внешнему алогизму и в то же время важному для «разгадывания» смысла подтексту.

Политические карикатуры создают семиотическую реальность, обладающую значительным влиянием на реципиента. При этом суггестивный потенциал карикатуры может быть выражен по-разному. Интенциональное воздействие автора бывает информативно-воспроизводящего (удивление, выражение согласия или несогласия, поддержка, неприятие), эмотивно-консолидирующего (привлечение внимания, успокоение аудитории, оправдание, самопрезентация), манипулятивного (оскорбление, устрашение, дискредитация, морализаторство), волюнтарно-директивного (побуждение к действию, предупреждение о последствиях, отвод обвинений) или контрольно-реактивного типа (выражение одобрения, сарказм, критика, ирония) [Радина 2021].



Рис. 1. Solang es nur Geringverdiener trifft, ist es der Regierung wohl egal («Пока это касается только малообеспеченных граждан, правительству, видимо, все равно»)

<sup>1</sup> Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002. С. 74.

<sup>2</sup> Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2002. 237 с.



Рис. 2. Gute, alte Tradition («Старая добрая традиция»)

Далее рассмотрим 6 карикатур, посвященных политическим лидерам США и Австрии — Дональду Трампу и Карлу Нехаммеру. Нам важно было обратить внимание на семиотическую составляющую, приемы языковой игры, примененные автором, уровни языка, к которым относятся использованные приемы языковой игры, а также эффект, производимый на реципиента при ее помощи.

Рассмотрим карикатуры, посвященные Карлу Нехаммеру — федеральному канцлеру Австрии с декабря 2021 по январь 2025 года.

Карикатура на рис. 1 опубликована в марте 2022 г. в австрийском журнале социально-демократической направленности Kontrast.at. Изображен расчет посетителей в ресторане. Официант, в качестве которого выступает Нехаммер, перечисляет все «заказанное»: высокие цены на энергоносители, рост стоимости жилья и продуктов питания, санкции против России, сокращение количества продовольственных товаров, увеличение военных расходов, ведение кампании по борьбе с коронавирусом. Ко всему этому прилагается также коррупционная надбавка. Гости, расплачиваясь, отвечают на это: «Но ведь наша тарелка была почти пуста!»

Автор карикатуры показывает канцлера как человека, при котором социо-экономическое состояние Австрии значительно ухудшилось, а также обвиняет его в коррупционных действиях. Перлокутивный эффект усиливается благодаря использованию ряда однородных дополнений, семантически объединенных темой роста цен. Также формирование негативного отношения аудитории к политику происходит благодаря такому приему языковой игры на фонетическом уровне, как

ассонанс и аллитерация: в реплике расплачивающегося мужчины обыгрываются гласные и согласные звуки слов *Teller* (тарелка) и *leer* (пустой), благодаря чему усиливается ритмичность фразы и вместе с тем комический эффект. Этот прием оказывает эмоциональное воздействие на аудиторию, делая текст приятнее для слуха и легче для восприятия.

Карикатура на рис. 2 опубликована 2 октября 2024 г., когда срок пребывания Нехаммера в должности уже истек, на сайте известного австрийского карикатуриста Оливера Шопфа. Автор сопровождает изображение следующими словами: *Bundeskanzler Karl Nehammer schlägt zwei Tage nach der Wahl der FPÖ vor, als Sieger die Sondierungsgespräche zu beginnen* («Через два дня после победы на выборах АПС федеральный канцлер Карл Нехаммер предлагает ей начать договариваться»).

В левой части изображения видим канцлера, заявляющего: *Der Wahlsieger soll sondieren* («Победитель должен вступить в переговоры по созданию коалиционного правительства»). Директив, выраженный глаголом «sollen», который в немецком языке содержит сему приказ, обязанность, долженствование, используется автором карикатуры для придания ироничного оттенка, создавая оксюморон, так как победителя выборов Нехаммер буквально «обязывает» вступить в переговорный процесс по созданию коалиции с партией власти. В правой части карикатуры изображены Нехаммер, бегающий вокруг него с тростью Герберт Кикль — председатель Австрийской партии свободы, которая одержала победу на парламентских

выборах за несколько дней до этого, — и несколько мужчин, на которых Нехаммер показывает пальцем со словами: *Da drüben — auch sondieren!* («С ними тоже вступить в переговоры!»). Сферой-источником метафорической экспансии выступает техносфера, в которой глагол «sondieren» используется для тонких точечных исследований. Иными словами, вступить в переговоры — осуществить точный и тонкий анализ окружающей среды для принятия решений о последующих шагах.

На карикатуре на рис. 3, опубликованной в популярной австрийской газете *Neue Zeit*, изображено интервью Нехаммера с журналистом. Сначала канцлера спрашивают: *Herr Kanzler, wie steht es um den Kampf gegen die Armut?* («Господин канцлер, как обстоят дела с борьбой с бедностью?»). Нехаммер отвечает: *Wir gewinnen!* («Мы побеждаем!»). Второй вопрос журналиста — *Aber was ist mit der wachsenden Zahl armer Menschen?* («Но как быть с ростом числа бедного населения?»). На этот раз ответ Нехаммера следующий: *Die Verlieren!* («Те проигрывают!»).

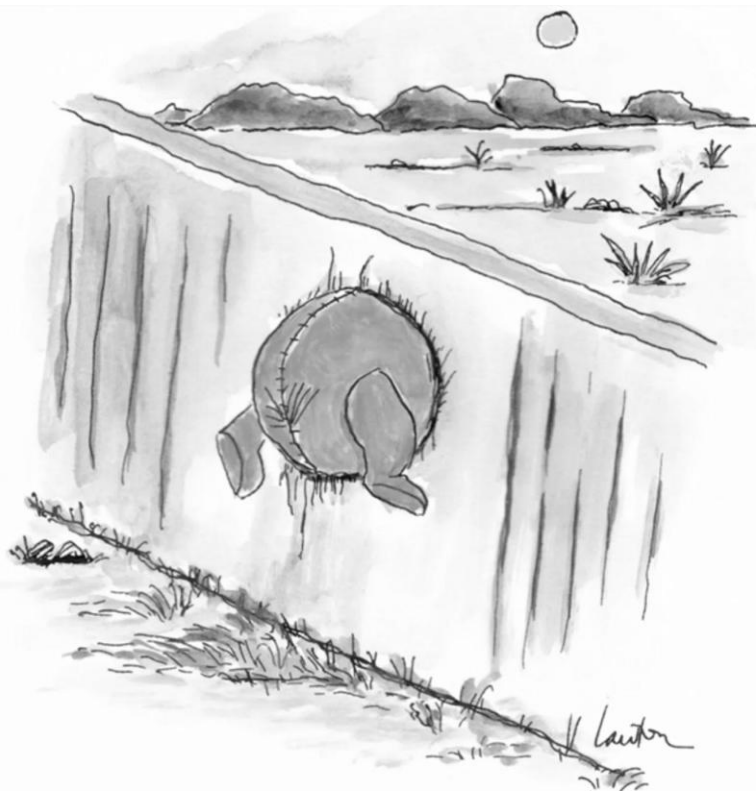
Языковая игра в данном случае реализуется на лексическом уровне. Комический эффект создается дихотомией местоимений «мы» и «те», реализуя типичное для политического дискурса противопоставление «свой» — «чужой», при этом в оригинальном тексте роль указательного местоимения «те» выполняет артикль «die» в дейктической функции, указывая на конкретного референта «бедняки Австрии», с одной стороны, и на имплицитного референта — обеспеченное население, к числу которых относит себя и сам Нехаммер.

Далее проанализируем карикатуры, центральным персонажем в которых является Дональд Трамп. Рассмотренные ниже примеры были опубликованы во время его первого президентского срока — с января 2017 по январь 2021 года, — в американской качественной прессе, журнале «Нью-Йоркер».

Карикатура на рис. 4 была опубликована 24 января 2018 г. В это время Трамп принимает критиковавшееся многими решение построить Американско-мексиканскую стену. Здесь президент принимает облик беспомощного Винни Пуха, застрывшего в заборе.



Рис. 3. Wie der Kanzler gegen die Teuerung kämpft («Так канцлер борется с инфляцией»)



*Chapter 369: in which President Pooh gets stuck in his border wall.*

**Рис. 4.** Chapter 369: in which President Pooh gets stuck in his border wall  
(«Глава 369: в которой президент Пух застревает в своей пограничной стене»)

Автор стремится представить данное политическое решение Трампа как нелепое. В этом ему способствует не только невербальный элемент, но и подпись к карикатуре — *Chapter 369: in which President Pooh gets stuck in his border wall*. Здесь наблюдаем использование таких приемов языковой игры, как аллюзия, интертекстуальность, аллитерация. Название главы из книги о Винни-Пухе (*Chapter In Which Pooh Goes Visiting and Gets into a Tight Place*) содержит аллюзию на политическую ситуацию (упоминание стены на границе США с Мексикой). Это способствует созданию комического эффекта и критического контекста: подчеркивается нелепость ситуации, связанной с пограничной стеной, которую строил Трамп. Автор карикатуры выбирает в качестве прототипа президента Трампа Винни-Пуха (безусловно, в его аутентичном варианте и с чертами личности, придуманными британским писателем Аланом Милном, не российского «топтыгина», говорящего голосом Е. Леонова) по нескольким причинам. Так, семиотическим основанием отождествления выступают и внешние характеристики Винни-Пуха (желтый окрас, который так напоминает цвет волос Трампа, лишней вес), но более интерес-

ным представляется отождествление с внутренними качествами медвежонка, который, согласно ряду зарубежных публикаций по психологии и литературоведению, имеет несколько отклонений — импульсивность и навязчивые состояния и обсессивно-компульсивный синдром, а также характеризуется крайней степенью эгоистичности.

На карикатуре на рис. 5 видим буквально выливающегося из самолета президента. Его тело — огромное и бесформенное — напоминает жидкость, а лицо не выражает никаких эмоций.

Критика в адрес Трампа выражена, в частности, в подписи к карикатуре — *A man of substance* — с помощью такого приема языковой игры, как сарказм на лексическом уровне, выраженный полисимией лексической единицы «substance» в составе идиомы «a man of substance». Устойчивое выражение «man of substance» обыкновенно используется для обозначения авторитетного, уважаемого и богатого человека. При этом слово *substance*, учитывая визуальный элемент, в данной карикатуре воспринимается буквально, то есть как вещество, субстанция. Автор использует прямую номинацию, а не ее переносное значение — позиционирует

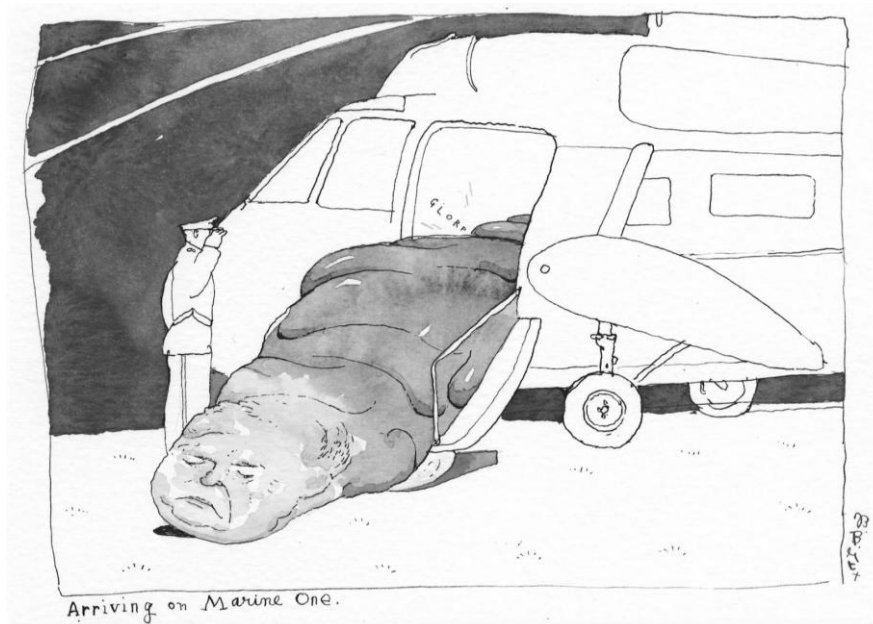
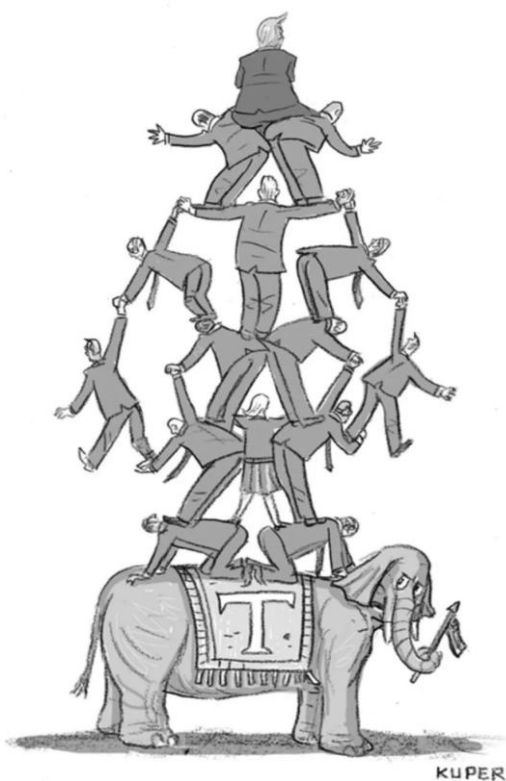


Рис. 5. A man of substance («Человек-субстанция»)



*“How much longer do we have to keep this up?”*

Рис. 6. How much longer do we have to keep this up? («Сколько еще нам вот так стоять?»)

президента не как уважаемого человека, а как нечто бесформенное, неспособное на физическую и тем более интеллектуальную активность.

Не менее любопытна карикатура на рис. 6, опубликованная 16 ноября 2020 г. Президент изображен сидящим на пирамиде из

людей, стоящей на слоне — символе Республиканской партии.

Карикатура вновь является критикой на Трампа, который, по мнению автора, представляется тяжелой ношей для всей партии и — шире — народа. Наблюдаем использование сразу нескольких приемов языковой

игры. Так, на уровне стилистики и структуры текста происходит обыгрывание фразового глагола *keep up*. *Keep up* может быть использован в значении «поддерживать», «продолжать» (персонажи на пирамиде буквально удерживают Трампа на вершине, то есть признают его политический курс). Но если добавить к *keep up* предлог *with*, то выражение обретет значение «терпеть» или «мириться с чем-то». В этом случае фраза *How much longer do we have to keep this up?* может быть понята в переносном смысле, как выражение усталости и разочарования в политике Трампа. Выражение *keep this up* может быть рассмотрено в данном контексте в виде эффемизма, камуфлирующего прямой вопрос о том, как долго еще Трамп будет сидеть верхом на республиканцах.

Политические карикатуры, объединяющие в себе вербальный и визуальный коды и обеспечивающие многомодусность коммуникации, активно используются в современном политическом медиадискурсе. Поликодовые тексты имеют большой суггестивный потенциал. Они апеллируют и к эмоциям, и к разуму, различными способами воздействуют на реципиента и манипулируют массовым сознанием. Одним из наиболее ярких и эффективных способов воздействия является языковая игра, основанная на полисемии, рифме, антитезе, антонимах и других приемах. Это явление, представляющее собой намеренное отклонение от языковой нормы, содействует автору в донесении информации до реципиента, активизирует процесс восприятия образов, привлекая внимание к внешнему алогизму и в то же время важному для «разгадывания» смысла подтексту. Политическая карикатура, содержащая в себе языковую игру, способствует осмыслению актуальных политических событий.

#### ИСТОЧНИКИ

1. Die Neue Zeit. — URL: <https://neuezeit.at> (дата обращения: 17.03.25).
2. Kontrast.at. — URL: <https://kontrast.at> (дата обращения: 17.03.25).
3. Oliver Schopf politische Karikaturen. — URL: <https://www.oliverschopf.com> (дата обращения: 17.03.25).
4. The New Yorker. — URL: <https://www.newyorker.com> (дата обращения: 17.03.25).

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Барт, Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. — Москва : Прогресс, 1994. — С. 72–130. — ISBN 5-01-004408-0.
2. Бахтин, М. М. Проблемы поэтики Достоевского / М. М. Бахтин. — Изд. 2-е. — Москва : Художественная литература, 1963. — 448 с. — EDN VQMUQJ.
3. Буденкова, В. Е. Поликодовый текст как средство политической идентификации: анализ российской блогосферы / В. Е. Буденкова, Е. Н. Савельева, О. В. Князюк // Слово.ру: балтийский акцент. — 2023. — Т. 14, № 2. — С. 115–138. — DOI 10.5922/2225-5346-2023-2-7. — EDN LOGNFX.
4. Габдрафикова, Т. Ш. Мультиmodalность речевой агрессии в виртуальной среде / Т. Ш. Габдрафикова // Филоло-

гические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 7. — Ч. 3. — С. 76–79. — EDN YUCGED.

5. Галкина, С. Ф. Поликодовые и полиmodalные тексты в профессионально ориентированном обучении РКИ / С. Ф. Галкина, В. И. Филатова, А. С. Юсаяев // Мир русского слова. — 2021. — № 3. — С. 103–112. — DOI 10.24412/1811-1629-2021-3-103-112. — EDN RCQKJT.

6. Ирисханова, О. К. Семиотика плаката в социокогнитивном освещении: лейбористы, капиталисты и углеродные следы / О. К. Ирисханова // Актуальные проблемы английского языкознания : сб. науч. статей. К юбилею профессора О. В. Александровой / под ред. Т. А. Комовой, Д. С. Мухортова. — Москва : Макс Пресс, 2012. — С. 319. — EDN VQVQTV.

7. Кибрик, А. А. Мультиmodalная лингвистика / А. А. Кибрик // Когнитивные исследования — IV. — Москва : ИП РАН, 2010. — С. 134–152. — EDN SMRPED.

8. Ларионова, М. В. Семиотика визуальной метафоры в мексиканском электоральном дискурсе: на примере президентской избирательной кампании 2024 г. / М. В. Ларионова, С. К. Мосина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2024. — Т. 15. — № 3. — С. 1021–1039. — DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-3-1021-1039. — EDN KFYAXU.

9. Лебон, Г. Психология народов и масс / Г. Лебон. — Москва : АСТ, 2017.

10. Некрасова, Е. Д. К вопросу о восприятии полиmodalных текстов / Е. Д. Некрасова // Вестник Томского государственного университета. — 2014. — № 378. — С. 45–48. — EDN RZCHTJ.

11. Пиле, И. А. Текст как поликодовое явление / И. А. Пиле // Дизайн СМИ: тренды XXI века / МГУ. — 2017. — № 3. — С. 67–76. — EDN YQOTVB.

12. Попова, Т. И. Поликодовый vs вербальный текст в академическом лекционном дискурсе / Т. И. Попова, Д. В. Колесова // Общество. Коммуникация. Образование. — 2020. — Т. 11, № 3. — С. 78–87. — DOI 10.18721/JHSS.11306. — EDN FJVWTK.

13. Радина, Н. К. Междисциплинарный классификатор для количественных медиаисследований на материале политических карикатур / Н. К. Радина // Медиаскоп. — 2021. — Вып. 3. — URL: <http://www.mediascope.ru/2723> (дата обращения: 17.03.25). — DOI 10.30547/mediascope.3.2021.8. — EDN RQDBWL.

14. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. — Москва : Языки русской культуры, 1999. — 541 с. — ISBN 5-7859-0077-7.

15. Словицова, Е. Л. Синергетические категории дискурса (на материале рекламного дискурса) / Е. Л. Словицова, М. Н. Ельцова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2012. — № 2 (18). — С. 67–83. — EDN OZMIXR.

16. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Волгоград : Перемена, 2000. — 368 с. — EDN NLROTZ.

17. Kabakhidze, E. L. Philosophical and cognitive aspects of visual metaphor in political discourse / E. L. Kabakhidze // RUDN Journal of Philosophy. — 2024. — № 28 (4). — P. 1086–1105. — DOI 10.22363/2313-2302-2024-28-4-1086-1105. — EDN JZRHUZ.

18. Paivio, A. Dual coding theory and the mental lexicon / A. Paivio // Mental Lexicon. — 2010. — No 5. — P. 205–230. — DOI 10.1075/ml.5.2.04pai.

#### MATERIALS

1. Die Neue Zeit. Available at March 17, 2025 from <https://neuezeit.at>.
2. Kontrast.at. Available at March 17, 2025 from <https://kontrast.at>.
3. Oliver Schopf political cartoons = Oliver Schopf politische Karikaturen. Available at March 17, 2025 from <https://www.oliverschopf.com>.
4. The New Yorker. Available at March 17, 2025 from <https://www.newyorker.com>.

#### REFERENCES

1. Barthes, R. (1994). Selected Works. Semiotics. Poetics. Moscow: Progress. ISBN 5-01-004408-0.

2. Bakhtin, M. M. (1963). Problemy poetiki Dostoevskogo = Problems of Dostoevsky's Poetics. Ed. 2<sup>nd</sup>. Moscow: Khudozhestvennaia literatura, 448 s. EDN VQMUQJ.
3. Budenkova, V. E., Savel'eva, E. N., Kniaziuk, O. V. (2023). Polikodovyi tekst kak sredstvo politicheskoi identifikatsii: analiz rossiiskoi blogosfery = Polycode text as a means of political identification: an analysis of the Russian blogosphere. *Slovo.ru: Baltic Accent*, 14(2), 115–138. DOI 10.5922/2225-5346-2023-2-7. EDN LOGNFX.
4. Gabdrifikova, T. Sh. (2017). Mul'timodal'nost' rechevoi aggressii v virtual'noi srede = Multimodality of speech aggression in a virtual environment. *Philological Sciences. Theoretical and Practical Issues*, 7(part 3), 76–79. EDN YUCGED.
5. Galkina, S. F., Filatova, V. I., Iusiae, A. S. (2021). Polikodovy i polimodal'nye teksty v professional'no orientirovannom obuchenii RKI = Polycode and polymodal texts in professionally oriented RCT training. *The World of the Russian Word*, 3, 103–112. DOI 10.24412/1811-1629-2021-3-103-112. EDN RCQKJT.
6. Iriskhanova, O. K. (2012). Semiotika plakata v sotsiokognitivnom osveshchenii: leiboristy, kapitalisty i uglerodnye sledy = Poster semiotics in sociocognitive lighting: labor, capitalists, and carbon footprints. *Current Issues in English Linguistics. A Collection of Scientific Articles. On the Anniversary of Professor O. V. Alexandrova* (edited by T. A. Komova, D. S. Mukhortov), 319. Moscow: Maks Press. EDN VQVQTV.
7. Kibrik, A. A. (2010). Mul'timodal'naia lingvistika = Multimodal linguistics. *Cognitive Research — IV*, 134–152. Moscow: IP RAN. EDN SMRPED.
8. Larionova, M. V., Mosina, S. K. (2024). Semiotika vizual'noi metafory v meksikanskom elektoral'nom diskurse: na primere prezidentskoi izbiratel'noi kampanii 2024 g. = Semiotics of visual metaphors in Mexican electoral discourse: based on the 2024 presidential election campaign. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Language Theory. Semiotics. Semantics*, 15(3), 1021–1039. DOI 10.22363/2313-2299-2024-15-3-1021-1039. EDN KFYAXU.
9. Lebon, G. (2017). Psikhologiya narodov i mass = Psychology of peoples and masses. Moscow: AST.
10. Nekrasova, E. D. (2014). K voprosu o vospriiatii polimodal'nykh tekstov = On the issue of perception of polymodal texts. *Bulletin of Tomsk State University*, 378, 45–48. EDN YQOTVB.
11. Pile, I. A. (2017). Tekst kak polikodovoe iavlenie = Text as a polycode phenomenon. *Media Design: 21st Century Trends*, 67–76. MGU. EDN YQOTVB.
12. Popova, T. I., Kolesova, D. V. (2020). Polikodovyi vs verbal'nyi tekst v akademicheskom lektсионном diskurse = Polycode vs verbal text in academic lecture discourse. *Society. Communication. Education*, 11(3), 78–87. DOI 10.18721/JHSS.11306. EDN FJWVTK.
13. Radina, N. K. (2021). Mezhpredmetnyi klassifikator dlia kolichestvennykh mediaissledovani na materiale politicheskikh karikatur = Interdisciplinary classifier for quantitative media studies based on political cartoons. *Mediascope*, 3. Available at March 17, 2025 from <http://www.mediascope.ru/2723>. EDN RQDBWL.
14. Sannikov, V. Z. (1999). Russkii iazyk v zerkale iazykovoi igry = Russian language in the mirror of wordplay. Moscow: Languages of Russian Culture, 541 p. ISBN 5-7859-0077-7.
15. Slovikova, E. L., El'tsova, M. N. (2012). Sinergeticheskie kategorii diskursa (na materiale reklamnogo diskursa) = Synergetic categories of discourse (based on advertising discourse). *Bulletin of Perm University. Russian and Foreign Philology*, 2(18), 67–83. EDN OZMIXR.
16. Sheigal, E. I. (2000). Semiotika politicheskogo diskursa = Semiotics of political discourse. Volgograd: Peremena, 368 p. EDN NLROTZ.
17. Kabakhidze, E. L. (2024). Philosophical and cognitive aspects of visual metaphor in political discourse. *RUDN Journal of Philosophy*, 28(4), 1086–1105.
18. Paivio, A. (2010). Dual coding theory and the mental lexicon. *Mental Lexicon*, 5, 205–230. DOI 10.1075/ml.5.2.04pai.