

ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕКСТА /ДИСКУРСА

УДК 81'42

ДЕМОТИВАЦИОННЫЕ ПОСТЕРЫ С ВКЛЮЧЕНИЕМ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ

О.А. Викторова

Тверской государственной университет, Тверь

В статье даётся анализ прецедентных феноменов в составе демотивационных постеров по результатам проведённого исследования.

Ключевые слова: демотивационный постер, прецедентность, прецедентный феномен, прецедентный текст, прецедентная ситуация, прецедентное имя, прецедентное высказывание, языковая игра.

Вводные замечания

У каждой нации есть свои исторические, культурные, литературные традиции, ценности, известные и значимые для каждого члена данной нации. В связи с этим мы говорим о прецедентности и прецедентных феноменах (далее – ПФ). Под ПФ мы понимаем явления, легко узнаваемые, воспроизводимые, важные для представителей конкретного национально-лингвокультурного сообщества; актуальные в определённые хронологические периоды; явления, на которые члены этого сообщества ссылаются в повседневной жизни и которые могут быть объективизированы в невербальных видах искусства (живописи, скульптуре и т.п.). Одни ПФ устаревают и выходят из обращения, другие появляются. Интересным представляется проследить, какие ПФ актуальны в обществе в данный период времени на примере демотивационных постеров (далее – ДП). ДП представляет собой изображение, состоящее из картинки и поясняющей её надписи, которая может включать только тему или тему и комментарий, набранный более мелким, по сравнению с темой, шрифтом. Картинка и надписи находятся на чёрном фоне.

Исследованием ДП занимаются такие учёные, как А.В. Кирилина, Л.В. Ухова, Ю.В. Шурина (см., например, [2; 4; 5]) и др. ДП создаются в основном молодыми людьми и распространяются в сети Интернет. ДП можно рассматривать как своего рода средство общения. ДП социально значимы, так как отражают острые социальные проблемы современности, политический настрой и культурные ценности молодёжи. ДП пропагандируют определённые стили поведения и высмеивают то, что не принимается обществом. По ДП можно судить о господствующих стереотипах. ДП выступают одним из инструментов управления поведением людей. Стоит отметить, что наряду с ДП, отражающими насущные социальные проблемы и современное состояние общества, встречаются и ДП развлекательного характера.

ДП могут содержать ПФ. ПФ, используемые в ДП, известны большому числу интернет-пользователей в данный хронологический период, так как большинство ДП рассчитано не на узких специалистов в какой-то определённой области знаний, а на широкую публику. ДП, включающие прецедентность, привлекают внимание не только к необычно представленным известным фе-

номенам, но и к затрагиваемой в этом ДП проблеме. При создании ДП должна учитываться степень узнаваемости ПФ: малоизвестные ПФ будут не узнаны, а ДП истолкован неправильно.

ПФ в составе ДП рассматриваются нами как разновидность языковой игры, под которой мы понимаем намеренное отклонение от литературной нормы, сознательный творческий эксперимент, проводимый с целью привлечения внимания и создания экспрессивного эффекта. ДП, содержащие языковую игру, представляются нам гораздо более интересными, насыщенными смыслами и образными, нежели неигровые ДП. Особенно удачным является использование ПФ, так как они апеллируют к актуализации знакомых образов, ситуаций, высказываний и текстов. ДП с ПФ содержат некую «изюминку», загадку, которую адресанту предстоит разгадать.

Мы провели исследование, в котором проанализировали 4500 русскоязычных ДП, из которых 308 ДП содержат языковую игру. Обыгрывание ПФ оказалось самым распространённым видом языковой игры в ДП: ДП с ПФ составили 2,9% от общего количества ДП и 43% от числа ДП с языковой игрой. Мы рассматривали ДП, которые продуцировались представителями русского национально-лингво-культурного сообщества для представителей того же сообщества. Следует также отметить, что основной целевой аудиторией ДП являются молодые люди, поэтому ДП отражают их ценностные представления и картину мира.

Формат ДП

В нашем исследовании из всего количества ДП с ПФ 65% содержат картинку и только одну надпись и 35% – картинку, тему и комментарий. В теме выражается основная идея ДП. Комментарий поясняет тему, подталкивает к ещё одному её толкованию, вносит добавочное значение. ДП, состоящие из картинки и обеих надписей: темы и комментария, – на наш взгляд, богаче в смысловом плане.

Источники прецедентности в ДП

Источники прецедентности в рассматриваемых нами ДП разнообразны. На первом месте находится реклама – 19,1%, и это неслучайно, так как рекламные сообщения в большом количестве содержатся в газетах и интернете, на радио и телевидении. Реклама очень узнаваема, поэтому охотно используется для создания ДП. Далее идут ДП, обыгрывающие названия литературных романов и сказок, строки из поэтических произведений (в том числе стихов для детей), романов, авторских сказок и баллад – 14,3%, включая русский фольклор (3,8%). Такой относительно высокий процент ДП говорит о начитанности как самих адресантов, так и целевой аудитории, для которой эти ДП создаются. На третьем месте – ДП, источником прецедентности в которых являются фильмы – 13,6%: как русские (7 ДП), так и иностранные (11 ДП). Такое соотношение ДП, на наш взгляд, объясняется тем, что первые представлены советскими фильмами 1960–1970-х гг., а вторые – более поздними и совсем недавно вышедшими в прокат фильмами. То, что ДП создаются в основном достаточно молодыми людьми, объясняет большее количество ДП с новинками кинематографа в качестве источников ПФ. Хотелось бы также отме-

тить, что если в американских и английских фильмах обыгрываются только их названия, то в русских – как названия, так и реплики героев или даже целые сцены из фильмов, что говорит о лучшей узнаваемости этих ПФ и большей близости их русскому культурному сообществу. Следующие по количеству являются ДП, в которых обыгрываются названия русских песен и строки из них – 10,6%. ДП с обыгрыванием иностранных песен нам не встретились. На пятом месте в нашей выборке – ДП с использованием названий мультфильмов, сцен из них и мультипликационных героев – 9%. В этой группе 9 ДП, представляющих советские мультфильмы, и 3 ДП, обыгрывающих американские мультфильмы конца XX в. – начала XXI в. На шестом месте – политические события и политические деятели – 3,7%. ДП, посвящённые политической жизни России, весьма распространены в сети Интернет, однако большинство из них носит непристойный характер. Далее по убыванию идут ДП, обыгрывающие имена и образы известных людей – 3,7%, пословицы и поговорки – 3,7%, фразеологизмы – 3%, крылатые выражения – 3%, компьютерные игры – 3%, исторические фигуры – 2,3%, произведения живописи – 2,3%, высказывания известных людей – 2,3%, памятники архитектуры – 0,8%, приметы – 0,8%, детские считалки – 0,8%. Пять ДП из числа рассматриваемых содержат по два разных ПФ: политический деятель и высказывание из русского фильма, рекламируемый товар и имя известной личности, историческая сцена и фраза из русского фильма, архитектурное сооружение и имя политического деятеля, политические деятели и русский анекдот. Такое процентное соотношение ДП, включающих ПФ, свидетельствует о том, что актуально и важно для современной молодёжи.

Виды ПФ, представленные в анализируемой выборке

Термин «ПФ» является родовым по отношению к терминам «прецедентный текст», «прецедентная ситуация», «прецедентное имя» и «прецедентное высказывание». В нашем исследовании представлены все эти виды ПФ.

Прецедентный текст – это «законченный и самодостаточный продукт речемыслительной деятельности, полипредикативная единица; сложный знак, сумма значений компонентов которого не равна его смыслу» [3: 16–17]. В исследовании нам встретился 31 ДП с прецедентными текстами (23,4%), например, ДП на рис. 1: популярный роман и фильм «50 оттенков серого» юмористически иллюстрируется 50-ю градациями серого цвета, которые записаны в формате, применяемом при создании веб-сайтов.

Прецедентная ситуация – «некая “эталонная”, “идеальная” ситуация, связанная с набором определённых коннотаций, дифференциальные признаки которой входят в когнитивную базу» [3: 17]. Таких ДП в нашей подборке 5 единиц (3,8%). На рис. 2 представлен ДП с прецедентной ситуацией, показывающий гипотетическую ситуацию общения колобка и гиперболизированного количества лис (в сказке «Колобок» лиса была одна).

Прецедентное имя – «индивидуальное имя, связанное или с широко известным текстом, или с прецедентной ситуацией» [3: 17]. ДП с прецедентными именами в нашей выборке 27 единиц (20,5%). Примером может служить рис. 3, на котором комически изображён герой одноимённой сказки К. Чуковского Мойдодыр.

Прецедентное высказывание – «репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности; законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной» [3: 17]. ДП с прецедентными высказываниями в проведённом нами исследовании 69 единиц (52,3%). Рис. 4 иллюстрирует данный тип ПФ: картинка содержит вербальный компонент «*Приглашение. Следственный изолятор №1 "Кресты"*», ответом на такое приглашение служит фраза «*Лучше вы к нам*», взятая из советской комедии «*Бриллиантовая рука*».

В анализируемой выборке виды ПФ в ДП распределились следующим образом: самое большое количество ДП с прецедентными высказываниями, далее – с прецедентными текстами и прецедентными именами, меньше всего ДП с прецедентными ситуациями.



Рис. 1



Рис. 2



Рис. 3



Рис. 4

Степень трансформации ПФ в ДП

ПФ могут быть представлены в ДП по-разному.

Прецедентное высказывание в исходном виде (ПФ без изменений Е.А. Земская называет *цитацией* [1: 553]) передаётся в теме ДП, картинка иллюстрирует его, но представляет другой контекст, нежели тот, из которого взято оригинальное прецедентное высказывание. В ряде случаев имеет место юмористическое толкование ПФ, вносящее дополнительные смыслы в первоначальное прецедентное высказывание. Мы встретили 43 таких ДП, что составляет 32,5% от общего количества ДП с ПФ. Примером служит ДП на рис. 5: прецедентное высказывание взято из рекламы дословно «*Вместо тысячи слов*», на картинке представлена насущная социальная проблема: транспортные средства, поставленные на тротуары, мешают гражданам свободно ходить во дворах домов, что и отражено в вербальной части картинки: «*Спасибо Деду за победу! Дай деду пройти по тротуару*».

В теме используется трансформированное прецедентное высказывание (ПФ с внесёнными в их структуру изменениями, по Е.А. Земской – *квазицитация* [1: 553]), изменённая часть иллюстрируется картинкой. Трансформация во всех случаях лексическая; может осуществляться путём замены одного слова (26 ДП), одного слова соответствующим паронимом (4 ДП), части фразы (7ДП), комментария (12 ДП), одного слова с дальнейшим его обыгрыванием в надписи (3 ДП), одного слова с развёртыванием ситуации в комментарии (8 ДП), добавлением одного слова (1 ДП). В этой группе ДП больше всего – 61 (46,1%). В примере на рис. 6 прецедентное имя *Джек-потрошитель* трансформируется в *ЖЭК потрошитель*, иллюстрацией служит большая сумма денег, которая потребуется, чтобы оплатить квитанции.

ПФ передаётся в картинке в неизменённом виде, чаще – картинка содержит вербальный компонент с прецедентным высказыванием. Игровое развёртывание ситуации происходит в теме и (или) комментарии ДП. Таких ДП – 14 единиц (10,6%). На рис. 7 представлено исходное прецедентное высказывание из рекламы «Россия живёт чувствами», в теме происходит его смысловое развёртывание: «Лучше бы умом».



Рис. 5



Рис. 6

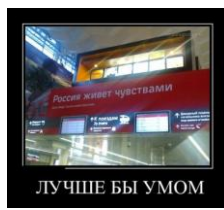


Рис. 7



Рис. 8

ПФ трансформируется в картинке, тема является комментарием к изображению. В выборке 7 таких ДП (5,3%). Примером служит рис. 8: на картине, помимо Джоконды, изображён кот; надпись гласит: «*СЕКРЕТ УЛЫБКИ ДЖАКОНДЫ / знает только толстый рыжий кот*».

Другие случаи: (А) в картинке передаётся один ПФ в исходном виде, в теме трансформируется другой ПФ. Нам встретилось 2 таких ДП (1,5%); (Б) Тема содержит один оригинальный ПФ, картинка – другой изменённый ПФ. В нашей выборке в этой группе 1 ДП (0,8%); (В) в картинке передаётся один неизменённый ПФ, в надписи – другой неизменённый ПФ. Эта группа представлена в нашем исследовании 1 ДП (0,8%); (Г) в картинке трансформируется один ПФ, в теме трансформируется другой ПФ. Мы встретили 1 такой ДП (0,8%); (Д) надпись содержит часть оригинального прецедентного высказывания, другая часть реализуется посредством картинки. В нашей выборке 1 такой ДП (0,8%); (Е) картинка включает вербальный компонент с первой частью неизменённого прецедентного высказывания, вторая часть представлена в теме в трансформированном виде. Эта группа представлена 1 ДП (0,8%).

Итак, ПФ участвуют в создании как изобразительной, так и словесной частей ДП. ДП с изменёнными ПФ больше, чем с оригинальными. ДП с трансформированными ПФ строятся по принципу обманутого ожидания, когда вместо логически выводимой концовки предлагается совершенно неожиданная, что и приводит к созданию нескольких смысловых планов. Такие ДП содержат своего рода интеллектуальную игру, требующую от реципиента способности восстановления ПФ и дальнейшего его соотнесения со второй частью ДП. Для адекватного понимания ПФ в ДП языковые и экстралингвистические фоновые знания адресанта и адресата должны совпадать.

Языковая игра, созданная с помощью ПФ

ПФ в ДП мы рассматриваем как вид языковой игры. В то же самое время сам ПФ может участвовать вместе с картинкой и (или) надписью в образовании ещё какой-либо разновидности языковой игры. Так, в нашей подборке ДП с ПФ встретились, помимо ПФ, следующие приёмы языковой игры: (1) многозначность слов, словосочетаний или целых высказываний; (2) омонимия;

(3) паронимия, (4) обыгрывание фразеологизмов как неразложимых словосочетаний и как свободных словосочетаний; (5) окказиональное словообразование; (6) ономотопея.

Заключение

ДП способны ёмко, остроумно и в доступной форме передать многие актуальные мировые проблемы. Использование ПФ делает ДП национально маркированными, что предполагает актуализацию соответствующих образов в сознании представителей конкретного национально-лингво-культурного сообщества. ДП с включенными в них ПФ выполняют следующие основные функции: информационную, коммуникативную, характерологическую, контактоустанавливающую, аттрактивную, функцию воздействия на адресата с целью изменения его представлений о действительности, манипулятивную, языкотворческую и др. В ДП с ПФ наслаение смыслов происходит за счёт совмещения разных семантических контекстов. Проблема прецедентности в составе ДП представляется нам недостаточно изученной и требующей дальнейшей разработки.

Список литературы

1. Земская Е.А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. М.: Языки славянской культуры, 2004. 688 с.
2. Кирилина А.В. Жанр «демотиватор» как проявление полифонии и фиксация повседневности // Полифония большого города: сб. науч. ст. / под ред. Л.М. Терентия, В.В. Красных, А.В. Кирилиной. М.: МИЛ, 2012. С. 54–74.
3. Русское культурное пространство: Лингвокультурологический словарь / под ред. И.В. Захаренко, В.В. Красных, Д.Б. Гудкова. М.: Гнозис, 2004. 318 с.
4. Ухова Л.В. Теоретические проблемы исследования эффективности рекламного текста: автореф. дис. ... док. филол. наук : 10.02.19./ Л.В. Ухова ; Ярослав. гос. пед. ун-т им. К.Д. Ушинского. Ярославль, 2013. 43 с.
5. Щурина Ю.В. Демотиватор как речевой жанр интернет-общения [Электронный ресурс]. URL:http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Philologia/7_104996.doc.htm (дата обращения: 20.01.2015).

DEMOTIVATIONAL POSTERS WITH INCLUDED PRECEDENT PHENOMENA

O.A. Victorova

Tver State University, Tver

The article analyzes precedential phenomena as part of demotivational posters based on the results of the research conducted.

Keywords: demotivational poster, precedentiality, precedent phenomenon, precedent text, precedent situation, precedent name, precedent utterance, language game.

Об авторе

ВИКТОРОВА Олеся Александровна – аспирант кафедры английского языка Тверского государственного университета, e-mail: olesia.viktorova@gmail.com

