УДК 81`27
DOI 10.20339/PhS.6-23.043

Г.В. Денисова, О.В. Смирнова, О.В. Сапунова

Лингвокультурные универсалии как доминирующий фактор восприятия мемов[1]

Проанализирован мем как поликодовый текст с позиций лингвокультурологии. На основе теории конгруэнтных культурных универсалий и положения о дивергентных лингвокультуремах в работе предложена классификация мемов, основанная на комбинации типов визуального и вербального компонентов в зависимости от степени их конгруэнтности, дивергентности или лакунарности. Классификация подтверждена проведенным ранее исследованием восприятия русских и китайских интернет-мемов, связанных с тематикой пандемии COVID-19, русскими и китайскими реципиентами. Выводы, сделанные на основе анализа материала, состоят в том, что наиболее полно и легко воспринимаются мемы, в которых конгруэнтен визуальный компонент, притом что вербальный компонент конгруэнтен, дивергентен либо представлен лакуной. Напротив, модели, в которых визуальный компонент дивергентен либо лакунарен и визуальная составляющая неконгруэнтна, вызывают основные трудности в восприятии носителями иноязычных культур.

Ключевые слова: *лингвокультурные универсалии, культурные универсалии, лингвокультурема, интернет-мемы, конгруэнтность, дивергентность, лакунарность, русские мемы, китайские мемы.*

The current study discusses the meme as a polycode text from the standpoint of linguoculturology. Based on the theories on exististing congruent cultural universals and divergent linguoculturemes, in the present paper a classification of memes is offered. It suggests to differentiate between three types of both the visual and verbal components of the meme: congruent, divergent or lacunary. Validity of the elaborated classification is evidenced using the results of the study investigating the way Russian and Chinese COVID-19 Internet memes may be perceived by Russian and Chinese recipients. The conclusion to be drawn is that congruent visual component allows for a more profound understanding of the meme by representatives of a different culture; at that, the verbal component might be either congruent, or divergent, or lacunary. On the contrary, the models including a divergent or lacunary visual component cannot be properly perceived by other cultures, irrespective of the type of the visual component.

Keywords: *linguocultural universals, cultural universals, linguocultureme, Internet memes, convegruence, divergence, lacuna, Russian memes, Chinese memes.*

Введение

Коммуникативное воздействие в современном информационном обществе осуществляется как сложное единство слова и визуального образа, соединяющее рациональное начало и эмоционально-чувственные оценки, и как сложный культурно-специфический в возможностях своего декодирования поликодовый текст. Именно поликодовый формат современного медиадискурса часто не только создает семантический контраст между вербальным и визуальным элементами, но и обусловливает особый модус восприятия и интерпретации сообщения, т.е. фактически осуществляет рефрейминг за счет расширения или сужения прежнего фрейма на основе создания нового контекста восприятия.

Современная медиасфера поликультурна, следовательно, сообщения, доминирующие в медиакоммуникации, интегрируют множество кодов — культурных, идеологических, лингвистических, семантических, стилистических, графических [1–5]. Наиболее ярким примером подобной креолизованности можно считать мем, сочетающий в себе вербальные и визуальные коды различной этимологии, в том числе культурные. «Мем (как бы широко или узко он ни понимался) — строительный кирпичик коммуникации и культуры, своего рода механизм передачи культурной памяти» [1. С. 10]. Поскольку мемы отражают культурные и социальные процессы социума [5], текущий контекст, в том числе мировой, является определяющим в вопросе понимания и интерпретирования мема [6]. Восприятие и понимание поликодовых текстов предполагает как анализ визуальной составляющей, так и «дешифровку» комплекса значений, представленных в вербальном компоненте.

[1] Исследование выполнено при финансовой поддержке Программы развития МГУ имени М.В. Ломоносова (проект № 23-Ш02-16).

Мем как знак представляет собой триаду: содержание (идея и идеология, которые транслирует мем), форма («физическое» воплощение сообщения) и позиция, которая представляет, как адресанты позиционируют себя по отношению к тексту, лингвистическим кодам, адресатам и другим потенциальным участникам коммуникации [7. С. 367].

В силу потенциально множественной интерпретации знака (в первую очередь его визуального компонента), а также необязательной «прозрачности» и общепонятности, но часто культурной специфичности визуального языка [8. С. 3] и сочетания в меме лингвистического, экстралингвистического и прецедентного знания [9] мем может быть иначе интерпретирован реципиентом, не являющимся носителем заложенной в мем этно- и лингвокультуры. Восприятие денотативной информации не представляет для реципиента особой сложности, если основывается на универсальных знаниях, тогда как декодирование коннотативного кода, основанного на ассоциативных связях, неразрывно связано с национальным энциклопедическим кодом лингвокультуры. Учет социокультурной метафорики, семантики, ассоциативности, принципов образного мышления представляется особенно значимым при изучении интернет-мемов иной культуры [10–13].

Цель настоящего исследования — понимание возможности распространения культурно-специфичного мема за пределами первоначального социума и роли универсальной лингвокультурной компетенции в этом процессе. Гипотеза исследования заключается в том, что адекватное восприятие и последующая интерпретация иноязычного мема обусловлены следующими факторами:

- мем отражает актуальный глобальный контекст (например, злободневную новостную повестку, которую невозможно проигнорировать в силу ее значимости и масштаба распространенности);
- в основу мема заложены (лингво)культурные универсалии.

Согласно концепции Н. Гудмена, выделяются три причины расхождения в картинах мира: природа (т.к. именно она формирует базовые ассоциации человека, которые затем транспонируются в язык), культура («Результаты материальной и духовной деятельности, социально-исторические, эстетические, моральные и другие нормы и ценности, которые отличают разные поколения и социальные общности, воплощаются в различных концептуальных и языковых представлениях о мире» [14. С. 7]), познание (процессы познавательной деятельности, индивидуальные не только для народа, но и для каждого человека, что также оказывает влияние на формирование языкового сознания). В основу построения мема как социокультурного и языкового феномена могут быть положены как культурные и семантические универсалии, так и лингвокультурологемы.

По утверждению Дж.П. Мердока, «все человеческие культуры, несмотря на их разнообразие, имеют в основе своей много общего, и эти общие аспекты культуры поддаются научному анализу» [15. С. 49]. Исследователь выделяет семь кросс-культурных принципов формирования и трансфера любой культуры (культура передается научением и прививается посредством воспитания, несет социальный и идеационный характер, обеспечивает удовлетворение потребностей, по природе адаптивна и интегративна), которые он обосновывает наличием культурных универсалий. Среди семидесяти с лишним универсалий называют в том числе язык, имя, законы, табу, обычаи и традиции, этикет, праздники, гостеприимство, спорт, труд, торговлю, искусство, образование, учение об устройстве мира, религиозные учения, родственные отношения, брак, семью, детство, место обитания, ведение домашнего хозяйства, собственность, одежду, гигиену, смерть, похороны [Там же].

Универсальными являются также эмоции. Так, П. Экман выделяет семь эмоций: радость, удивление, печаль, гнев, отвращение, презрение, страх [16]. К. Изард расширяет перечень до 11 базовых эмоций, которые способны проявлять и воспринимать представители всех культур: радость, печаль, гнев, отвращение, удивление, страдание (горе), волнение (интерес), презрение, смущение, стыд, вина [17].

В последние годы особое внимание привлекают вопросы, связанные с национальной идентичностью, что может объясняться реакцией на глобализацию, тесный контакт культур, поликультурализм и мультикультурализм [18. С. 875]. Поскольку развитие современного мира характеризуется такими противоречивыми тенденциями, как процессы глобализации, ведущие к унификации культур, с одной стороны, и стремление к этнокультурной самоидентификации — с другой, особую актуальность приобретает изучение роли межкультурных концептуальных смыслов, характеризующихся с помощью набора наиболее подходящих «элементарных терминов» [19. С. 14], что перекликается с учением Лейбница об «алфавите человеческих мыслей», т.е. с наличием общей для разных культур когнитивной базы. Фундаментальные концепты делят на универсальные («врожденные» и составляющие основу семантической системы любого языка) и культуроспецифичные. Согласно Дж. Брунеру [20], человеческие существа «от природы настроены» на определенные группы смыслов, которые «предшествуют» языку в качестве протоязыковых репрезентаций мира. Аналогичная идея выражена в следующем утверждении Н. Хомского: «Значения большинства слов меняются от языка к языку, они представляют собой ‘культурные артефакты’, отражающие те или иные аспекты культур, которые их создали» [21. С. 33]. В свете сказанного Л.П. Лобковская предлагает общие для разных лингвокультур элементы отнести к разряду универсальных лингвокультурных концептов [22. С. 57].

Как уже отмечалось, помимо универсальных знаний (универсального энциклопедического кода) существуют знания национально обусловленные (национальный энциклопедический код [23]), в основе которых лежат лингвокультуремы, т.е. «сложные межуровневые единицы, отражающие диалектическое единство лингвистического и экстралингвистического содержания» [24]. Поскольку структуру лингвокультуремы составляют форма языкового знака, содержание знака и культурный смысл, она является более комплексной по сравнению с языковой единицей и обусловливает сопровождающее содержание имплицитное значение и/или коннотацию. Функция лингвокультуремы, таким образом, заключается в передаче сопутствующего комплекса культурно маркированных значений, вызывающих определенные культурные ассоциации.

Конгруэнтность и дивергентность в структуре мема

Исходя из теорий культурных и семантических универсалий, представляется целесообразным использовать термин *лингвокультурологема*, под которым предлагаем понимать значение и/или коннотацию, являющиеся *конгруэнтными* (т.е. распознаваемыми и корректно дешифровываемыми в разных культурах). Лингвокультурная универсалия, таким образом, противопоставлена как лингвокультурологеме, *дивергентной* по природе, так и *лакуне* (т.е. отсутствию знака, концепта, визуального символа или понятия в одной из лингвокультур).

В свете описанного мемы как поликодовый текст, сочетающий в себе визуальный и вербальный компоненты, при их включении в процесс межкультурного общения (т.е. при подключении иноязычного воспринимающего сознания) представляется возможным на основе унидирекционального метода контрастивного анализа лингвоспецифичных единиц [25; 26] классифицировать следующим образом.

1. Модель КОНГР — КОНГР: визуальный и вербальный компоненты представлены лингвокультурными универсалиями, следовательно, адекватно воспринимаются и интерпретируются носителями иноязычной лингвокультуры.

2. Модель КОНГР — ДИВЕРГ: визуальный компонент состоит из культурных универсалий, в то время как вербальная составляющая представлена лингвокультурологемами.

3. Модель ДИВЕРГ — КОНГР: визуальный компонент представлен лингвокультурологемами, а вербальный — культурными универсалиями.

4. Модель КОНГР — ZERO: при универсальном визуальном компоненте представлена лакунарная вербальная составляющая, не имеющая эквивалента в иноязычных лингвокультурах.

5. Модель ZERO — КОНГР: лакунарный визуальный компонент сопровождается конгруэнтной вербальной составляющей.

6. Модель ДИВЕРГ — ДИВЕРГ: и визуальный, и вербальный компоненты представлены лингвокультурологемами.

7. Модель ДИВЕРГ — ZERO: визуальная лингвокультурологема сопровождается лакунарной вербальной частью.

8. Модель ZERO — ДИВЕРГ: лакунарная визуальная составляющая поддержана культурно маркированным вербальным компонентом.

9. Модель ZERO — ZERO: лакуны представлены и в визуальном, и в вербальном компонентах.

Проведено исследование с целью выявления специфики восприятия интернет-мемов, связанных с пандемией COVID-19, представителями русской и китайской лингвокультур [6]. Выбор русской и китайской культурных парадигм продиктован научной потребностью в рассмотрении недостаточно изученной азиатской картины мира [27; 28].

В качестве материала из российского и китайского медиапространства были выбраны десять мемов (RU = 5, CH = 5), возникших и получивших распространение в период с 15 апреля по 15 мая 2020 г.; таким образом, материал представлялся остро актуальным для респондентов. Выбранные мемы отвечали следующим критериям:

- для понимания семантики мема необходим анализ визуального и вербального компонентов, при этом последний является определяющим для дешифровки сообщения;
- для интерпретации мема требуется владение информацией о широком контексте ситуации, а также понимание текущей обстановки (жесткие ограничительные меры во время первой волны пандемии COVID-19, обусловленный беспрецедентностью происходящего высокий уровень фрустрации среди мирового сообщества и др.).

В ходе исследования русским и китайским респондентам было предложено оценить визуальный и вербальный компоненты десяти мемов по предложенным критериям по пятибалльной шкале, а также оценить общее впечатление, складывающееся при просмотре мема (с применением метода семантического дифференциала по заданным координатам с использованием пятибалльной шкалы и метода открытых вопросов).

Визуальная форма получила 3,4 балла у китайских респондентов и 3,5 балла у российских. Визуальная идея получила 3,3 балла у китайской аудитории и 3,5 балла у российской. Следует отметить, что и русские, и китайские респонденты выше оценивали мемы, принадлежащие их родной лингвокультуре. Так, китайские мемы получили в среднем 3,4 балла у российских респондентов и 3,9 балла у китайских. Аналогичное распределение наблюдалось в оценке русских мемов [6. С. 87].

В соответствии с предложенной классификацией мемов было проанализировано восприятие мемов представителями русской и китайской лингвокультур. Анализ показал, что степень конгруэнтности визуальной формы и визуальной идеи мемов, вошедших в выборку, находится на относительно высоком уровне. При этом восприятие российскими респондентами китайских мемов продемонстрировало заметно больше лакун в понимании общего смысла мемов. Проведенное исследование подтверждает валидность предложенной классификации, с одной стороны, а с другой — позволяет сделать вывод, что именно лингвокультурологемы обусловливают адекватность восприятия этнокультурных особенностей интернет-мемов представителями двух очень разных лингвокультурных парадигм (а именно русской и китайской) и лежат в основе формирования оценки респондентом мема.

Заключение

На основе предложенной классификации мемов можно сделать вывод, что наиболее доступным для восприятия и адекватной интерпретации является поликодовый текст, построенный на основе моделей КОНГР — КОНГР, КОНГР — ДИВЕРГ и КОНГР — ZERO, поскольку при восприятии мема наблюдается доминирование визуального кода. Иными словами, если визуальный пласт представлен культурными универсалиями, то он воспринимается носителями иноязычной культуры, невзирая на вербальную составляющую мема. Справедливо и обратное: неконгруэнтный визуальный компонент приводит к затруднениям при дешифровке мема при любом типе вербальной составляющей (модели ДИВЕРГ — КОНГР, ДИВЕРГ — ДИВЕРГ, ДИВЕРГ — ZERO). Мемы, образованные по моделям ZERO — КОНГР, ZERO — ДИВЕРГ, ZERO — ZERO, представляют наибольшую сложность при восприятии представителями иноязычной лингвокультуры (расцениваются как «непонятные» или «неинтересные»), теряют свою психологическую привлекательность, которая обусловливает их «вирусную» природу, — иными словами, в принимающей лингвокультуре перестают быть мемами в том смысле, которое вкладывал в этот термин Р. Докинз [29].

Литература/References

1. *Шомова С.А.* Мемы как они есть. М.: Аспект Пресс, 2019. С. 136. *Shomova S.A.* Memy kak oni est'. Moscow: Aspekt Press, 2019. S. 136.
2. *Blackmore S.* The meme machine. Oxford: Oxford University Press, 1999. P. 288.
3. *Brodie R.* Virus of the mind: The new science of the meme. Integral Press, 1996. P. 256.
4. *Castaño D.* Defining and characterizing the concept of internet meme // Revista CES Psicología. 2013. No. 6 (2). P. 82–104.
5. *Wiggins B.E.*, *Bowers G.B.* Memes as genre: a structural analysis of the memescape // New Media & Society. 2015. No. 17 (11). P. 1886–1906.
6. Exploring visual culture of COVID-19 memes: Russian and Chinese perspectives / O.V. Smirnova, A.P. Lobodanov, G.V. Denissova et al. // Central European Journal of Communication. 2021. No. 3 (30). P. 66–93.
7. *Shifman L.* Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker // Journal of Computer-Mediated Communication. 2013. No. 18. P. 362–377.
8. *Kress G.*, *Van Leeuwen T.* Reading images. The grammar of visual design. 3rd ed. Routledge, 2020. P. 292.
9. *Карташова Е.П.*, *Ахмедзянова А.Р.* Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего» // Вестник Марийского государственного университета. 2019. № 3 (35). С. 426–430.
Kartashova E.P., Akhmedzianova A.R. Internet-mem kak osnovnoi vid kreolizovannogo teksta v samoprezentatsii "cheloveka tvoriashchego" // Vestnik Mariiskogo gosudarstvennogo universiteta. 2019. No. 3 (35). S. 426–430.
10. *Davison P.* The social media reader / ed. M. Madniberg. New York: University Press, 2012. P. 120–136.
11. *Vartanova E.* Russian media change as a cultural process // European Journal of Communication. 2019. No. 34 (2). P. 205–210.
12. Changing patterns of digital news consumption among Russian journalism students / E. Vartanova, T. Cherevko, A. Tolokonnikova, D. Dunas // World of Media: Journal of Russian Media and Journalism Studies. 2019. No. 1. P. 7–31.
13. *Dunas D.*, *Vartanov S.* Emerging digital media culture in Russia: Modeling the media consumption of generation Z // Journal of Multicultural Discourses. 2020. No. 2. P. 186–203.
14. *Шаклеин В.М.* Лингвокультурология: традиции и инновации. М.: Флинта, 2012. С. 301.
Shaklein V.M. Lingvokul'turologiia: traditsii i innovatsii. Moscow: Flinta, 2012. S. 301.
15. *Мердок Дж.П.* Фундаментальные характеристики культуры. М., 1997. URL: http://culturalstudy.pstu.ru/modules.php?name=lib_1_13.
Murdock G.P. Fundamental'nye kharakteristiki kul'tury. Moscow, 1997. URL: http://culturalstudy.pstu.ru/modules.php?name=lib_1_13.
16. *Экман П.* Психология эмоций. СПб.: Питер, 2010. С. 336.
Ekman P. Psikhologiia emotsii. St. Petersburg: Piter, 2010. S. 336.
17. *Izard C.E.* The face of emotion. Appleton-Century-Crofts, 1971. P. 273.
18. *Зинченко Ю.П.*, *Шайгерова Л.А.*, *Шилко Р.С.* Методологические проблемы изучения этнокультурной идентичности детей и подростков в цифровом обществе // Герценовские чтения: психологические исследования в образовании. 2016. Вып. 2. С. 875–884.
Zinchenko Yu.P., Shaĭgerova L.A., Shilko R.S. Metodologicheskie problemy izucheniia etnokul'turnoi identichnosti detei i podrostkov v tsifrovom obshchestve // Gertsenovskie chteniia: psikhologicheskie issledovaniia v obrazovanii. 2016. Vyp. 2. S. 875–884.
19. *Вежбицкая А.* Семантические универсалии и описание языков. М.: Языки русской культуры, 1999. С. 785.
Vezhbitskaya A. Semanticheskie universalii i opisanie iazykov. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury, 1999. S. 785.
20. *Брунер Дж.* Психология познания. М.: Прогресс, 1977. С. 413.
Bruner J. Psikhologiia poznaniia. Moscow: Progress, 1977. S. 413.
21. *Chomsky N.* Language in a psychological setting. Sophia, 1987. P. 73.
22. *Лобковская Л.П.* Языковые знаки: корреляция интернационализмов и семантических универсалий // Культурная жизнь Юга России. 2012. № 3 (46). С. 56–57.

Lobkovskaya L.P. Iazykovye znaki: korreliatsiia internatsionalizmov i semanticheskikh universalii // Kul'turnaia zhizn' Iuga Rossii. 2012. No. 3 (46). S. 56–57.

23. *Eco U.* The limits of interpretation. Indiana University Press, 1994. P. 304.

24. *Воробьев В.В.* Лингвокультурология. М.: Изд-во РУДН, 2006. С. 340. *Vorob'ev V.V.* Lingvokul'turologiia. Moscow: Izd-vo RUDN, 2006. S. 340.

25. *Зализняк А.А.* Лингвоспецифичные единицы русского языка в свете контрастивного корпусного анализа // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: материалы ежегодной Междунар. конф. «Диалог», Москва, 27–30 мая 2015 г. М.: РГГУ, 2015. С. 651–662.

Zaliznyak A.A. Lingvospetsifichnye edinitsy russkogo iazyka v svete kontrastivnogo korpusnogo analiza // Komp'iuternaia lingvistika i intellektual'nye tekhnologii: materialy ezhegodnoi Mezhdunar. konf. "Dialog", Moskva, 27–30 maia 2015 g. Moscow: RGGU, 2015. S. 651–662.

26. *Denissova G., Zaliznyak A.* Corpora paralleli come strumento di analisi delle corrispondenze multilinguistiche / G. Denissova, A. Carbone, C. Cadamagnani (eds.) // Il russo nella galassia dell'informazione. Pisa: Pisa University Press, 2018. P. 141–152.

27. *Vartanova E.*, *Gladkova A.* Old and new discourses in emerging states: Communication challenges of the digital age // Journal of Multicultural Discourses. 2020. No. 15 (2). P. 119–125.

28. Theorizing Russian model of the digital divide / E. Vartanova, A. Gladkova, D. Lapin et al. // World of media: Journal of Russian media and journalism studies. 2021. No. 1. P. 5–40.

29. *Докинз Р.* Эгоистичный ген. М.: АСТ Corpus, 2013. С. 512.

Dawkins R. Egoistichnyi gen. Moscow: AST Corpus, 2013. S. 512.

Смирнова Ольга Владимировна,
кандидат филологических наук, доцент,
заведующая кафедрой цифровой журналистики
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Smirnova Olga V.,
Candidate of Philology, Docent,
Head of the Digital Journalism Department
Lomonosov Moscow State University

e-mail: smirnova.olga.msu@yandex.ru

Денисова Галина Валерьевна,
кандидат филологических наук, доктор культурологии, доцент,
заведующая кафедрой психологии языка
и преподавания иностранных языков
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Denissova Galina V.,
Candidate of Philology, Doctor of Culturology, Docent,
Head of the Psychology of Language and Foreign Language
Teaching Department
Lomonosov Moscow State University

e-mail: g.v.denissova@gmail.com

Сапунова Ольга Валерьевна,
старший преподаватель кафедры психологии языка
и преподавания иностранных языков
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Sapunova Olga V.,
Senior Lecturer of the Psychology of Language and
Foreign Language Teaching Department
Lomonosov Moscow State University

e-mail: sapunovaov@my.msu.ru