



DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-2-424-437

ЛОГОЭПИСТЕМЫ В КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТАХ ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

Н.В. Гладкая

Донецкий национальный университет
83001 Донецк, Украина, ул. Университетская, 24

В статье рассматриваются наиболее распространенные механизмы создания креолизованного текста в сфере интернет-коммуникации, анализируются его функции, воздействие на адресата и влияние логоэпистемных единиц прецедентных феноменов на представителей той или иной лингвокультуры. Актуальность темы обусловлена необходимостью создания системы базовых моделей формирования креолизованных текстов для более полного изучения типов связей (автосемантических и синсемантических) между вербальными и невербальными компонентами, что позволит глубже проникнуть в природу комического эффекта и определить степень его влияния на реципиентов. Особое внимание было уделено роли и значению визуальной информации в интернет-коммуникации. Важное место в нашем исследовании уделено явлению пресуппозиции, которая рассматривается многими учеными. В работе мы опирались на теории Н.Д. Арутюновой (1973) и В.З. Демьянкова (2005). Пресуппозиция предшествует высказыванию, она предполагает наличие у слушающих фоновых знаний и включает ситуативный контекст. Жанр демотиватора позволяет обыгрывать пресуппозиции, так как прецедентные элементы, включенные в его состав, отражают специфику современной социокультурной ситуации. Сам жанр демотиватора можно считать прецедентным феноменом, то есть регулярно воспроизводимым и хорошо известным всем представителям определенного социально-культурного пространства. Для достижения наибольшего успеха демотиватор должен содержать диссонанс между надписью, бросающейся в глаза, и изображением. В статье предпринята попытка классифицировать логоэпистемы, которые, являясь сжатым текстом, содержат в себе национально-культурные особенности, и показать, что их употребление с прецедентным текстом вызывает у реципиента определенный ассоциативный ряд. В исследовании были использованы методы контекстуального анализа, сопоставительный и статистический методы, метод дискурса-анализа.

Ключевые слова: импликатура, логоэпистема, интернет-коммуникация, пресуппозиция, фрейм-сценарий, прагматический потенциал

1. ВВЕДЕНИЕ

Принято считать, что человек — существо социальное. Поэтому общение (коммуникация) составляет неотъемлемую часть нашей жизни, отличающую нас от представителей животного мира. Зачастую самоцелью разговора является простое удовлетворение своих коммуникативных потребностей. Однако по своей природе коммуникация довольно сложный процесс со своей четко очерченной спецификой: наличие общего информационного поля, средств кодификации, понятных для обеих сторон общения, активность участников коммуникации и т.д. Кроме того, для обмена информацией и воздействия на реципиента коммуникатор (человек, направляющий информацию) должен четко продумать мысль, которую хочет выразить и передать, чтобы она впоследствии была корректно интерпретирована и вызвала должную реакцию.

В последнее десятилетие лингвистический интерес к невербальным средствам коммуникации значительно возрос. Этому способствовало интернет-пространство, которое в современном обществе играет значимую роль. Являясь уникальной виртуальной средой, Интернет предоставляет неограниченные возможности своим пользователям.

Интернетом пользуются более 35% жителей всей Земли, таким образом, мы все находимся в общем медиапространстве. Это пространство тесно объединено с нашей личной и социальной жизнью. В этом смысле возникает проблема языковых барьеров и преодоления лингвокультурных особенностей между представителями разных стран. На данный момент визуализированная информация является одной из самых успешных попыток преодоления языковых барьеров. При помощи невербальной информации легче воздействовать на реципиентов, а также она с легкостью поддается кодированию и декодированию. Таким образом, интернет-общение привело к нейтрализации оппозиции устной и письменной речи и созданию особого типа речи — речи интернет-дискурса (Рогачева 2009).

Важным шагом является разграничение понятий «дискурс» и «коммуникация». Следует отметить, что проблемой изучения дискурса занимались как зарубежные, так и отечественные ученые (Э. Бенвенист, З. Харрис и М. Фуко, Е.Н. Галичкина, Д.В. Галкина, Л.Ю. Иванова, В.Ю. Нестерова). Однако определения данного явления и подходы к его изучению кардинально отличаются, это связано с полисемичностью термина.

К примеру, первоначальное определение *дискурса*, выдвинутое Бенвенистом, определяется как «речь в аспекте ее производства». Понятие «виртуального дискурса» охватывает более широкие сферы: это и область его появления, распространения, развития, а также графические, орфографические, стилистические и пунктуационные особенности. Не вызывает сомнений, что интернет-дискурс — особый тип общения, реализуемый в глобальной сети, это дает возможность с одной стороны рассматривать данный термин как разновидность коммуникации, а с другой — как ситуацию коммуникации (Van Dijk 2009, Weiss & Wodak 2003).

Нет сомнений, что наиболее специфичной, яркой и выигрышной чертой компьютерной сетевой коммуникации является возможность установления обратной связи отправителя текста с его получателем, т.е. *интерактивность* (англ. *interaction* — «взаимодействие»). Этот термин отсылает нас к сфере профессионального программирования, где он подразумевает под собой реакцию виртуального объекта (интерфейса) на те или иные действия пользователя. При этом с одной стороны интерактивность рассматривается как взаимодействия субъекта (человека) с неодушевленным объектом, содержащим информационный ресурс: веб-страницей, электронной почтой, блогом и т.д., а с другой — возможность установления и поддержания речевого контакта между разными субъектами. Таким образом, формируется интернет-коммуникация (интерактивный полилог).

В современной сети Интернет широкой популярностью пользуются именно визуальные формы общения, так как научно доказано, что большую часть информации о мире человек воспринимает именно благодаря зрению, т.е. визуально. Одной из подобного рода визуальных форм общения являются так называемые

креолизованные тексты (мемы, демотиваторы, интернет-комиксы, эдвайсы и проч.), т.е. тексты состоящие из двух частей: вербальной (языковой) и невербальной. Появление подобного рода текстов в интернет-дискурсе обуславливается общими тенденциями интернет-коммуникации: сжатость текста (для экономии времени), наличие feedback (обратной связи, т. е. возможности дальнейшего распространения понравившегося текста, цитаты), оценочность (возможность выразить свое отношение к тексту в категориях нравится / не нравится / репост), объединение текста и изображения.

Причиной популярности является их развлекательно-юмористический характер. В процессе коммуникации человек опирается на опыт и знания о мире, соотносит производимую речь с действительностью. Для восприятия креолизованных недостаточно одного чувства юмора, адресат должен уметь извлекать из комического текста имплицитный смысл того или иного высказывания. Процесс восприятия креолизованного текста можно представить в виде двойного декодирования: когда мы извлекаем скрытую (имплицитную) информацию изображения и накладываем ее на вербальный концепт текста, все это приводит к созданию единого смысла креолизованного текста. Глобализация сети Интернет обеспечивает постоянное расширение круга коммуникантов, тем и гипертекстуальности.

2. ЛОГОЭПИСТЕМЫ В КРЕОЛИЗОВАННОМ ТЕКСТЕ ДЕМОТИВАТОРА

Жанр демотиватора соединил в себе как традиционные, так и новые культурные свойства. Исследователи отмечают, что языковая личность в интернет-пространстве чрезвычайно креативна в выборе и использовании речевых средств общения. Такая нестандартность, как правило, проявляется в стремлении достичь комического эффекта. Игра является одной из основных форм коммуникации в сети Интернет, причем она формирует особое виртуальное пространство со своими характерными качествами: обособленностью от времени и пространства, эмоциональность (как правило, позитивная), свобода самовыражения и т.д. Игровой компонент служит реализации творческих целей, которые предполагают эксперименты над языком, выводят его за рамки общепринятых норм и канонов. Как правило, для создания комического эффекта используется смысловая неоднозначность. Ежедневно мы имеем дело с тысячами фрагментов различной информации, но только некоторую часть мы помним, а еще меньшим количеством этой информации мы можем поделиться с кем-то еще. Это потому, что способность запоминания ограничена, т. е. время, в течение которого мы можем говорить с другими людьми или написать текст, ограничено, и в то же время внимание, которое мы можем получить от других собеседников, также ограничено.

Таким образом, демотиваторы передают только самое интересное, наиболее запоминающееся, самое полезное, отражают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей. Демотиваторы можно отнести к прецедентным феноменам, обладающим культурной коннотацией и содержащих в себе информацию о том тексте,

информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для его появления.

Таким образом, демотиватор несет в себе определенный скрытый, имплицитный смысл, который адресат может понять не сразу, а в результате некой мыслительной операции, кроме того, интерпретация полученной информации может быть разной. Имплицитная информация не имеет своего собственного, прямого вербального выражения, ее содержание не получает непосредственного словесного воплощения, но оно становится известным, доступным для адресата сообщения благодаря речемыслительной операции импликации (вывода), извлечения невысказанного из высказанного, то есть из компонентов семантики, представленных в значении материально-языковой формы единиц речи или их элементов. Этот вывод может зависеть от многих факторов: воспитания реципиента, его культурного уровня, фоновых знаний, общей экстралингвистической информации и др. Поэтому для максимально полного понимания демотиватора крайне важна пресуппозиция: адресат формирует определенный смысл на основе личного опыта и фоновых знаний, только в этом случае коммуникативный эффект будет достигнут.

В нашем исследовании представляется уместным понимать явление пресуппозиции в качестве компонента смысла текста, являющегося предварительным знанием необходимым для адекватного восприятия текста. Иными словами, пресуппозиция когнитивно предшествует высказыванию и предполагает у слушающих наличие фоновых знаний. Понятие пресуппозиции включает в себя как контекст, так и ситуацию, в которой сделано некоторое высказывание. Жанр демотиватора позволяет обыгрывать пресуппозиции, так как прецедентные элементы, включенные в его состав, отражают специфику современной культурной ситуации. Как отмечалось ранее, жанр демотивационного постера можно считать прецедентным феноменом, то есть регулярно воспроизводимым и хорошо известным всем представителям социально-культурного пространства (прецедентным может выступать известная фраза, герой сериала или кино, медийные персонажи и т.д.). Именно прецедентность является одним из основных факторов межкультурного общения, а социальные сети обеспечивают необходимую для этого коммуникацию. Благодаря культурной коннотации, которая присуща креолизованным текстам, коммуникант может распознать прецедентный феномен.

Трансформированные прецедентные высказывания (логоэпистемы) создают эффект языковой игры, каламбура, когда его вербальная и визуальная составляющая обыгрывают разные значения одного и того же слова (Бабина 2013). К числу прецедентных высказываний можно отнести различные цитаты, афоризмы, пословицы, трансформированные крылатые выражения, поговорки.

Вслед за И.В. Захаренко мы отметим, что структура прецедентного высказывания имеет три уровня: 1) *поверхностное значение* — складывается из суммы значений составных элементов высказывания; 2) *глубинное значение* — представляет собой нечто большее, что образует «лексико-семантическую структуру высказывания»; 3) *системный смысл* — сочетание «глубинного смысла», знаний и пред-

ставлений о прецедентном тексте или ситуации, которые лежат в основе данного высказывания (Захаренко 1997). То есть благодаря прецедентным высказываниям мы можем получить в сжатом виде ту или иную информацию о культурологических особенностях определенного народа, о тексте-источнике или каком-либо событии.

Как отмечалось выше, жанр демотиватора представляется наиболее актуальным для отображения реалий современной жизни, так как в нем соединены вербальная составляющая, которая предполагает сконцентрированную в нескольких фразах мысль, идею и иконический компонент. При этом для достижения наибольшего успеха демотиватор должен содержать диссонанс между надписью, бросающейся в глаза, и изображением.

Демотиватор обладает культурной коннотацией, благодаря которой адресат может идентифицировать прецедентный феномен. В теории П. Грайса информация, передаваемая в речевом акте, делится на две части: «что сказано» («what is said») и «что имелось в виду» («what is meant»), в какой оппозиции и находится импликатура (Грайс 1985). Импликатурами являются значения, выходящие за пределы того, что сказано. В комическом тексте импликутуры создают «эффект обманутого ожидания». При этом под ними понимаются не все возможные выводы того или иного высказывания, а только те минимальные, которые помогают реализовать корректное понимание сообщения.

Логоэпистемические единицы чаще всего используют в креолизованных текстах, так как они служат маркерами определяющими ход мыслей реципиента, стимулируют формирование ассоциативных связей, а также являются смыслодержательной частью коммуникации. Логоэпистемы функционируют как сжатый, сконцентрированный текст, поэтому новое его содержание выражается через призму национально-культурных представлений о жизни, а это способствует развитию эмоциональности их смыслового содержания. Таким образом, за ними всегда стоит какой-либо текст, высказывание, прецедентная ситуация.

В нашем исследовании мы рассмотрим прецедентные феномены, которые являются показателем *когнитивно-тезаурусного уровня*. Когнитивно-тезаурусные импликутуры проявляются в случае, когда взаимодействие семантики известной части сообщения с когнитивными знаниями реципиента (знаниями тематики сообщения и фоновыми знаниями о мире) порождают понимание, основанное на смысловом заключении. Такая особенность характерна и для логоэпистемных единиц.

Комический эффект во многих демотиваторах можно интерпретировать исходя из фреймов-сценариев. Самый распространенный прием комического — резкая смена фреймов.

В случае прецедентности фрейма-образа активизируется, как правило, не вся базовая часть фрейма, а только его элементы. Поэтому условно мы можем выделить несколько типов отношений, которые возникают между логоэпистемой и прецедентным текстом, а также их связь с иконическим компонентом демотиватора.

Вслед за Е.Н. Канаевой мы выделяем логоэпистемные единицы по признаку автономности/связности с текстом-источником (Канаева 2010). Таким образом,

к структурно связанным с текстом-источником относятся известные цитаты, строчки из песен, названия произведений и т.д. Например, в демотиваторе *Перемен требуют наши сердца* (рис. 1) иконический компонент отсылает нас к одному из значений слова *перемѣна* — ‘перерыв между занятиями в учебном заведении’, а вербальный компонент подразумевает прямое значение данного слова — ‘наступившее в ком- чем-н. изменение, поворот к чему-н. новому, появление чего-н. нового’ (Бабина 2013).



Рис. 1

В то же время данный пример содержит в себе четкую концептуально-прагматическую составляющую, т.е. он может быть понят только теми адресатами, которые знакомы с русской культурой, в частности русским роком и личностью Виктора Цоя, так как вербальный компонент содержит цитату из одноименной песни музыканта. Следовательно, простого наличия изображения и текста в демотиваторе для его правильного понимания недостаточно: нужна культурологическая основа.

Изображение как важнейший компонент креолизованного текста несет значительную функциональную нагрузку. «Оно является сильным зрительным возбудителем, притягивает к себе внимание адресата, вызывает готовность вступить в коммуникативный контакт» (Данилова 2013).

Следующая разновидность — логозипстемные единицы, связанные с ситуацией-источником, указывают на определенную прецедентную ситуацию. В демотиваторе *И тебя, Брут* (рис. 2) трансформированный вербальный компонент отсылает нас к историческому факту, иконическая часть заставляет нас расширить ассоциативный ряд, тем самым реализовывая «эффект обманутого ожидания» и вызывая комическую реакцию.

«Эффективность коммуникации в этом случае прямо зависит от умения интернет-пользователя осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить те ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект» (Бугаева 2011).



Рис. 2

К последней «автосемантической» (Канаева 2007) группе можно отнести различные пословицы, поговорки и т.д., которые утратили связь с первоисточником и приобрели новое значение благодаря смысловой и вербальной трансформации. В демотивационных постерах формируются контексты, в которых происходит пересечение семантических полей, и, как следствие, совмещение значений разных языковых единиц, имеющих тождественный план выражения. Это является основой для языковой игры, которая формируется на стыке вербальной и иконической части. На рисунке 3 надпись гласит, что *Бесплатный сыр бывает только для второй мышки*.

Происходит взаимодействие семантики известной части сообщения с когнитивными знаниями реципиента (знаниями тематики сообщения и фоновыми знаниями о мире) порождают понимание, основанное на смысловом заключении.

Отличие демотиватора *И тебя, Брут* (рис. 2) от демотиватора *Бесплатный сыр* (рис. 3) заключается и в оппозиции реального и ирреального изображения иконического компонента, подкрепляющего вербальную часть. То есть, несмотря на ассоциативную связь с реальным историческим фактом (рис. 2), демотиватор может быть корректно интерпретирован только при взаимодействии вербальной и иконической части. В демотиваторе *Бесплатный сыр* (рис. 3) вербальная философская составляющая, выводимая в процессе импликации, может быть корректно интерпретирована и вне соотносительности с изображением.

Иконический компонент изображения (рис. 3) отсылает нас к прямому назначению мышеловки — ловля грызунов. Однако вербальный компонент заставляет нас обратиться к когнитивным знаниям, в частности сначала узнать логоэпистему, затем воспроизвести в памяти первоначальный текст текста, сопоставить исходное значение с производным, а затем только осмыслить трансформированный вербальный компонент и его философское смыслоддержание. Таким образом, мы получаем «эффект обманутого ожидания», а смысловое заключение является результатом взаимодействия семантики сообщения со знаниями слушающего о мире.



БЕСПЛАТНЫЙ СЫР
бывает только для второй мышки

Рис. 3



Курс молодого отца

Рис. 4

Кроме того, важно отметить, что трансформированную логоэпистемную единицу *Бесплатный сыр бывает только для второй мышки* мы можем воспринять без соотнесения с визуальной составляющей, т.е. вербальный компонент является автономным, а следовательно, изображение только усиливает глубинное философское содержание, не вызывая диссонанса между вербальной и визуальной частью демотиватора.

В демотиваторе *Курс молодого отца* (рис. 4) вербальный компонент заставляет нас обратиться к когнитивным знаниям, в частности сначала узнать логоэпистему, затем воспроизвести в памяти первоначальный текст (*Курс молодого бойца*), сопоставить исходное значение (*Курс молодого бойца — начальный период прохождения службы в учебных заведениях Минобороны России, МЧС России, МВД России, ФСИН России и др.*) с производным (*Курс молодого отца — трудности, с которыми столкнется молодой отец в воспитании ребенка, в частности разбросанные игрушки Lego*), а затем только осмыслить трансформированный вербальный компонент и его философское смысло содержание. Иконический компонент служит иллюстрацией трансформированной логоэпистемы, при этом в отличие от демотиватора *Бесплатный сыр бывает только для второй мышки* (рис. 3) вербальный компонент на рис. 4 обладает широкими полисемичными связями, поэтому восприятие и должный комический эффект достигается только в единстве с иконическим компонентом. Мы получаем «эффект обманутого ожидания», а смысловое заключение является результатом взаимодействия семантики сообщения со знаниями слушающего о мире.

В следующих примерах (рис. 5; рис. 6) изображение призвано вызвать определенные ассоциации у адресата, углубить концептуальное содержание текста.

В демотиваторе № 5 адресат может реализовывать метафорическое выражение «чистота и порядок», обозначающее отвлеченные понятия, соотнеся его с конкретными людьми, представителями определенных профессий (милиционер и дворник).



Рис. 5



Рис. 6

Если рассматривать процесс построения данного высказывания с перспективы его автора, становится очевидным, что он основывается на содержании пресуппозиции, преследуя следующую коммуникативную цель: достижение восприятия адресатом имплицитной информации как факта, общепризнанного и не требующего комментариев. Однако следует отметить, что разграничение пресуппозиций довольно нечеткое, поэтому часто языковые явления относятся к различным типологическим структурам. Таким образом, в когнитивно-прагматическом плане демотиватор *Чистота и порядок* (рис. 5) относится и к лингвистической пресуппозиции, которая опирается на знания, содержащееся в самом языке, и к коннотативной пресуппозиции, которая связана с побочными значениями слов и выражений, и к коммуникативной, которая основывается на представлении говорящего о степени осведомленности адресата речи (Арутюнова 1973, 1990, Кацнельсон 1972). То есть для правильной интерпретации вербального компонента адресат должен хорошо владеть русским языком, понимать уместность данного высказывания и учитывать культурные особенности.

Иконический компонент рис. 6 отсылает нас сразу к нескольким ассоциативным рядам: во-первых — особенности поведения животных в дикой природе, во-вторых — всем известная история «дружбы» тигра Амура и козла Тимура в Приморском сафари-парке. Для усиления ассоциативной игры автор использует в демотиваторе вербальный компонент «Не трогай! Это на Новый год», который вызывает в памяти реципиентов картины предновогодней суеты, заполненного едой холодильника и невозможности есть эти продукты до начала празднования.

В то же время данный пример содержит в себе четкую концептуально-прагматическую составляющую, имплицитный смысл, т. е. он может быть понят только теми адресатами, которые либо сами являются представителями русской культуры либо знакомы с национальными особенностями русских граждан.

Демотиватор находится на стыке когнитивной и коммуникативной пресуппозиций. Для корректной интерпретации вербального и иконического компонента адресат должен обладать определенными фоновыми знаниями и знаниями в обла-

ти языка. Смысл любой коммуникативной единицы определяется относительно конкретной ситуации (в данном случае иконический компонент указывает на то, что в природе в непосредственной близости друг от друга находятся тигр и козел, при этом хищник не трогает представителя млекопитающих), а внутренним фактором, обуславливающим действие пресуппозиции в тексте, является неоднородность смысловой структуры высказывания, которая расчленяется на пресуппозицию и сообщение (т.е. выражение «*Не трогай! Это — на Новый год*» воспринимается как некое сообщение, однако данное высказывание предполагает наличие предварительных фоновых знаний, без которых невозможно адекватно воспринять смысл демотиватора).

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С развитием информационных возможностей формы коммуникации заметно меняются, а сфера ее распространения заметно увеличивается, это ведет к появлению новой терминологии в сфере интернет-общения. «Интернет стал переломным моментом в истории человеческой коммуникации, которая не менялась в течение пяти тысяч лет» (Thimbleby 1996). Именно в этой среде устная и письменная речь аккумулировались в отдельное явление, которое получило название «интернет-дискурс». Данный феномен вызывает интерес как зарубежных, так и отечественных ученых, поэтому подходы к рассмотрению данного явления кардинально отличаются. Тем не менее, мы определили, что понятие «интернет-дискурс» охватывает широкие сферы: это и область его появления, распространения, развития, а также графические, орфографические, стилистические и пунктуационные особенности.

Не вызывает сомнений, что интернет-дискурс — особый тип общения, реализуемый в глобальной сети, это дает возможность, с одной стороны, рассматривать данный термин как разновидность коммуникации, а с другой — как ситуацию коммуникации. Кроме того, для интернет-дискурса характерно отсутствие видимой социальной, гендерной и возрастной градации, а отсутствие временных и пространственных границ позволяет взаимодействовать друг с другом пользователям, вне зависимости от их географического положения и времени.

Жанр демотиватора представляется наиболее актуальным для отображения реалий современной жизни, так как в нем соединены вербальная составляющая, которая предполагает сконцентрированную в нескольких фразах мысль, идею и иконический компонент. При этом для достижения наибольшего успеха демотиватор должен содержать диссонанс между надписью, бросающейся в глаза, и изображением. Кроме того, данный жанр отличает высокая прагматическая функция, которая выражается на уровне пресуппозиций. Пресуппозиция не только способствует раскрытию имплицитного смысла высказываний или подтекста отдельных частей высказывания, но также сама пресуппозиция может основываться на знании имплицитного смысла предыдущего высказывания и подтекста предшествующих отрезков текста. Демотиватор, как один из наиболее часто используемых видов креолизованного текста, представляет сложное образование, в кото-

ром объединяются и синтезируются вербальные и невербальные элементы и образуют визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, целью которого является комплексное воздействие на адресата. В таком случае информационная составляющая невербальных средств намного превышает вербальные. Процесс восприятия креолизованного текста можно представить в виде двойного декодирования: когда мы извлекаем скрытую (имплицитную) информацию изображения и накладываем ее на вербальный концепт текста, все это приводит к созданию единого смысла креолизованного текста (демотиватора). В статье осуществлена попытка классификации логоэпистемных единиц, которые являются неотъемлемой частью демотиватора. Логоэпистемы представляют собой сжатый текст, который содержит в себе национально-культурные особенности, а употребление логоэпистемных единиц с прецедентным текстом или ситуацией вызывает у реципиента определенный ассоциативный ряд. Приведенная классификация представляется пока недостаточно разработанной, а границы между представленными явлениями недостаточно четкие, а это обеспечивает целесообразность дальнейшего исследования данной темы.

© Н.В. Гладкая, 2017

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ / REFERENCES

- Арутюнова Н.Д. *Понятие presuppozicii в лингвистике* // Известия АН СССР, серия литературы и языка. М.: 1973. Т. 32. Вып. 1. С. 84—90. [Arutjunova, N.D. (1973) *Ponjatie presuppozicii v lingvistike*. (Presupposition in Linguistics). Izvestija AN SSSR, serija literatury i jazyka. Moscow: 32 (1), 84—90. (In Russ).]
- Арутюнова Н.Д. *Дискурс* // Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В.Н. Ярцева. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136—137. [Arutjunova, N.D. (1990) *Diskurs* // *Lingvisticheskiy enciclopedicheskiy slovar* / red. V. N. Yarceva. Moscow: Sov. Enciclopedia, 136—137. (In Russ).]
- Бабина Л.В. *Об особенностях демотиватора как полимодального текста* // Филологические науки. Вопросы теории и практики. М.: 2013. № 2 (20). С. 28—33. [Babina, L. V. (2013) *Ob osobennostjah demotivatora kak polimodal'nogo teksta*. (Demotivators as a polymodal text). *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*. Moscow: 2 (20). 28—33. (In Russ).]
- Бугаева И.В. *Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика*. 2011 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf> [Bugaeva, I. V. (2011) *Demotivatory kak novyy zhanr v Internet-kommunikacii: zhanrovye priznaki, funkcii, struktura, stilistika*. (Demotivators as a new genre of Internet Communication: genres features, functions, structure and stylistics). Rezhim dostupa: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf>
- Грайс Г.П. *Логика и речевое общение* // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16. М.: Прогресс, 1985. С. 217—237. [Grajs, G.P. (1985) *Logika i rechevoe obshhenie*. (Logics and Speech Communication). *Novoe v zarubezhnoj lingvistike*. Vyp. 16. Moscow: Progress, 217—237. (In Russ).]
- Данилова Ю.Ю. *Типы креолизованных текстов в современном лингвосоциуме* / Ю.Ю. Данилова, Д.Р. Нуриева // Елабужские филологические чтения: Мат-лы Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием (РТ, Елабуга, 17—18 октября 2013 г.). Елабуга: Изд-во ЕИ КФУ, 2013. С. 49—52. [Danilova Ju. Ju. (2013). *Tipy kreolizovannyh tekstov v sovremennom lingvosociume* / Ju. Ju. Danilova, D. R. Nurieva // *Elabuzhskie filologicheskie chteniya: Mat-ly Vserossijskoj nauch.-prakt. konf. s mezhdunar. uchastiem* (RT, Elabuga, 17—18 oktjabrja 2013 g.). Elabuga: Izd-vo EI KFU, 49—52. (In Russ).]

- Демьянков В.З. *Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка* / В.З. Демьянков // Язык. Личность. Текст: сб. ст. к 70-летию Т.М. Николаевой / Ин-т славяноведения РАН; отв. ред. В.Н. Топоров. М.: Языки славянских культур, 2005. С. 34—55. [Demiankov V. Z. (2005) *Text I diskurs kak terminy I kak slova obydenogo yazyka*. (Text and Discourse as Terms and Ordinary words). In V.Z. Demiankov (ed.). *Yazyk. Lichnost. Text: sb.st. k 70-let T.M. Nikolaevoy / In-t slavianovedenia RAN; otv. Red. V.N. Toporov*. Moscow: Yazyki slavianskykh kultur, 34—55. (In Russ).]
- Захаренко И.В. Прецедентное высказывание и прецедентное имя как символы прецедентных феноменов / И.В. Захаренко, Д.Б. Гудков, В.В. Красных, Д.В. Багаева // *Язык, сознание, коммуникация*. Вып. 1. М.: МАКС-Пресс, 1997. С. 100—115. [Zaharenko, I. V. (1997) *Precedentnoe vyskazyvanie i precedentnoe imja kak simvolny precedentsnykh fenomenov*. In I. V. Zaharenko, D. B. Gudkov, V. V. Krasnyh, D. V. Bagaeva (eds). *Yazyk, soznanie, kommunikacija*. (Language, Mind, Communication). Vyp. 1. Moscow: MAKS-Press, 100—115. (In Russ).]
- Канаева Е.Н. *Текстовые функции логоэпистемы (на материале газетных заголовков)*: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.10 „Русский язык” / Е.Н. Канаева. М.: 2007. С. 19. [Kanaeva, E. N. (2007) *Tekstovye funkcii logojepistemy (na materiale gazetnyh zagolovkov)*: avtoref. diss. na soiskanie uch. stepeni kand. filol. nauk: spec. 10.02.10 „Russkij yazyk” / E. N. Kanaeva. Moscow: 19. (In Russ).]
- Кацнельсон С.Д. *Типология языка и речевое мышление* [Текст] / С.Д. Кацнельсон. Л.: Наука, 1972. С. 80—89. [Kacnel'son, S.D. (1972) *Tipologija jazyka i rechevoe myshlenie* [Tekst]. (Language Typology and Speech Mind). S.D. Kacnel'son. Leningrad: Nauka, 80—89. (In Russ).]
- Рогачева Н.Б. Язык и стиль вторичных речевых жанров: на материале Интернет-общения / Н.Б. Рогачева // *Жанры речи*: Сб. науч. статей. 12-й Саратов: Изд. центр «Наука», 2009. Вып. 6. Жанр и язык. С. 127—150. [Rogacheva, N.B. (2009) *Yazyk i stil' vtorichnyh rechevyh zhanrov: na materiale Internet-obshhenija*. (Language and Style of Second Speech Acts). *Zhanry rechi*: Sb. nauch. statej. Saratov: Izd. centr «Nauka», Vyp. 6. Zhanr i jazyk. 127—150. (In Russ).]
- Селютин А.А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности / А.А. Селютин // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск: 2009. № 35 (173). С. 138—141. [Seljutin, A.A. (2009) *Zhanry kak forma kommunikativnogo vyrazhenija onlajnovoj lichnosti*. (Genres as a form of communicative expression of online personality). *Vestnik Cheljabinskogo gosudarstvennogo universiteta*. Cheljabinsk: 35 (173). 138—141. (In Russ).]
- Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Под ред. Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова. *Оптимизация речевого воздействия*. М.: Наука, 1990. С. 180—186. [Sorokin, Ju. A. (1990) *Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija*. (Creolised Texts and its communicative functions. In Ju. A. Sorokin, E.F. Tarasov (eds). *Optimizacija rechevogo vozdejstviya*. M.: Nauka, 180—186. (In Russ).]
- Усачева О.Ю. Интернет-коммуникация как лингвистический феномен // Язык и культура. (Научный журнал). Киев: 2007. Вып. 9. Т. VII (95). С. 83—90. [Usacheva, O.Ju. (2007) *Internet-kommunikacija kak lingvisticheskij fenomen*. (Internet Communication as Linguistic Phenomena). *Yazyk i kul'tura*. (Nauchnyj zhurnal). Kiev: Vyp. 9. T. VII (95). 83—90. (In Russ).]
- Усачева О.Ю. Коммуникативная специфика виртуального текста (на материале интернет-форумов). *Предложение, Текст. Речевое функционирование языковых единиц*: Межвуз. сб. науч. тр. Елец: Елец. гос. ун-т им. И.А. Бунина, 2003. С. 142—150. [Usacheva, O. Ju. (2003) *Kommunikativnaja specifika virtual'nogo teksta (na materiale internet-forumov. Predlozhenie, Tekst. Rechevoe funkcionirovanie jazykovykh edinic*. (Sentence, Text, Speech Functioning of Language Units). *Mezhvuz. Sb. nauch. Tr. Eleck: Elec. Gos. Un-t im. I. A. Bunina*, 142—150. (In Russ).]

- Ушакова Г.Д. Особенности виртуального общения посредством чатов // *Филологический журнал*. 2004. Вып. 12. С. 59—61. [Ushakova, G. D. (2004) Osobennosti virtual'nogo obshhenija posredstvom chatov. (Features of Virtual Chatting). *Filologicheskij zhurnal*. Vyp. 12, 59—61. (In Russ).]
- Федосюк М.Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи // *Жанры речи*. Саратов: 1997. Вып. 1. С. 66—88. [Fedosjuk, M. Ju. (1997) Issledovanie sredstv rechevogo vozdejstvija i teorija zhanrov rechi. (Study of Speech Impact means and Speech Genres Theory) *Zhanry rechi*. Saratov: Vyp. 1. 66—88. (In Russ).]
- Чернявская В.Е. *Дискурс и дискурсивный анализ: традиции, цели, направления*. В.Е. Чернявская // *Стереотипность и творчество в тексте*. Пермь: 2002. С. 122—135. [Chernjavskaja V.E. (2002) *Diskurs i diskursivnyj analiz: tradicii, celi, napravlenija*. (Discourse and Discursive Analysis: traditions, goals and directions). In V. E. Chernjavskaja (ed.) *Stereotipnost' i tvorcestvo v tekste*. Perm': 122—135. (In Russ).]
- Шмелёва Т.В. *Модель речевого жанра* // *Жанры речи*. Саратов, 1997. Вып. 1. С. 103—111. [Shmeljova T. V. (1997) *Model' rechevogo zhanra*. (Model of Speech Genre). *Zhanry rechi*. Saratov: 1, 103—111. (In Russ).]
- Baran, A. (2012) *Visual humor in the Internet* [electronic resource]: <http://www.folklore.ee/pubte/eraamat/eestipoola/baran.pdf>
- Blackmore, S. (1999) *The Meme Machine*. Oxford: Oxford University Press.
- Crystal, D. (2002) *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press. 272 p.
- Dawkins, R. (1976) *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press, 306.
- Harris, Z. (1953) *Methods in Structural Linguistics*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Lauren, E. *Mach, Cat pictures and communication the phenomenon of Internet memes*. St. Gregory's University [electronic resource]: https://www.academia.edu/6991739/Cat_Pictures_and_Communication_The_Phenomenon_of_Internet_Memes
- Shifman, L. (2013) *Memes in Digital Culture*. Essential Knowledge The MIT Press Essential Knowledge series: MIT Press, 200.
- Thimbleby, H. (1996) *Internet, discourse and interaction potential*. London: Middlesex University.
- Van Dijk, T. (1998) *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: SAGE Publications.
- Van Dijk, T. (2009) *Society and Discourse: How Social Contexts Influence Text and Talk*. Cambridge, Cambridge University Press, 287.
- Weiss, G., Wodak, R. (2003) *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity*. Palgrave Macmillan Ltd, 321.

История статьи:

Дата поступления в редакцию: 06 июня 2016

Дата принятия к печати: 20 декабря 2016

Для цитирования:

Гладкая Н.В. Логоэпистемы в креолизованных текстах интернет-дискурса // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика*. 2017. Т. 21. № 2. С. 424—437.

Сведения об авторе:

Гладкая Наталья Витальевна, ассистент кафедры русского языка ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», аспирант. *Сфера научных интересов*: дискурс-анализ, интернет-дискурс, теория текста, креолизованные тексты, лингвопрагматика. *Контактная информация*: e-mail: nata-gladkaya25@yandex.ru

DOI: 10.22363/2312-9182-2017-21-2-424-437

LOGOEPISTEMS IN CREOLISED TEXTS OF INTERNET DISCOURSE

Natalia V. Gladkaya

Donetsk National University
24, Universitetskaya str., 8300, Donetsk, Ukraine

Abstract. This article discusses the most common mechanisms of creolised text formation in the Internet communication, analyses its functions and impact on recipients representing different cultures. The interest to the topic is caused by the necessity of the systematisation of basic models of creolised text formation. This system enables to study the types of connections between verbal and nonverbal components and to see the nature of the comic effect and its impact on recipients. The focus is made on the role of visual information in the Internet communication. The article analyses the phenomenon of presupposition basing on the theory of Arutyunova (1973) and Demyankov (2005). Presupposition precedes the statement, it involves background knowledge of the audience, and includes situational context. Demotivators may challenge presuppositions as precedent elements included in its composition may reflect the specificity of the modern sociocultural context. The genre of demotivator can be viewed as a precedent phenomenon that is regularly reproduced and well known to all members of a social and cultural group. For a greater effect of demotivators there should be a dissonance between the words and image. The article suggests a classification of logoepistemes (compressed texts containing culture-specific characteristics) and show that their use creates a specific associative array with the recipient. The study implements methods of contextual, comparative and discourse analyses.

Keywords: *implicature, logoepistema, Internet communication, presupposition, frame script, pragmatic potential*

Article history:

Received: 06 June 2016

Revised: 10 September 2016

Accepted: 20 December 2016

For citation:

Gladkaya, N. (2017). Logoepistemes in Creolised Texts of Internet Discourse. *Russian Journal of Linguistics*, 21 (2), 424—437.

Bio Note:

Natalia V. Gladkaya, postgraduate student of the Department of Russian language, at Donetsk national University. *Research Interests:* Discourse-Analysis, Internet Discourse, Text Theory, Creolised Texts, Linguistic Pragmatics. *Contact information: e-mail:* nata-gladkaya25@yandex.ru