

**С. А. Тихомирова**

*Тверской государственный университет, 4 курс*

*Научный руководитель: д. филол. н. С. В. Мкртычян*

## **ДЕМОТИВАЦИОННЫЕ ПОСТЕРЫ КАК ОТРАЖЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ**

Демотивационный постер – один из типов поликодовых текстов, в котором отражены актуальные проблемы современного человека.

Демотивационные постеры появились как пародия на мотивационные постеры (плакаты) или мотиваторы – типичный продукт агитационной и пропагандистской деятельности.

А. Г. Сонин определяет мотиватор следующим образом: «динамический, изменчивый поликодовый текст, состоящий из видеокomпонента и вербального комментария» [Сонин 2005: 14]. По его мнению, ведущая роль в поликодовых текстах принадлежит изображению. Вербальная же составляющая задает направление интерпретации его содержания. А.Г. Сонин называет поликодовыми «тексты, построенные на соединении в едином графическом пространстве семиотически гетерогенных составляющих – вербального текста в устной или письменной форме, изображения, а также знаков иной природы». Следовательно, демотивационный постер представляет собой «вербально-изобразительную поликодовую форму» [Сонин 2006: 7].

Демотиватор как предмет филологического исследования весьма актуален, поскольку в последнее время возрос интерес к проблемам поликодовых текстов как особым формам коммуникации. Современный человек постоянно окружен разными знаковыми системами, а невербальные средства всё больше участвуют в передаче и сохранении информации. Демотиваторы можно считать своеобразным гибридным жанром, широко распространенным в современной виртуальной субкультуре.

Количество реакций, выражающееся в числе демотиваторов, может свидетельствовать о степени актуальности того или иного события, демонстрируя степень социального настроения. Их можно считать формой существования социальной рефлексии в обществе.

При создании демотивационных постеров часто используется языковая игра. Д. Кристал понимает языковую игру как отклонение от нормального использования языковых форм или использования нормальных форм в неожиданных контекстах [Crystal URL]. Мы определяем языковую игру как намеренное отклонение от литературной нормы, сознательный творческий эксперимент, который проводится с целью привлечения внимания и создания экспрессивного эффекта.

В создании языковой игры в демотивационном постере как поликодовом тексте участвует множество языковых средств. Комическое представляет собой многогранный феномен, в основе которого применительно к демотиваторам всегда лежит противоречие. «Комическое — определенная эстетическая ценность явления для человека и человечества. Комическое – смешно, но не все смешное комично» [Борев URL]. В результате противопоставления эстетического идеала чему-то несовершенному создаются разнообразные оппозиционные пары.

Одной из особенностей демотиваторов являются тематические «всплески». Они создаются в режиме реального времени: любое политическое событие вызывает мгновенную реакцию. Причем скорость появления демотиваторов весьма впечатляет.

Так, например, в 2020 году появилось множество демотиваторов, связанных с распространением COVID-19 (рис. 1, рис. 2).



Рис. 1



Рис. 2

После официального объявления о положительной допинг-пробе фигуристки Камилы Валиевой, участницы Зимних Олимпийских игр 2022, обнаружилось, что фигурное катание и многие другие виды спорта существуют как «фабрики принудительного детского труда». В интернете появились не только видео с «жуткими историями из этой ломающей детей системы» [URL], но и такие ДП как «Спорт – Здоровье!» (Рис. 3).



Рис. 3



Рис. 4

В марте 2022, когда с прилавков российских супермаркетов практически пропал сахарный песок, появились следующие ДП: «– пойдём ещё купим? / – не, я прилипла!», «Когда идёшь вечером из магазина одна» (рис. 4, рис. 5).



Рис. 5



Рис. 6

В это же время появились ДП, связанные с ростом цен на бумагу: «Купить бумаги для / принтера... или \ открыть вклад в Зверьбанке?!» (рис.6), «Если я покупаю офисную бумагу / в 10 раз дороже прежнего / значит ли это, что я поддерживаю санкции?» (рис. 7), «майнинг ферма / в 2022» (рис. 8).

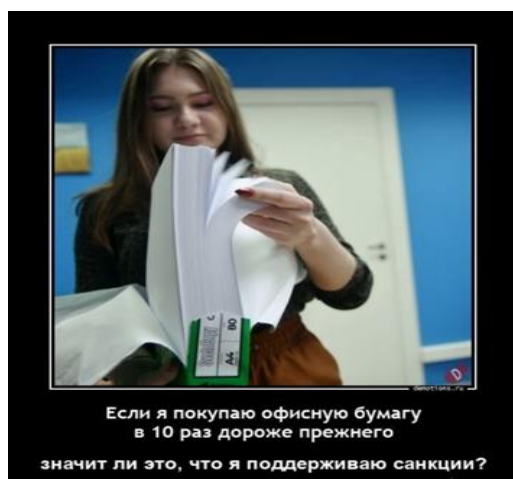


Рис. 7



Рис. 8

Политизация – основная тенденция демотиваторов. Важной стороной демотиваторов является их чрезвычайно высокая социальная критичность, политический сарказм и ирония, которые тоже создают комический эффект.

В 2022 году компания Samsung отказалась от использования названия Galaxy Z, ставшей символом «специальной военной операции» России на Украине, в Латвии, Литве и Эстонии, а французский бренд Louis Vuitton раскритиковали за посты с рекламой новой коллекции украшений из серии Volt. В графичном изображении, которое символизирует молнию и электрический разряд, а также слияние фирменных инициалов бренда (букв L и V), пользователи сети увидели букву Z – и связали ювелирные новинки с опознавательным знаком Вооруженных Сил РФ, который получил распространение на фоне спецоперации на Украине. В связи с этим в сети появился следующий ДП: «Американским карикатуристам запретили / изображать храп в виде Zzzz» (рис. 9).



Рис. 9

Изучение демотиваторов с социологических позиций позволяет сформулировать следующие свойства жанра: демотиватор «является

произведением, удовлетворяющим культурным потребностям (в смехе, поддержании или трансформации ценностей, идентификации с группой), и обеспечивает реализацию творческого потенциала личности и содержит результат креативного осмысления реальности» (Голиков 2010: 128).

Показательным примером являются следующие англоязычные ДП: “GOVERNMENT / *If You Think The Problems We Create Are Bad, / Just Wait Until You See Our Solutions*” (рис. 10), “COMPROMISE / *Let’s Agree To Respect Each Other’s Views / No Matter How Wrong Yours Might Be*” (рис. 11).

Главным отличием аДП от рДП можно считать то, что первые обращают внимание на ситуацию в целом: за основу берётся то или иное понятие и ему дается определение, тогда как вторые более конкретно подчеркивают проблему.

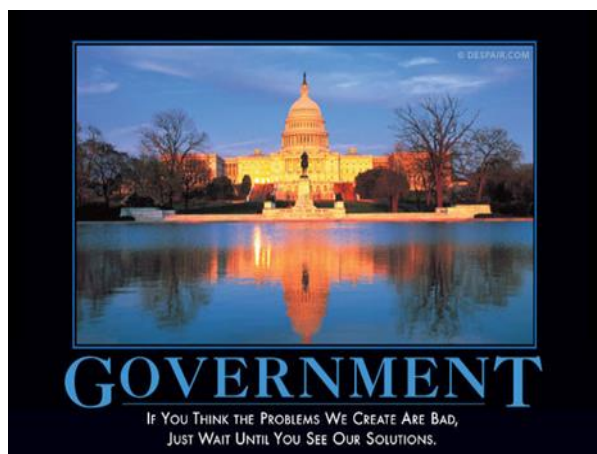


Рис. 10



Рис. 11

Таким образом, демотивационные постеры как самостоятельно функционирующий в интернете жанр выступают средством формирования реальности и изменения общественного сознания, разновидностью социальной рекламы, видом интернет-коммуникации, а также видом массового искусства интернет-пространства и др. Демотивационные постеры социально важны, поскольку они передают общественный настрой, остро реагируют на все происходящие в обществе события. Демотивационные постеры выступают средством транслирования одобряемых обществом ценностей.

#### ЛИТЕРАТУРА

Борев Ю. Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. М: Искусство, 1970. URL: [http://biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/borev\\_yu\\_komicheskoe\\_ili\\_o\\_tom\\_kak\\_smekh\\_kaznit\\_nesovershens.pdf](http://biblio.imli.ru/images/abook/teoriya/borev_yu_komicheskoe_ili_o_tom_kak_smekh_kaznit_nesovershens.pdf) (дата обращения: 13.04.2021).

Сонин А. Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект. М.: Ин-т языкознания РАН, 2005. 220 с.

Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: дисс. ... док. филол. наук. М., 2006. 323 с.

Crystal D. Language play and linguistic intervention. URL: <https://davidcrystal.com/Files/BooksAndArticles/-3930.pdf> (дата обращения: 14.03.22).

4-е место Камилы Валиевой и беспощадный детский спорт URL: <https://www.youtube.com/watch?v=eD3eFz8zYRI&feature=youtu.be> (дата обращения: 31.03.22).

#### ИСТОЧНИКИ ДЕМОТИВАЦИОННЫХ ПОСТЕРОВ

Демотиваторы. URL: <https://vk.com/bestdemotivators>. (дата обращения: 12.04.2021).

Такой себе контент. URL: <https://vk.com/tkskk> (дата обращения: 14.04.2021).

Demotions. URL: <https://demotions.ru/> (дата обращения: 11.04.22).

Demotivatorium. URL: <https://demotivatorium.ru/demotivators/> (дата обращения: 12.04.22).

Despair, Inc. DEMOTIVATORS URL: <https://despair.com/collections/demotivators> (дата обращения: 12.04.22).