Юлія Лук'янюк, Лілія Шасцярнёва
Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт

ДЭМАТЫВАТАРЫ ЯК СВОЕАСАБЛІВЫ ПАЛІКОДАВЫ ТЭКСТ У ІНТЭРНЭТ–ДЫСКУРСЕ

У жыцці сучаснага чалавека вялікую ролю адыгрывае інтэрнэт і інфармацыйныя тэхналогіі. Віртуальная камунікацыя закранае практычна ўсе сферы чалавечага жыцця, і сёння разнастайныя жанры ўсіх функцыянальных стыляў прадстаўлены ў інтэрнэце: электронныя версіі часопісаў, тэле- і радыёперадач, чаты, блогі, e-mail, Skype інш.

У палікодавым тэксце спалучаюцца элементы вербальнай і невербальнай камунікацыі, якія ўтвараюць візуальнае, сэнсавае, структурнае цэлае, накіраванае на комплекснае ўздзеянне на адрасата. Л.С. Бальшакова, аналізуючы паняцце палікодавага тэксту, разглядае вербальныя тэксты як лінейныя, а невербальныя – як нелінейныя. Апошнім уласціва інтэртэкстуальнасць, гіпертэкстуальнасць і крэалізаванасць [1, с. 49].

Асноўным кампанентам крэалізаваных тэкстаў з'яўляецца вербальная частка (надпіс / подпіс, вербальны тэкст) і малюнак, фатаграфія ці табліца. Інтэрнэт-камунікацыя як спецыфічная форма інфармацыйна-камунікатыўнай прасторы прадстаўляе вялікія магчымасці для з'яўлення і функцыянавання крэалізаваных тэкстаў.

Рэалізацыя гульнёвага кампанента ў інтэрнэт-зносінах можа быць звязана з функцыянаваннем розных маўленчых жанраў, якія адносяцца да сферы камічнага. Спецыфічнымі інтэрнэт-жанрамі можна назваць крэалізаваныя жанры: дэматыватар, вэб-комікс, камічныя відэавербальныя тэксты і інш. Найбольш распаўсюджанымі і арыгінальнымі на беларускіх сайтах з'яўляюцца дэматыватары, якія з'яўляюцца гібрыдным жанрам, надзвычай распаўсюджаным у сучаснай маладзёжнай субкультуры. Цікавасць да гэтага жанру вялікая: дэматыватары ствараюць, абмяркоўваюць, імі абменьваюцца. Дэматыватары – гэта выявы, што складаюцца з малюнка ці фотаздымка і надпісу-слогана.

Перашапачаткова дэматыватары ўзніклі ў ЗША ў канцы 20 стагоддзя, калі бізнесмены пачалі выкарыстоўваць маніпулятыўныя тэхналогіі ў кіраванні персаналам. Так пачалі ствараццa маніпулятыўныя плакаты, задачай якіх была прапаганда актыўнай жыццёвай пазіцыі, пазітыўнага погляду на свет, але часта такія матыватары былі нецікавымі і іх пачыналі парадзіраваць. Паступова тэматыка дэматыватараў пашырала-ся і яны сталі вельмі распаўсюджанымі дзякуючы сетцы інтэрнэт.

Жанр дэматыватара патрабуе захаванне фармата: размяшчэнне выявы ў чорнай ці сіняй рамцы, лозунг (надрукаваны буйным шрыфтам), тлумачэнне ці цытата (надрукаваны дробным шрыфтам). Спецыфіка дэматыватара заключаецца ў аб'яднанні стандартнай выявы (малюнка, плаката, фотаздымка) і нестандартнага подпісу да іх. Дэматыватар – гэта абавязковае спалучэнне вербальнага і невербальнага. Яны будуюцца на парадоксе, у адрозненне ад іншых палікодавых тэкстаў (напрыклад, рэкламы), «на контрапункте между изображенным и написанным» [3].

Для прадуцыравання і ўспрыняцця дэматыватараў неабходна як наяўнасць пачуцця гумару, так і ўмення бачыць незвычайнае ў звычайным ("Гомельскі рыбгас злучыў акулу з залатой рыбкай – выконвае тры апошнія жаданні").

Надпісы і персанажы дэматыватараў часта становяцца так званымі інтэрнэт-мемамі – так называюць з'яву спантаннага распаўсюджання інфармацыі ці фразы, якая стала папулярнай дзякуючы тыражыраванню па электроннай пошце, у чатах, на форумах, у блогах і г.д. Такая спантанная папулярнасць характэрна толькі для незвычайных, выбітных навін, якія не пакідаюць карыстальнікаў раўнадушнымі.

Інтэрнэт-мемы можна лічыць разнавіднасцю прэцэдэнтных феноменаў, якія ў зжатым выглядзе здольны перадаць інфармацыю пра культурна-гістарычную падзею ці тэкст-крыніцу.

Як правіла, тэматычна дэматыватары звязаны з актуальнымі падзеямі ці падзеямі, што прыцягваюць увагу, таму невербальныя кампаненты дэматыватараў могуць адсылаць да рэкламы, кінафільмаў, тэлепраграм і г.д.

Для адэкватнай інтэрпрэтацыі дэматыватараў неабходна супадзенне культурнага запасу (ведаў) камунікантаў і агульнасць адпаведных прэсупазіцый. Несупадзенне элементаў аперцэпцыйнай базы аўтара і адрасата (няведанне літаратурных персанажаў, вядомых асоб, адпаведных літаратурна-рэкламных тэкстаў, адсутнасць уяўленняў пра культурна-гістарычныя падзеі) можа прывесці да камунікатыўнага збою.

Шырокае распаўсюджанне дэматыватараў у маладзёжным асяродку дазваляе сфармуляваць асноўныя функцыі, якія яны выконваюць: камунікатыўную, кагнітыўную, эмацыянальна-экспрэсіўную, валюнтатыўную, эстэтычную, аксіялагічню і інш.

Тэматычна дэматыватары надзвычай разнастайныя. На інтэрнэт-сайтах ёсць тэматычная класіфікацыя тыпу: *дэматыватары пра жыццё, дружбу, адзіноту, спорт, смерць, час, мары, шчасце, прыгожыя дэматыватары, лепшыя дэматыватары* і інш. Цэлыя тэматычныя групы арыентаваны ў моладзі фарміраваць пачуццё павагі і любові да бліжніх, захавання і беражлівасці прыроды, абароны дзяржавы і г.д.

Дэматыватары функцыянуюць у інтэрнэт-прасторы ананімна, на нашу думку, гэтыя постары могуць выкарыстоўвацца нават і ў інтэрнэт-СМІ (напрыклад, на забаўляльных старонках інфармацыйных парталаў). Хочацца адзначыць, што ў Інстытуце журналістыкі праводзяцца конкурсы на стварэнне лепшага беларускамоўнага дэматыватара.

У беларускай інтэрнэт-прасторы шырокае распаўсюджанне (у параўнанні з заходняй традыцыяй) атрымалі дэматыватары, якія можна вызначыць як “патрыятычныя”, “лірычныя”, а таксама “філасофскія” і “сацыяльна-рэкламныя”. Звычайныя іх тэмы – пачуццё любові і павагі да Беларусі, беларускай мовы, культуры; каханне і ўзаемаадносіны, сэнс жыцця, самавызначэнне асобы. Візуальны кампанент выразны, аднак саступае вербальнаму, што па форме і змесце нагадвае афарызм (“Беларус. Памятай і паважай мову сваіх Продкаў!”, “Памятай адкуль твой род. Гонар – гэта натуральна!”, “Мэйлы не памацаеш”, “Граць самаго сябе самае складанае”). Гэта гаворыць пра камунікатыўныя патрэбы карыстальнікаў байнэту.

Выкарыстанне моўных сродкаў у сеціўнай творчасці таксама абумоўлена фактурай інтэрнэт-камунікацыі. Пры стварэнні дэматыватара аддаецца перавага лаканічным фразам, скарачаюцца некаторыя элементы выказвання, якія могуць лёгка ўзнавіцца адрасантам па сэнсе. Часам вербальная частка постара складаецца з аднаго слова, знака, выклічніка (“Хутка!”; “Забудзь!”; “Жыві!”; “чалавек.rar”; “Ну пастаўце!”; “Надзьмула!”; “Нарэшце”; “Здымаю!”; “Закабзоніла”).

Пісьменнасць не з’яўляецца важным паказчыкам гэтага жанру – часам ужываецца размоўная, спецыяльна скажоная, зніжаная і лаянкавая лексіка, якая надае тэксту эмацыянальнасць (“Што гэта ўчора было? І дзе маё ***шмаццё***?”; “***Подлы чаавечышка***, дзе падзеў маю трускавачку?”; “Інтуіцыя! Раптам усе здагадаліся, што ў яго рыбкі ***панос***”; “Увага! ***Цыцкі***!”; “…і яго саветы сталі не такімі ***ідыёцкімі***”; “Я спяваю ў хару, усе ***равуць*** і я ***раву***”; “Сябры ***ня сцуць***”; “Вясна + дарожнікі. Два ***дэбіла*** – гэта сіла!”; “***Аблом!*** Вярнуўўся з прыбіралні, а на тваім месцы – Гітлер”; “Праца ***з бадуна***”; “Усе, каго ты так моцна кахаеш, урэшце рэшт пакінуць цябе, альбо проста ***здохнуць***”; “Калі жыццё павярнулася да цябе ***дупай***, выкарыстоўвай гэты шанец”; “ У кожнага свой сусед – ***дэбіл***”).

Эфект уздзеяння тэкстаў у дэматыватарах узмацняюць наўмысныя лагічныя памылкі ў пабудове сказаў і аманімічныя накладанні. “Напішу камедыю аб каханні. Усе памруць” – надпіс на фоне выявы У.Шэкспіра. “Ён спыняе кулі, а ты ўсё бяспынна куляеш” – надпіс на фоне кадра з кінафільма “Матрыца”, дзе галоўны герой рукой спыняе кулі. “Згубіўся адзінарог. Калі ты яго знойзеш – тэрмінова звяртайся да нарколага”.

Даволі часта асновай пабудовы дэматыватараў з’яўляецца дэфразеалагізацыя, у тым ліку і дэсемантызацыя парэмій (“Хто рана ўстае, той далёка ад працы жыве”). Так, у вербальным кампаненце дэматыватара у загаловачнай частцы прыведзена цытата з “Нагорнай пропаведзі”: “Просите, и дано будет вам; ищите, и найдете; стучите, и отворят вам” (Евангелие от Матфея) (“Грукайце – і вам адчыняць”). У вербальнай частцы дэматыватара выкарыстоўваецца перафразіраваная прымаўка “Хто рана ўстае, таму Бог падае” (“Хто рана ўстае, той далёка ад працы жыве”). У надпісе да дэматыватара трансфармуецца прымаўка “Сыты галоднаму не таварыш” (“Сыты галоднаму не таварыш, а патэнцыяльны сняданак”). В.Н. Вакураў семантычнае пераўтварэнне фразеалагізма называе фразеалагічным каламбурам, які адлюстроўвае які-небудзь істотны бок таго, што адлюстроўваецца, яго ўнутраныя супярэчнасці і нечаканыя сувязі [2].

Радзей у дэматыватарах такога тыпу сустракаюцца прыклады, дзе прыведзена фраза ў прамым значэнні, і яна, наадварот, развівае пераноснае значэнне (“Мадэрнізацыя на Барысаўдрэве ідзе паспяхова”; “Гарачыя кадры”; “Кошты паліва нарэшце ўпалі”; “Востры розум” і інш.)

У асобную групу мы ўключаем дэматыватары, што заснаваны на рэкламных слоганах, якія самі па сабе ўжо з’яўляюцца ідэаматычнымі (“Мы ёсць тое, што мы ямо”; “Удаленне тату: быстра, хутка, танна” і інш.).

Асаблівай увагі заслугоўваюць дэматыватары, якія ўтрымліваюць міні-тэксты, што пабудаваны па мадэлі разважання. “Калі хочаш даведацца, што гэта за чалавек, не слухай, што аб ім гавораць іншыя. Лепш паслухай, што ён кажа аб іншых” – фраза на фоне двух чалавек, якія перашэптваюцца. “Калі доўга глядзець на дзяўчыну, можна ўбачыць,

як яна выходзіць замуж” – на фоне выявы прыгожай асобы. “На пытанне, што лепш, Луна альбо Сонца, адказвай: Свечка! Бо яна асвячае толькі тое, што табе патрэбна”. “Не важліва, хто ты ёсць! Пражыві гэтае жыццё з аганьком!” – подпіс да фотаздымка вавёркі на водных лыжах. У такіх прыкладах на першы план выступае эфект «обманутого ожидания» (тэрмін Р. Якабсона). Гэты прыём пакладзены ў аснову большасці прыкладаў моўнай гульні, у тым ліку ў аснове гульнёвай трансфармацыі прэцэдэнтных тэкстаў. Такія дэматыватары не дэманструюць непарыўнага адзінства тэксту і карцінкі, таму што адразу відаць адсутнасць іх семантычнай узаемасувязі, выява патрэбна толькі як факультатыўная ілюстрацыя да тэксту.

Хутчэй за усё дэматыватары праз некалькі гадоў перастануць быць актуальнай, арыгінальнай з’явай, таму што прыклады гэтага жанру ўжо становяцца шаблоннымі і прадказальнымі. Аднак дынамічнасць інтэрнэт-моды гэта і ёсць адна з галоўных рыс, тых працэсаў, што адбываюцца ў сеціве.

Літаратура

1. Большакова, Л.С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестн. Новгород. гос. ун-та. – № 49. – С. 48–51.

2. Вакуров, В.Н. Фразеологический каламбур в современной публицистике // http://www.gramota.ru/biblio/magazines/rr/28_358

3. Винников, В. Демотиваторы. Жанр русского фольклора / В. Винников [Электронный ресурс]. – URL: http://www.zavtra.ru/cgi/veil/ data/zavtra/10/886/81.html (дата обращения: 14.01.2014).

4. Горошко, Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко. – URL: www.textology.ru/article.aspx?aId=206 (дата обращения: 14.01.2014).

5. Зиновьев, Г. Что такое демотиватор? / Г. Зиновьев // DigestWeb. Информационное Интернет-издание. – URL: http://digestweb.ru/21038-chto-takoe-demotivator.html (дата обращения: 14.01.2014).

6. Норман, Б.Ю. Игра на гранях языка / Б.Ю. Норман. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 344 с.

7. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин, Е.Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 180–181.