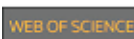


Лату М. Н. Частотно актуализируемые смысловые компоненты в мемах и демотиваторах, посвященных самоизоляции / М. Н. Лату // Научный диалог. — 2020. — № 12. — С. 85—98. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-12-85-98.

Latu, M. N. (2020). Frequently Represented Sense Components in Memes and Demotivators Dedicated to Lockdown. *Nauchnyi dialog*, 12: 85-98. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-12-85-98. (In Russ.).



УДК 811.161.1'42:004.738.5

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-12-85-98

ЧАСТОТНО АКТУАЛИЗИРУЕМЫЕ СМЫСЛОВЫЕ КОМПОНЕНТЫ В МЕМАХ И ДЕМОТИВАТОРАХ, ПОСВЯЩЕННЫХ САМОИЗОЛЯЦИИ¹

© Лату Максим Николаевич (2020), orcid.org/0000-0002-6313-5637, ScopusID 55782052700, ResearcherID S-1014-2016, кандидат филологических наук, профессор кафедры западноевропейских языков и культур, ведущий научный сотрудник, директор научно-образовательного центра «Прикладная лингвистика, терминоведение и лингвокогнитивные технологии», федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Пятигорский государственный университет» (Россия, Пятигорск), laatu@yandex.ru.

Настоящая статья посвящена исследованию смысловых компонентов, которые часто актуализируются в содержании статических поликодовых текстов, в частности, демотиваторов и мемов, посвященных феномену массовой самоизоляции. Целью работы является установление элементов знания, представляющих собой опорные понятия и используемых при построении сообщений, осмыслении специфики данного режима, трансляции мнений. Анализируются средства их выражения в составе вербальной и невербальной частей поликодовых текстов. Устанавливается разная степень их репрезентативности в зависимости от частотности используемых языковых средств и невербальных элементов. Обработка статистических данных осуществлялась с использованием программы-анализатора корпусов текстов AntConc 3.5.8 с применением стоп-листа слов. Внимание уделяется различиям в актуализации выявленных ментальных конструктов в вербальной и невербальной частях мемов и демотиваторов. Проведена их систематизация в соответствии с данным критерием. Оценивается в сопоставительном ключе частотность использования вербальных и невербальных средств для передачи одного и того же смыслового компонента. Охарактеризовано разнообразие языковых средств, привлекаемых авторами мемов и демотиваторов изучаемой группы.

Ключевые слова: поликодовый текст; демотиватор; мем; самоизоляция; смысловой компонент; понятие; репрезентация; вербальный; невербальный; креолизация.

1. Введение

Одной из мер противодействия распространению заболевания COVID-19 стало введение режима массовой самоизоляции, особенности восприятия которого проявились в том числе и в активном создании пользователями интернета большого количества мемов и демотиваторов, посвященных этому социальному явлению. Данным жанрам присущи те же особенности, которыми обладают все статические поликодовые тексты. В их структуру включаются компоненты разных семиотиче-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31693. Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR and EISR according to the research project No. 20-011-31693

ских систем [Сонин, 2005; Davison 2012], кроме того, поликодовые тексты характеризуются семиотической неоднородностью и гибридностью [Большакова, 2008; Ворошилова, 2013; Чернявская, 2008]. При этом вербальная и невербальная части такого текста не являются случайными [Викторова, 2014], а находятся в тесном взаимодействии [Marsh et al., 2003; Терских, 2019], образуют единое целое [Каленых, 2012], дополняют и акцентируют друг друга [Пищальникова и др., 2020], воспроизводя картину мира, шкалу ценностей, эстетические идеалы и т. д. [Анисимова, 2003]. Как справедливо отмечают Ю. М. Сергеев и Е. А. Уварова, «восприятие данных компонентов в комплексе позволяет автору максимально точно передать все те идеи, которые он хотел воплотить в данном тексте» [Сергеев и др., 2014, с. 133].

Поликодовые тексты, посвященные вопросам самоизоляции, характеризуются как разнообразием транслируемых смыслов, так и спецификой выбора вербальных и невербальных средств их выражения. В связи с этим когнитивный анализ их содержания позволяет выявить набор часто актуализируемых значимых смысловых компонентов, которые имеют непосредственное отношение к массовой самоизоляции и представляют собой опорные понятия, используемые для осмысления специфики данного режима, выражения мнений и особенностей восприятия, а также исследовать их репрезентативность, что является целью данного исследования. При этом под репрезентативностью понятия понимается частотность его выражения в содержании данных текстов посредством определенных языковых и иконических средств. Репрезентация понятий в составе вербальной и невербальной частей текста представляется весьма неоднозначной и характеризуется рядом особенностей.

В настоящем исследовании в фокусе внимания находятся мемы и демотиваторы как графико-вербальные поликодовые тексты, состоящие из сопровождающих друг друга статичного изображения и печатного текста [Злоказов, 2018]. Объем проанализированного языкового материала составил 1550 текстов данных жанров, посвященных массовой самоизоляции, выступающих способом отражения и инструментом формирования общественного мнения, полученных методом сплошной выборки со страниц в социальных сетях в Интернете в период с марта по сентябрь 2020 года. В процессе исследования вербальной и невербальной частей поликодовых текстов применялись методы контент-анализа и семиотического анализа для установления часто репрезентируемых в них смысловых компонентов. Данные, полученные с помощью сравнительно-сопоставительного и количественного анализа используемых вербальных и невербальных средств, позволили выявить часто актуализируемые ключевые смысловые компоненты содержания текстов, посвященных самоизоляции, и установить степень их репрезентативности. Обработка данных осуществлялась с помощью программы AntConc 3.5.8. с применением стоп-листа слов.

2. Центральный смысловой компонент содержания мемов и демотиваторов, посвященных периоду самоизоляции

Как показывает анализ, языковые средства, используемые в вербальной части рассматриваемых поликодовых текстов, являются преимущественно единицами

общеупотребительной и в меньшей степени специализированной лексики, которые относятся к определенным лексико-семантическим полям. Их центральным смысловым компонентом стало понятие «самоизоляция», поскольку анализируемые тексты посвящены вопросам, связанным именно с данным режимом. Вербальные и невербальные репрезентации этого понятия совокупно составляют 45 % от общего числа проанализированных поликодовых текстов. В первую очередь, обращает на себя внимание тот факт, что сама лексема *самоизоляция* не является наиболее часто актуализируемой (встречается в 13 % анализируемых текстов выборки). Как показывает анализ, по частотности она уступает лексеме *карантин*, которая в данных текстах употребляется как ее синоним. Представленность последней в составе рассматриваемых поликодовых текстов составляет 27 %, что в целом более чем в два раза выше частотности использования в проанализированном контенте лексемы *самоизоляция* за время существования ограничений, в том числе когда режим карантина на отдельных территориях не вводился. Последнее может объясняться смешением данных понятий, которые все же имеют ряд отличий, в коллективном сознании социума, в связи с чем они используются как взаимозаменяемые. Причинами последнего можно назвать недостаточное понимание их специфики и различий, наличие общих признаков, содержательную близость, стирание границ между ними при реализации ограничительных мер, относительную внезапность их появления в медийном дискурсе, стремительный рост популярности и новизну для большей части общества, недостаточную разработанность определения слова *самоизоляция*, различия режимов в России и за рубежом. Помимо термина *карантин*, для репрезентации понятия «самоизоляция» также нередко используется лексема *изоляция* (5 %), выражающая, по сути, родовое понятие, что указывает на понимание самоизоляции, в первую очередь, как ограничительной меры, предполагающей обособление и дистанцирование от других членов общества.

3. Репрезентативные смысловые компоненты, связанные с пребыванием дома

Как показывает анализ, одним из наиболее репрезентативных основных смысловых компонентов в анализируемых текстах и демотиваторах является понятие «дом» — 47 %, которое указывает на локацию, наиболее часто ассоциируемую с режимом самоизоляции. Данный смысловой компонент находит выражение в текстах, поскольку весьма актуальными были вопросы, связанные с нахождением дома, организацией досуга и работы в домашних условиях, а также ограничениями, обстоятельствами или невозможностью нахождения вне дома. Репрезентативность данного понятия в вербальной части составляет 32 %, где оно выражается посредством существительного *дом* и наречия *дома*, которые также нередко используются в составе словосочетаний *сидеть дома*, *находиться дома*, *быть дома*, *не выходить из дома* и др. При этом достаточно репрезентативным является сочетание наречия *дома* именно с глаголом *сидеть*. Рассматриваемый смысловой компонент также вербализуется посредством лексем *квартира*, *гараж* (в текстах ироничного содержания гараж упоминается как место проживания на время самоизоляции),

многоэтажка и др. В невербальной части понятие «дом» репрезентируется в 38 % случаев, как правило, посредством изображения не дома, а комнаты (спальни или гостиной) как его составляющей, реже — балкона, кухни, коридора, ванной комнаты, гаража, лестничной клетки, подъезда, какого-либо закрытого помещения. При этом комната является одним из ключевых и наиболее продуктивных образов (32 %), представленных в невербальной части рассматриваемых текстов (см. рис. 1). Таким образом, указание на нахождение дома содержится в тексте сообщения или проиллюстрировано картинкой более чем в каждом третьем поликодовом тексте выборки.

Еще одним весьма репрезентативным смысловым компонентом, характерным для анализируемых текстов, является понятие «работа» — 22 %. При этом оно выражается практически с одинаковой частотностью как вербально (18 %), так и невербально (16 %). В вербальной части данное понятие представлено такими языковыми единицами, как *работа*, *работать*, *удаленная работа*, *удаленка* и др. При этом речь идет преимущественно об удаленной работе, в связи с чем частотными становятся словосочетания *работать дома*, *работать из дома*, также выражается желание выйти на работу. Отсутствие работы нередко репрезентируется сочетанием данного глагола с частицей *не*, вследствие чего формируется оппозиция, представленная парой *работать и не работать*. Она выражается и посредством производных лексем *работающий и безработный* и др. В невербальной части, как правило, изображается процесс удаленной работы за компьютером или ноутбуком, а также в ряде текстов — не всегда удачная попытка людей определенных профессий выполнять привычную им работу в домашних условиях. Последнее делается для создания комического эффекта и указания на трудности или отсутствие у людей возможности работать удаленно.

Как показывает анализ, следующим часто актуализируемым смысловым компонентом является понятие «диван». Его референт представляет собой один из ключевых объектов в пространстве дома, указывающих на особенности восприятия самоизоляции как периода, когда человек проводит много времени дома, лежа на диване. Степень репрезентативности данного понятия в анализируемых текстах составляет 18 %. При этом оно также преимущественно представлено в невербальной части — 14 %, в вербальной — 5 % (для сравнения отметим, что понятие «кресло» отмечено только в 5 % текстов, также преимущественно в их невербальной части). Нередко понятие «диван» вербализуется в составе словосочетаний *лежать на диване*, *спать на диване* и других выражений, отчасти раскрывая представления о пассивном времяпровождении и отдыхе в период самоизоляции, где последнее образует оппозицию с понятием «работа». Само действие, передаваемое глаголом *лежать*, репрезентируется в текстах в 13 % случаев, также преимущественно в невербальной их части — 11 %, в вербальной — 4 %. В связи с этим примечательно, что лексема *сидеть*, напротив, обладает такой же высокой частотностью в вербальной части, при этом в отдельных случаях она используется в значении 'находиться' в составе таких словосочетаний, как *сидеть на самоизоляции*, *сидеть на карантине*, *сидеть дома*, где последнее обладает наибольшей репрезентатив-

ностью — 11 %, и лежит в основе ставшего популярным слогана и хештега *сидим дома*. В невербальной части непосредственное действие, передаваемое глаголом *сидеть*, зачастую актуализируется посредством изображения субъекта, работающего удаленно за компьютером или одиноко сидящего в бездействии.

Следующим смысловым компонентом, отражающим весьма распространенные представления о действиях на самоизоляции, является «прием пищи» — 12 %. В анализируемых текстах данное понятие выражается как в вербальной (9 %), так и невербальной части (4 %) посредством лексем *есть, жрать, пожирать, откармливать*, а также изображения человека, выполняющего это действие. При этом в невербальной части указанные лексемы чаще сопровождаются изображением еды или располневшего от еды человека. Понятие «еда» также является одним из ключевых для рассматриваемых текстов. При этом в них упоминаются весьма конкретные продукты питания, нередко несколько одновременно в рамках одного контекста.

Понятие «дистанционное обучение» актуализируется в текстах чуть реже — 11 %. Данный смысловой компонент также указывает на один из видов активности, осуществляемой в домашних условиях в период самоизоляции, в который вовлечены не только преподаватели и обучающиеся, но также родители учеников. В вербальной части оно выражается в 9 % текстов посредством таких языковых единиц, как *дистанционное обучение, дистанционное образование, онлайн-обучение, дистант, дистанционка*. Невербально данный процесс нередко репрезентируется в 7 % текстов посредством изображения работающего за компьютером субъекта (преподавателя, ученика, студента), родителя, занимающегося с ребенком (рис. 2),

Планы на время карантина:

1. Заняться фигурой
2. Подтянуть английский и начать изучение нового языка
3. Сделать лёгкий ремонт

Реальность:



Рис. 1



Рис. 2

или экрана монитора с открытым окном программы видеосвязи аналогично понятию «удаленная работа». Понятие «компьютер» репрезентируется в 8,4 % текстов.

К понятиям, отражающим популярные представления о пребывании дома в период самоизоляции, относится и действие «спать» — 8 % (вербально — 6 %, невербально — 7 %). В невербальной части данный процесс иллюстрируется изображением лежащего или сидящего субъекта с закрытыми глазами. Чуть менее репрезентативным является смысловой компонент «употребление алкоголя». Данное понятие выражается в 7,7 % выборки посредством лексем и словосочетаний *выпивать, пить водку, бухать, запой, спиваться* и др. В невербальной части, как правило, представлено изображение употребляющего алкоголь мужчины, а также одной или нескольких бутылок, банок, бокалов с алкоголем, ящика с такими бутылками для акцента на большом его количестве и создания комического эффекта.

4. Репрезентативные смысловые компоненты, связанные с нахождением вне дома и соблюдением режима самоизоляции

Понятие «улица» представлено в 18 % анализируемых поликодовых текстов, но, как правило, является тематически обусловленным, характерным для сообщений, где затрагиваются вопросы нахождения вне дома: похода в магазин, введенных ограничений, их нарушения и т. д. Преимущественно оно репрезентируется в вербальной части — 17,2 % (в невербальной — 3,1 %). Также в контекстах, где речь идет о нахождении вне дома и существующих ограничениях, значимым является понятие «прогулка», которое актуализируется в 12,9 % рассматриваемых текстов и в большинстве случаев выражается именно в вербальной части — 11,4 % (в невербальной — 2,1 %) посредством глаголов *гулять, выгуливать* и существительных *прогулка, гулянка* (в том числе в составе словосочетаний *гулять с детьми, выгуливать собаку*). При этом обращает на себя внимание отсутствие изображений гуляющих людей в невербальной части анализируемых текстов за исключением случаев прогулки с собакой, что может являться отражением существовавшего запрета и системы ограничений.

Действие, передаваемое глаголом *выходить*, также является высокочастотным — 9,3 % и преимущественно представлено в вербальной части поликодовых текстов — 9,1 % (в невербальной — 1,2 %), в том числе в составе словосочетаний *выходит на улицу, выйти некуда, выйти на волю*, а также лексемой *вылазить* и др. При этом во многих случаях речь идет о трудностях постоянного нахождения дома, существующих ограничениях и желании прогуляться по улице. Интерес в этом отношении представляет и репрезентация понятия «окно» в 8,2 % текстов. При этом в иконической части представлено изображение окна с видом на улицу, субъект (человек или животное), выглядывающий из окна и др. В вербальной части данная лексема также представлена в составе словосочетаний *открыть окно, смотрит из окна* и др.

Также обращает на себя внимание и репрезентативность понятия «шашлыки» — 5,2 %, которое в большей степени представлено в вербальной части — 4,9 % (в невербальной — 2,3 %). Соответствующая лексема употребляется в форме мно-

жественного числа, в частности, она функционирует в составе словосочетаний *сгонять на шашлыки, жарить шашлыки* (Рис. 3). На необходимость следования предписаниям указывает репрезентация понятия «соблюдать» — 4,6 %, соответствующий глагол включается в состав словосочетаний *соблюдать карантин, соблюдать дистанцию*.

Кто-то: погнали на шашлыки?

Я:



Рис. 3

5. Репрезентативные смысловые компоненты, связанные со здоровьесбережением во время самоизоляции

Отдельную группу продуктивных смысловых компонентов образуют понятия, репрезентируемые медицинскими терминами, лексемами, характерными для медицинского дискурса, а также изображением их референтов. К ним преимущественно относятся лексические единицы, вербализирующие представления о средствах и способах защиты здоровья. Наиболее часто воплощается понятие «*медицинская маска*» — 18,6 %, которое в анализируемых текстах в подавляющем большинстве случаев выражено лексемой *маска*, являющейся усеченным вариантом соответствующего термина. Нередко она включается в состав словосочетания *носить маску*, несколько реже используется в составе словосочетания *надеть маску*. В связи с этим весьма любопытно, что частотность репрезентация данного смыслового компонента в невербальной части анализируемых поликодовых текстов в несколько раз выше (17,8 %), чем в составе вербального компонента (4,5 %). Столь же примечательно присутствие данного понятийного слота в текстах различных тематик, касающихся самоизоляции, а не только там, где речь идет о здоровьесбережении (рис. 3 и 4).

Все вышесказанное справедливо и в отношении действия «ношение маски», репрезентативность которого в целом составляет 16 %, и также преимущественно оно реализуется в невербальной части текстов (16 % против 1,9 % в вербальной). Все это указывает на то, что понятия «медицинская маска» и «ношение маски» входят в число ключевых символов режима самоизоляции. С другой стороны, обращает на себя внимание отсутствие в изучаемых поликодовых текстах термина *респиратор*, несмотря на то что многие люди использовали его как альтернативное средство защиты органов дыхания. В составе невербального компонента изображения данного средства представлено весьма незначительно. Для сравнения отметим, что отличительной чертой рассматриваемых мемов и демотиваторов также являются изображения противогаза или костюма химзащиты — 6,6 % (рис. 5), которые репрезентируют соответствующие понятия только через посредство иконических знаков (комический эффект достигается за счет гиперболы). Кроме того, часто вводятся изображения предметов, используемых не по своему прямому назначению, а вместо маски, например, пакет, крышка от сковородки и т. д.

Как показывает анализ, несмотря на популярность, понятие «коронавирус» представлено только в 6,8 % анализируемых текстов и репрезентируется преимущественно в вербальной их части — 6,3 % (в невербальной — 1,4 %). Это объясняется тем, что данное понятие скорее является базовым для текстов, посвященных именно эпидемиологической обстановке, а не самоизоляции. Одним из основных аспектов, определяющих специфику периода самоизоляции, также является соблюдение «безопасного расстояния» — 4,2 %, в связи с этим в текстах функционируют такие языковые единицы как *дистанция*, *дистанцирование*, *соблюдать дистанцию*, а также сочетания с числительными, указывающими на сложившееся представление о том, каким оно должно быть: *1,5 метра*, *2 метра* и *2,5 метра*.

ЕЩЕ НЕДЕЛЯ КАРАНТИНА И МАСКА МНЕ БУДЕТ МАЛА



Рис. 4



Рис. 5

6. Репрезентативные смысловые компоненты, связанные с продолжительностью самоизоляции

Понятия о времени, сроках, датах и временных отрезках представлены только в вербальной части рассматриваемых мемов и демотиваторов. Наиболее частотными здесь являются смысловые компоненты «месяц» и «день» (10 % в каждом случае). Репрезентирующие их лексемы нередко представлены в составе словосочетаний *после месяца, второй месяц, первый день, седьмой день* и др.. При этом речь, как правило, идет о событиях в первый и второй месяцы режима, в связи с чем используются существительное *месяц* в форме единственного числа, словосочетание *второй месяц*, в то время как лексема *день* нередко употребляется и в форме множественного числа, указывая на неопределенность и размытость сроков. Причиной первого отчасти может являться тот факт, что в сознании общества «самоизоляция» ассоциируется именно с периодом нерабочих дней. По мере его завершения острота обсуждения отдельных вопросов стала постепенно угасать, что еще раз указывает на значимость работы в жизни каждого человека, где каждый проводит большую часть своего времени, и объясняет высокую репрезентативность данного понятия.

Важным для осмысления самоизоляции оказывается и компонент «окончание срока» (9,6 %), вербализуемый глаголом *заканчиваться* и существительными *конец, окончание*, которые употребляются с названиями промежутков времени и лексемой *самоизоляция*, например, в составе словосочетаний *конец самоизоляции, конец недели* и др. В текстах выражается оппозиция «заканчиваться — не заканчиваться». В них, с одной стороны, высказывается пожелание, чтобы срок самоизоляции скорее закончился, а с другой стороны, констатируется факт, что он не подходит к концу и неизвестно, когда закончится. При этом столь же репрезентативным является и понятие «время», вербализуемое соответствующей лексемой, которая также функционирует в составе словосочетаний *в последнее время, период времени* и др., а также словом *времена*. Все вышесказанное свидетельствует о том, что фактор времени является весьма значимым при восприятии самоизоляции и формирует отношение к ней.

7. Репрезентативные смысловые компоненты, связанные с финансовым благополучием и приобретением товаров

Возникшие в период самоизоляции вопросы финансового благополучия способствовали включению в рассматриваемые тексты понятия «деньги» — 4,9 %, как вербально (3,8 %), в том числе посредством лексемы *рубли* во множественном числе при указании конкретных сумм, так и невербально (2,1 %) путем изображения одной или нескольких денежных купюр. Еще одним частотным действием, ассоциируемым с периодом самоизоляции, является смысловой компонент «покупать», вербализуемый лексемами *покупать, купить, раскупить, скупить*, степень репрезентативности которого составляет 9,1 %. Данное понятие тесно связано с понятием «магазин» (9 %) и нередко представлено совместно с ним в невербальной части мемов и демотиваторов, поскольку магазин является местом, где совершаются покупки.

Наиболее часто упоминаемым продуктом является гречка. Частотность актуализации данного смыслового компонента составляет 8 %. При этом в большей степени он характерен для текстов начала периода самоизоляции, этот продукт стал одним из его основных символов в общественном сознании. Данное понятие представлено как в вербальной (6,2 %), так и невербальной (3,1 %) частях поликодовых текстов ироничного содержания посредством соответствующей лексики, а также словосочетания *гречневая крупа*, изображения упаковки данного продукта, тарелки с гречкой и др., нередко с акцентом на большом ее количестве (рис. 6). При этом частотным является изображение нескольких упаковок гречки. Наряду с гречкой своеобразным символом периода начала самоизоляции стал такой товар, как туалетная бумага. Данное понятие репрезентируется как вербально, так и невербально в 6,7 % анализируемых текстов.

Отметим также, что в исследуемых текстах финансовые трудности, которые люди испытывали, и связанные с ними страхи и опасения отразились в актуализации действия, вербализуемого лексемой *выживать* — 5,2 %.



Рис. 6

8. Частотно репрезентируемые понятия из сферы «Субъекты действий»

Отдельного рассмотрения заслуживают упоминаемые в анализируемых текстах субъекты и их характеристики. Часть из них находит выражение только в составе невербальной части текста, где может быть представлен как один, так и несколько субъектов действия. Весьма распространенными являются изображения с одним субъектом — 40 %, который, находясь в помещении в одиночестве, не проявляет признаков активности (пассивно сидит на диване) или выполняет одно из рассмотренных выше действий, реже — стоит один на улице. Мемы и демотиваторы с одним субъектом создаются, на наш взгляд, для иллюстрации изолированности, дистанцирования от других людей и чувства одиночества, что нередко также находит выражение и в вербальной части. В текстах, где представлено более одного субъекта, важная роль отводится определенным членам семьи и их роли. Наибольшей частотностью актуализации в текстах характеризуется понятие «родители» — 11,2 %. Кроме того, в полисубъектные изображения включаются репрезентанты понятия «жена» — 13 %, «муж» — 7 %, «мама» — 5,7 %, «папа» — 5,5 %, «ребенок / дети» — 21, «сын» — 1 %, «дочь» — 2 %, «сестра» — 1 %. Отсутствие упоминания дальних родственников является весьма ожидаемым фактом. При этом само комплексное понятие «семья» обладает достаточно высокой степенью репрезентативности — 20 % и в невербальной части выражается посредством изображения двух супругов вместе — 9 %, супругов с детьми — 5 % или одного из супругов с ребенком — 4 %. Репрезентация понятия «соседи» была выявлена только в вербальной части — 4 %. Частотным является образ полицейского — 5,4 %. Отметим, что отсылка к персонажам фильмов и мультфильмов, а также к образам животных (преимущественно котов), выступающих условно в роли человека, является типичной особенностью демотиваторов и мемов.

9. Заключение

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить элементы знания, представляющие собой опорные смысловые компоненты содержания поликодовых текстов, характеризуемые различной степенью репрезентативности, отражающей их востребованность при конструировании сообщений. В мемах и демотиваторах центральный смысловой компонент «самоизоляция» нередко подразумевает массовую самоизоляцию, ассоциируется с периодом нерабочих дней и часто репрезентируется посредством лексемы *карантин* вследствие сближения и отождествления их референтов. Разнообразие репрезентируемых смысловых компонентов указывает на то, что круг волнующих людей вопросов достаточно широк и затрагивает проблемы здоровьесбережения, времяпровождения в домашних условиях, нахождения вне дома и соблюдения условий самоизоляции, приобретения необходимых товаров и финансового благосостояния в данный период. Смысловые компоненты отражают общие представления о наиболее часто упоминаемых желаемых и вынужденных действиях или активности («лежать», «сидеть», «спать», «удаленная работа», «дистанционное обучение», «прием пищи», «употребление алкоголя», «покупать», «прогулка», «выживать»), ассоциируемых с режимом самоизоляции, а

также локациях («дом», «магазин», «улица» и др.). При этом смысловой компонент «улица», как правило, репрезентируется в текстах, посвященных нахождению вне дома, соблюдению ограничений и их нарушению. Также смысловые компоненты раскрывают представления о субъектах, о которых говорится в сообщении («родители», «дети», «семья», «полицейский» и др.), предметах, которые использует или с которыми взаимодействует человек, находясь на самоизоляции («диван», «компьютер», «окно», «маска», «гречка»), желаемых событиях («окончание срока», «шашлыки»), опасностях («коронавирус») и др. Значимым при восприятии самоизоляции оказывается и фактор времени, в связи с чем частотна актуализация таких смысловых компонентов, как «день», «месяц», «время».

Ряд понятий репрезентируются почти в равной степени вербальными и невербальными средствами («работа», «дом», «маска»); другие актуализируются в большей степени вербально («прогулка», «гречка») либо в большей степени невербально («лежать», «окно»); наконец, есть понятия, которые получают только вербальное воплощение («месяц», «заканчиваться») или только невербальное («костюм химзащиты»).

Наиболее репрезентативными смысловыми компонентами, представленными в невербальной части, являются «дом», «улица», «маска», «ношение маски», «работать», «семья», «лежать», «сидеть», «диван», «муж»; в вербальной части к наиболее репрезентативным относятся «карантин», «дом», «работать», «семья», «прогулка», «сидеть», «самоизоляция», «коронавирус», «заканчиваться», «выходить», «маска», «месяц», «гречка», «родители». При этом текст может конструироваться с использованием сразу нескольких данных смысловых компонентов, которые могут быть выражены как в вербальной, так и изобразительной части, дополняя или дублируя друг друга. В целом перечень языковых средств, используемых в данных текстах, шире и разнообразнее, чем невербальных элементов. Такие смысловые компоненты, как «противогаз», «костюм химзащиты», а также «гречка», «туалетная бумага» (изображенные в большом количестве), используются для создания комического эффекта. Интерес в связи с этим представляет установление особенностей совместного употребления выделенных смысловых компонентов в содержательном пространстве текста, анализ мнений, выражаемых с их использованием и отражающих особенности восприятия самоизоляции, а также определение продуктивных тем сообщений, что выходит за рамки настоящей статьи и представляет собой дальнейшие направления исследования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. — Москва : Academia, 2003. — 128 с.
2. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» / Л. С. Большакова // Вестник СамГУ. — 2008. — № 4 (63). — С. 19—24.
3. Викторова О. А. Демотивационный постер как поликодовый текст / О. А. Викторова // Слово и текст : психолингвистический подход. — 2014. — № 14. — С. 103—107.
4. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст : ключи к прочтению / М. Б. Ворошилова. — Екатеринбург : ФГБОУ ВПО «Уральский гос. пед. ун-т», 2013. — 194 с.

5. Злоказов К. В. Системно-функциональный семиотический подход к анализу поликодового текста : современное состояние и перспективы / К. В. Злоказов // Юрислингвистика. — 2018. — № 9-10 (20-21). — С. 126—133.
6. Каленых Е. В. Текст как предмет психолингвистического исследования : природа текста, взаимодействие «автор — читатель» и читательские оценки / Е. В. Каленых // Наука и школа. — 2012. — № 6. — С. 71—73.
7. Пищальникова В. А. Антикоррупционная реклама как поликодовый текст / В. А. Пищальникова, П. Цайс // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2020. — № 4 (833). — С. 80—90.
8. Сергеева Ю. М. Поликодовый текст : особенности построения и восприятия / Ю. М. Сергеева, Е. А. Уварова // Наука и школа. — 2014. — № 4. — С. 128—134.
9. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов : основные направления / А. Г. Сонин // Вопросы языкознания. — 2005. — № 6. — С. 115—123.
10. Терских М. В. Вербально-визуальные средства репрезентации гендерных стереотипов в современной рекламе / М. И. Терских // Научный диалог. — 2019. — № 11. — С. 86—99. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-11-86-99.
11. Чернявская В. Е. Какие текстовые границы нужны лингвисту? Поликодовые и гибридные тексты / В. Е. Чернявская // Стил. — 2008. — № 9. — С. 105—120.
12. Davison P. The language of internet memes / P. Davison // The Social Media Reader. — 2012. — Pp. 120—134.
13. Marsh E. E. A taxonomy of relationships between images and text / E. E. Marsh, M. D. White // Journal of Documentations. — 2003. — Vol. 6. — Pp. 647—672.

FREQUENTLY REPRESENTED SENSE COMPONENTS IN MEMES AND DEMOTIVATORS DEDICATED TO LOCKDOWN¹

© Maxim N. Latu (2020), orcid.org/0000-0002-6313-5637, ScopusID 55782052700, ResearcherID S-1014-2016, PhD in Philology, Professor, Department of Western European Languages and Cultures, Leading Researcher, Director of the Scientific and Educational Center “Applied Linguistics, Terminology and Linguocognitive Technologies”, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education “Pyatigorsk State University” (Russia, Pyatigorsk), laatu@yandex.ru.

The article is devoted to the study of sense components that are often represented in the content of static polycode texts, in particular, demotivators and memes devoted to the phenomenon of mass lockdown. The aim of the study is to establish the elements of knowledge, which are basic concepts and are used in the construction of messages, understanding the specifics of this mode, broadcasting opinions. The means of their expression in the verbal and non-verbal parts of polycode texts are analyzed. A different degree of their representativeness is established, depending on the frequency of the used linguistic means and non-verbal elements. The statistical data were processed using the AntConc 3.5.8 text corpus analyzer program, using the stop-list of words. Attention is paid to the differences in the actualization of the identified mental constructs in the verbal and non-verbal parts of memes and demotivators. They were systematized in accordance with this criterion. The frequency of the use of verbal and non-verbal means to convey the same semantic component is assessed in a comparative manner. The diversity of linguistic means used by the authors of memes and demotivators of the studied group is characterized.

1 Acknowledgments: The reported study was funded by RFBR and EISR according to the research project No. 20-011-31693.

Key words: polycode text; demotivator; meme; lockdown; sense component; concept; representation; verbal; non-verbal; creolization.

REFERENCES

- Anisimova, E. E. (2003). *Lingvistika teksta i mezhkulturnaya kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov)* [Linguistics of the text and intercultural communication (on the material of creolized texts)]. Moskva: Academia. 128 p. (In Russ.).
- Bolshakova, L. S. (2008). O soderzhanii ponyatiya «polikodovyy tekst» [On the content of the concept of “polycode text”]. *Vestnik SmaGU* [Bulletin of samsu], 4 (63): 19—24. (In Russ.).
- Chernyavskaya, V. E. (2008). Kakiye tekstovyye granitsy nuzhny lingvistu? Polikodovyye i gibridnyye teksty [What text boundaries do a linguist need? Polycode and hybrid texts]. *Stil'* [Style], 9: 105—120. (In Russ.).
- Davison, P. (2012). The language of internet memes. *The Social Media Reader*. 120—134.
- Kalenykh, E. V. (2012). Tekst kak predmet psikholingvisticheskogo issledovaniya: priroda teksta, vzaimodeystviye «avtor — chitateľ» i chitateľskie otsenki [Text as a subject of psycholinguistic research: the nature of the text, interaction “author-reader” and reader’s assessments]. *Nauka i shkola* [Nauka i shkola], 6: 71—73. (In Russ.).
- Marsh, E. E., White, M. D. (2003). A taxonomy of relationships between images and text. *Journal of Documentations*, 6: 647—672. (In Russ.).
- Pishchalnikova, V. A., Tsaysya, P. (2020). *Antikorruptsionnaya reklama kak polikodovyy tekst* [Anti-corruption advertising as a polycode text]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnyye nauki* [Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanities], 4 (833): 80—90. (In Russ.).
- Sergeyeva, Yu. M., Uvarova, E. A. (2014). Polikodovyy tekst: osobennosti postroyeniya i vospriyatiya [Polycode text: features of construction and perception]. *Nauka i shkola* [Nauka i shkola], 4: 128—134. (In Russ.).
- Sonin, A. G. (2005). Eksperimentalnoe issledovanie polikodovykh tekstov: osnovnye napravleniya [Experimental research of polycode texts: main directions]. *Voprosy yazykoznaninya* [Questions of linguistics], 6: 115—123. (In Russ.).
- Terskikh, M. V. (2019). Verbal-Visual Means of Representing Gender Stereotypes in Modern Advertising. *Nauchnyi dialog* [Scientific dialogue], 11: 86—99. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-11-86-99. (In Russ.).
- Viktorova, O. A. (2014). Demotivatsionnyy poster kak polikodovyy tekst [Demotivation poster as a polycode text]. *Slovo i tekst: psikholingvisticheskii podkhod* [Word and text: psycholinguistic approach], 14: 103—107. (In Russ.).
- Voroshilova, M. B. (2013). *Politicheskiiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: keys to reading]. Ekaterinburg: FGBOU VPO «Uralskiy gos. ped. un-t». 194 p. (In Russ.).
- Zlokazov, K. (2018). Sistemno-funktsionalnyy semioticheskiiy podkhod k analizu polikodovogo teksta: sovremennoye sostoyaniye i perspektivy [System-functional semiotic approach to analysis of polycode text: current state and future perspectives]. *Yurislilingvistika* [Jurislingvistika], 9—10 (20—21): 126—133. (In Russ.).