

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА /
THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS

DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32>

АКТУАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ «НАТАША И КОТЫ» В ДЕМОТИВАТОРАХ, ПОСВЯЩЕННЫХ МАССОВОЙ
САМОИЗОЛЯЦИИ И ПАНДЕМИИ COVID-19

Научная статья

Левит А.А.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-1188-3473;

¹ Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (apple_6991[at]mail.ru)

Аннотация

Настоящая статья посвящена изучению демотиваторов, относящихся к массовой самоизоляции и пандемии COVID-19, получивших широкое распространение в интернет-пространстве. Представлены некоторые подходы к систематизации данных поликодовых текстов на основе реализуемых в них композиционных моделей. Рассмотрена специфика одной из часто реализуемых моделей в демотиваторах, посвященных самоизоляции, «Наташа и коты», рассмотрены события, которые нашли отражение в содержании демотиваторов, построенных по данной модели. Рассмотрев около 100 демотиваторов, мы пришли к выводу, что создание такого значительного числа интернет-мемов на основе одной определенной модели позволяет ей при благоприятных условиях вновь актуализироваться.

Ключевые слова: демотиватор, интернет-мем, креолизованный текст, поликодовый текст, полимодальный текст.

THE ACTUALIZATION OF THE "NATASHA AND CATS" MODEL IN DEMOTIVATORS DEDICATED TO MASS
SELF-ISOLATION AND THE COVID-19 PANDEMIC

Research article

Levit A.A.^{1,*}

¹ ORCID : 0000-0002-1188-3473;

¹ Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russian Federation

* Corresponding author (apple_6991[at]mail.ru)

Abstract

The present article is dedicated to the study of demotivators related to mass self-isolation and COVID-19 pandemic, which have become widespread in the Internet space. Some approaches to the systematization of these polycoded texts on the basis of the compositional models realized in them are presented. The specifics of one of the frequently realized models in the demotivators dedicated to self-isolation, "Natasha and cats", are examined. The events which are reflected in the content of the demotivators constructed according to this model are discussed. Having reviewed about 100 demotivators, we came to the conclusion that the creation of such a significant number of Internet memes on the basis of one particular model allows it to become relevant again under favorable conditions.

Keywords: demotivator, Internet meme, creolized text, polycode text, polymodal text.

Введение

В сегодняшней действительности мы все чаще переносим реальное общение в интернет, однако, существует феномен, который проникает из интернет-коммуникации в нашу повседневную жизнь, — это интернет-мемы [1]. Объяснение того, как создаются и распространяются интернет-мемы широко освещается в работах таких исследователей-филологов и лингвистов, как Ю.В. Щурина [14], [15], М.Н. Лару [11], Л.В. Бабина [2], [3], Е.А. Нежура [12], А.С. Голиков [6], Ю.В. Крылов [10], Ю.А. Касьянова [8], А.В. Изгаршева [7] и др.

Источниками возникновения демотиваторов могут быть различные актуальные события, горячие новости в средствах массовой информации, художественные фильмы, сериалы, анекдоты, фразы известных медийных личностей и т.д. Одним из событий, которое стало причиной для появления новых демотиваторов, стала первая волна пандемии коронавируса, начавшаяся в 2019 году. Как правило, мем рассматривается как механизм передачи и хранения культурной информации. Весьма очевидным является тот факт, что спонтанному и неконтролируемому распространению среди пользователей сети Интернет некой информации подвержена не всякая информация, а лишь та, которая по каким-либо соображениям оставила многих пользователей равнодушными к ней, вызвала интерес и породила различные ассоциации [14], [15]. Прежде чем обратиться к рассмотрению демотиваторов, проанализируем работы, посвященные исследованию и классифицированию функционирующих в современном интернет-пространстве мемов. Демотиватор, который представляет собой изображение, состоящее из картинки в черной рамке и комментирующей ее надписи-слогана, принято обозначать как поликодовый текст, предполагающий интерпретацию особого рода [2], [3].

Исследователями принято изучать поликодовые и полимодальные тексты с разных сторон. По мнению О.Д. Колесниковой, поликодовые тексты всегда будут и полимодальными, тогда как креолизованные тексты, по мнению исследователя, могут существовать как в рамках полимодальности, так и мономодальности [8]. Так, рассматриваются жанровые характеристики демотиваторов [5], [10], определяются их основные функции [14], структура и стилистические особенности [14], [15]. Стоит сказать, что подобная форма коммуникации уже прочно занимает место

в интернет-пространстве, охарактеризовать ее с точки зрения жанровой принадлежности представляется пока затруднительным [1]. По мнению В.А. Бережной интернет-мем представляет собой один из наиболее распространенный в сети Интернет жанр [4]. В свою очередь, противоположной точки зрения придерживается исследователь Ю.В. Щурина, утверждающая, что «возможному определению мема как жанра противостоит два серьезных аргумента: во-первых, мем не имеет собственных формальных показателей, с помощью которых его можно было бы идентифицировать, и, во-вторых, мем может включаться в структуру различных интернет-жанров в качестве компонента» [14]. Вместе с тем проведенный обзор показывает, что авторами принято описывать демотиваторы и как жанр сетевого публичного искусства [5], и как речевой жанр виртуального стиля [4] и др.

Учитывая выделенные критерии и основания для типологизирования демотиваторов, такие как способ выражения, источник и структура мема, Ю.В. Щурина выделяет следующие активно функционирующие в современном интернет-пространстве демотиваторы: текстовый мем, мемы-изображения, медиамемы, гифы и креолизованные мемы [14]. В свою очередь, текстовые мемы могут быть представлены в разных видах интернет-общения, к которым автор причисляет общения на форумах, в чатах и блогах, а также в жанре интернет-комиксов.

Мемы-изображения Ю.В. Щурина считает необходимым подразделить на узнаваемые изображения, на так называемые «фото-жабы» и обобщенные образы, которые воплощают представление о каком-либо известном персонаже [15].

Медиамемы, по мнению авторов представляют собой комические видеосюжеты, размещающиеся пользователями на их личных страницах и за счет этого широко распространяющиеся в сети Интернет [4], [5], [14]. В качестве источников, отражающих культурный кругозор пользователей, которые их создают, примечательными считаются гифы, представляющие собой анимированные картинки в виде коротких невербальных зарисовок и фиксирующие определенную эмоциональную реакцию [14]. Говоря о креолизованных мемах стоит упомянуть, что данная разновидность креолизованных текстов включает в себя, как правило, две основные составляющие: вербальную и невербальную. Исходя из утверждения о том, что демотиваторы зачастую основываются на эффекте парадокса, логично предположить, что многие из них будут относиться к таким мемам, в которых вербальный компонент контрастирует с невербальным. Действительно, на практике можно найти множество примеров демотиваторов, в которых вербальный компонент контрастирует с невербальным [14], [15]. Как правило, источниками креолизованных интернет-мемов служат различные комические интернет-жанры. Такие демотиваторы представляют собой узнаваемые изображения на стандартном заданном фоне, сопровождаемые надписями. При этом стоит отметить, что изменяемой частью может являться как надпись – в таком случае меняется только изображение, картинка или фон, так и само изображение – тогда меняется только сама надпись. Отметим, что имеет место быть классификация интернет-мемов по структуре.

Согласно структурным различиям, исследователи подразделяют интернет-мемы на двусоставные мемы, включающие в себя двухчастное высказывание, вступающее в смысловые отношения с сопутствующим визуальным материалом; компаративные мемы, основанные на сопоставлении нескольких изображений и метамемы, которые выполняют функцию, заключающуюся в отсылке к другим интернет-мемам [14], [15].

Методы и принципы исследования

Используемые в демотиваторах образы и персонажи, которые многократно повторяются, в последствии становятся интернет-мемами, которые обретают относительную независимость от источника [10]. Создание значительного числа текстов или иных образований на основе одной модели изображения демотиватора и их последующее воспроизведение в сети Интернет позволяет мему сохраниться и при благоприятных условиях вновь актуализироваться. Так, серия интернет-мемов «*Наташа и коты*», в котором неизменяемой частью является изображение, а изменяемой частью является только текст (см. рис. 1, рис. 2, рис. 3), обрела особенную популярность в свете событий, произошедших в 2020 году.



Рисунок 1 - Демотиватор 3
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.1>



Рисунок 2 - Демотиватор 2
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.2>



Рисунок 3 - Демотиватор 1
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.3>

Данная модель демотиватора, в которой настойчивые питомцы склоняются над своей хозяйкой и пытаются ее разбудить появилась ранее в 2019 году в контексте произошедшего в феврале обвала мировых рынков из-за появления коронавируса COVID-19. Окончательно данная модель интернет-мема оформилась после рекордного падения рубля, которое произошло 9 марта после обвала цен на нефть. Буквально на следующий день было объявлено об обнулении президентских сроков, а также новых поправках в Конституцию РФ и других нововведениях [9]. Не только политические события послужили дальнейшей актуализации рассматриваемой модели мемов, но и другие различные ситуации и новости, например, победа над половцами и печенегами (см. рис 4), закон о переносе Дня окончания Второй мировой войны (см. рис. 5), первые дни работы цифровых пропусков (см. рис. 6), преддверие праздника Пасхи 2020 года (см. рис. 7) и т.д. [9].



Рисунок 4 - Демотиватор 7
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.4>



Рисунок 5 - Демотиватор 6
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.5>



Рисунок 6 - Демотиватор 5
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.6>



Рисунок 7 - Демотиватор 4
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.7>

Стоит также добавить, что главная героиня демотиватора Наташа и коты представляют собой абстрактных персонажей, которыми могут быть любые другие животные и люди (см. рис. 8).



Рисунок 8 - Демотиватор 8
DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2022.124.32.8>

Данная модель интернет-мема впоследствии вновь актуализировалась, что объясняется конструкцией шутки, где одновременно несколько котов пытаются достучаться до зрителя или пользователя сети Интернет в связи с последними событиями, сложившимися в связи с введением карантина и режима самоизоляции. Данная модель включает в себя известное и узнаваемое изображение, которое стало основой значительного количества интернет-мемов. Нами было найдено около 100 демотиваторов, построенных по данной модели.

Заключение

Таким образом, мы рассмотрели демотиваторы, посвященные массовой самоизоляции и пандемии COVID-19, которые получили широкое распространение в интернет-пространстве. В данной статье также были представлены некоторые подходы к систематизации данных поликодовых текстов на основе реализуемых в них композиционных моделей. Нами была рассмотрена специфика часто реализуемых моделей в демотиваторах, посвященных самоизоляции «Наташа и коты», а также события, которые нашли отражение в содержании демотиваторов, построенных по данной модели. Рассмотрев около 100 демотиваторов, мы пришли к выводу, что создание такого значительного числа интернет-мемов на основе одной определенной модели позволяет ей при благоприятных условиях вновь актуализироваться.

Финансирование

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта № 22-18-20091 «Конфликтотгенные поликодовые тексты как инструмент деструктивного воздействия на общество в социальных сетях: когнитивное исследование и моделирование в рамках сетевого подхода».

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Funding

The study was carried out with the financial support of the Russian Science Foundation (RSF) as part of a research project № 22-18-20091 "Conflict-generating polycode texts as a tool of destructive impact on society on social networks: cognitive research and modeling within the network approach".

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов – М.: Наука, 1990. – 186 с.
2. Голиков А.С. Демотиваторы в интернет коммуникации: генезис, смыслы, типология. / А.С. Голиков, А.А. Калашникова // Вестник Харьковского государственного университета. – 2010. – № 16. – с. 124-130. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197376877.pdf> (дата обращения: 06.08.22).
3. Бережная В.А. Интернет-мем и анекдот: к постановке проблемы. / В.А. Бережная // Вестник Запорожского национального университета. – 2014. – № 1. – с. 135-144.
4. Изгаршева А.В. Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект. / А.В. Изгаршева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. – 2020. – № 5. – с. 86-101. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-mediatekst-lingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 17.06.22).
5. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. / Ю.В. Щурина // Научный диалог. – 2012. – № 3. – с. 160-172. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 17.06.22).
6. Щурина Ю.В. Интернет-мемы: проблема типологии. / Ю.В. Щурина // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014. – № 16. – с. 85-89. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-problema-tipologii> (дата обращения: 11.08.22).
7. Бабина Л.В. Концептуальная интеграция как механизм интерпретации демотиватора. / Л.В. Бабина, А.С. Иванова // Неофилология. – 2016. – № 4. – с. 8-11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-integratsiya-kak-mehanizm-interpretatsii-demotivatora> (дата обращения: 11.08.22).
8. Артемьева И.А. Мем как средство коммуникации. / И.А. Артемьева // Школа науки. – 2020. – № 11. – с. 62-66. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44319164> (дата обращения: 03.08.22).
9. Крылов Ю.В. Новые жанры интернет-коммуникации. / Ю.В. Крылов // Жанры речи. – 2020. – № 1. – с. 53-61. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-zhanry-internet-kommunikatsii-na-primere-demotivatora-i-mema> (дата обращения: 16.06.22).
10. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета. / Е.А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2. – с. 47-52. – URL: https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/012-007_I3DoXo1.pdf (дата обращения: 10.08.22).
11. Бабина Л.В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста. / Л.В. Бабина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 2. – с. 28-33. – URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2013_2_05.pdf (дата обращения: 21.08.22).
12. Касьянова Ю.А. Типы демотиваторов в современном социальном дискурсе. / Ю.А. Касьянова // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2013. – № 2. – с. 45-49. – URL: https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/014-007_B9v35fN.pdf (дата обращения: 12.08.22).
13. Лату М.Н. Частотно актуализируемые смысловые компоненты в мемах и демотиваторах, посвященных самоизоляции. / М.Н. Лату // Научный диалог. – 2020. – № 12. – с. 85-98. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chastotno-aktualiziruemye-smyslovye-komponenty-v-memah-i-demotivatorah-posvyaschennyh-samoizolyatsii> (дата обращения: 17.06.22).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Sorokin Yu.A. Kreolizovanny'e teksty i ix kommunikativnaya funkciya [Creolized texts and their communicative function] / Yu.A. Sorokin, E.F. Tarasov – M.: Nauka, 1990. – 186 p. [in Russian]
2. Golikov A.S. Demotivatory' v internet kommunikacii: genezis, smy'sly', tipologiya [Demotivators in Internet Communication: Genesis, Meanings, Typology]. / A.S. Golikov, A.A. Kalashnikova // Vestnik Xar'kovskogo gosudarstvennogo universiteta [Bulletin of Kharkov State University]. – 2010. – № 16. – p. 124-130. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/197376877.pdf> (accessed: 06.08.22). [in Russian]
3. Berezhnaya V.A. Internet-mem i anekdot: k postanovke problemu' [Internet meme and anecdote: to the formulation of the problem]. / V.A. Berezhnaya // Vestnik Zaporozhskogo nacional'nogo universiteta [Bulletin of Zaporozhye National University]. – 2014. – № 1. – p. 135-144. [in Russian]

4. Izgarsheva A.V. Internet-mem kak mediatekst: lingvisticheskiy aspekt [Internet meme as media text: linguistic aspect]. / A.V. Izgarsheva // Vestnik Moskovskogo gosudarstvenno oblastnogo universiteta. Seriya: Lingvistika [Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Linguistics]. – 2020. – № 5. – p. 86-101. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-mediatekst-lingvisticheskiy-aspekt> (accessed: 17.06.22). [in Russian]
5. Shhurina Yu.V. Internet-memy' kak fenomen internet-kommunikatsii [Internet memes as a phenomenon of Internet communication]. / Yu.V. Shhurina // Nauchnyĭ dialog [Nauchnyĭ dialog]. – 2012. – № 3. – p. 160-172. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (accessed: 17.06.22). [in Russian]
6. Shhurina Yu.V. Internet-memy': problema tipologii [Internet memes: the problem of typology]. / Yu.V. Shhurina // Vestnik Cherepoveczkogo gosudarstvennogo uiversiteta [Bulletin of Cherepovets State University]. – 2014. – № 16. – p. 85-89. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-problema-tipologii> (accessed: 11.08.22). [in Russian]
7. Babina L.V. Konceptual'naya integraciya kak mexanizm interpretatsii demotivatora [Conceptual integration as a mechanism for interpreting a demotivator]. / L.V. Babina, A.S. Ivanova // Neofilologiya [Neophilology]. – 2016. – № 4. – p. 8-11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptualnaya-integratsiya-kak-mehanizm-interpretatsii-demotivatora> (accessed: 11.08.22). [in Russian]
8. Artem'eva I.A. Mem kak sredstvo kommunikatsii [Meme as a means of communication]. / I.A. Artem'eva // Shkola nauki [School of Science]. – 2020. – № 11. – p. 62-66. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=44319164> (accessed: 03.08.22). [in Russian]
9. Kry'lov Yu.V. Novy'e zhanry' internet-kommunikatsii [New genres of Internet communication]. / Yu.V. Kry'lov // Zhanry' rechi [Genres of speech]. – 2020. – № 1. – p. 53-61. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-zhanry-internet-kommunikatsii-na-primere-demotivatora-i-mema> (accessed: 16.06.22). [in Russian]
10. Nezhura E.A. Novy'e tipy' kreolizovanny'x tekstov v kommunikativnom prostranstve interneta [New types of creolized texts in the communicative space of the Internet]. / E.A. Nezhura // Teoriya yazy'ka i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Theory of language and intercultural communication]. – 2012. – № 2. – p. 47-52. – URL: https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/012-007_I3DoXo1.pdf (accessed: 10.08.22). [in Russian]
11. Babina L.V. Ob osobennostyax demotivatora kak polimodal'nogo teksta [On the features of the demotivator as a polymodal text]. / L.V. Babina // Filologicheskie nauki. Voprosy' teorii i praktiki [Philological Sciences. Questions of theory and practice]. – 2013. – № 2. – p. 28-33. – URL: https://www.gramota.net/articles/issn_1997-2911_2013_2_05.pdf (accessed: 21.08.22). [in Russian]
12. Kas'yanova Yu.A. Tipy' demotivatorov v sovremennom social'nom diskurse [Types of demotivators in modern social discourse]. / Yu.A. Kas'yanova // Teoriya yazy'ka i mezhkul'turnaya kommunikaciya [Theory of language and intercultural communication]. – 2013. – № 2. – p. 45-49. – URL: https://api-mag.kursksu.ru/media/pdf/014-007_B9v35fN.pdf (accessed: 12.08.22). [in Russian]
13. Latu M.N. Chastotno aktualiziruemy'e smyslovyye komponenty' v memax i demotivatorax, posvyashhenny'x samoizolyatsii [Frequently updated semantic components in memes and demotivators dedicated to self-isolation]. / M.N. Latu // Nauchnyĭ dialog [Nauchnyĭ dialog]. – 2020. – № 12. – p. 85-98. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chastotno-aktualiziruemye-smyslovyie-komponenty-v-memah-i-demotivatorah-posvyaschennyh-samoizolyatsii> (accessed: 17.06.22). [in Russian]