



DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>

UDC 811.161.1:004.738.5
LBC 81.411.2-55

Submitted: 12.07.2019
Accepted: 06.12.2019

PRECEDENT PHENOMENA AS MEANS OF ESTABLISHING ATTRACTIVENESS IN POLYCODE INTERNET TEXT

Timur B. Radbil

N.I. Lobachevsky National Research State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

Alexey I. Pomazov

N.I. Lobachevsky National Research State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia

Abstract. The article deals with the problem of precedent phenomena use for realization of the attractiveness effect. The role of traditional and innovative precedent phenomena (memes) in polycode internet media-text aimed at attracting attention of the audience to educational sites is under analysis. The material of the research is the content of Russian universities' educational sites and their official pages in VKontakte. The method of discourse analysis of polycode internet media-text and the standard structural-and-semantic and functional-and-semantic method of transformed precedent text analysis are applied in the work. The findings are that creators use various models of semantic, lexical-and-semantic, structural and syntactic transformation of basic traditional precedent phenomena in polycode internet media texts including ironic reinterpretation, amphiboly and "literalization of initial content". Internet-memes as instruments of attractiveness effect use some other semiotic mechanisms for attraction of the audience attention such as illogisms and visual blendings as well as different types of intertextual interaction. The author comes to a conclusion that precedent phenomena are of great perlocutive potential which allows to correlate basic cultural information in an initial precedent phenomenon with an actual one, meant by creator sense in transformed component. The results can be applied in optimization of the university site content.

Key words: precedent phenomenon, attractiveness, polycode text, content, educational site, internet communication, Russian language.

Citation. Radbil T.B., Pomazov A.I. Precedent Phenomena as Means of Establishing Attractiveness in Polycode Internet Text. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2. Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], 2020, vol. 19, no. 1, pp. 140-153. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>

УДК 811.161.1:004.738.5
ББК 81.411.2-55

Дата поступления статьи: 12.07.2019
Дата принятия статьи: 06.12.2019

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ АТТРАКТИВНОСТИ В ПОЛИКОДОВОМ ТЕКСТЕ ИНТЕРНЕТА

Тимур Беньюминович Радбиль

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Россия

Алексей Игоревич Помазов

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского,
г. Нижний Новгород, Россия

Аннотация. В статье рассматривается проблема использования прецедентных феноменов для достижения эффекта аттрактивности. Охарактеризованы прецедентные феномены традиционного и нового типов (мемы), которые включены в поликодовые медиатексты Интернета для привлечения внимания аудитории

образовательных сайтов. В результате исследования материала (контента официальных сайтов ряда российских вузов, участвующих в Программе повышения конкурентоспособности 5-100, и их официальных страниц в социальной сети «ВКонтакте») с применением методов дискурс-анализа, структурно-семантического и функционально-семантического анализа трансформированных прецедентных феноменов установлено, что в поликодовых медиатекстах используются разнообразные модели семантического, лексико-семантического, структурного и синтаксического преобразований исходных прецедентных феноменов традиционного типа, включая ироническое переосмысление, каламбур и «буквализацию исходного содержания». При обращении к интернет-мемам как инструментам создания аттрактивности актуализируются такие семиотические механизмы, как алогизм, визуальный блендинг, разные типы интертекстуального взаимодействия. Выявлен значительный воздействующий потенциал прецедентных феноменов, которые позволяют соотнести базовую культурную информацию с актуальным, нужным разработчикам содержанием, заложенным в преобразованном компоненте. Полученные результаты могут быть полезны в деятельности разработчиков вузовских сайтов по оптимизации контента.

Ключевые слова: прецедентный феномен, аттрактивность, поликодовый текст, контент, образовательный сайт, интернет-коммуникация, русский язык.

Цитирование. Радбиль Т. Б., Помазов А. И. Прецедентные феномены как средство создания аттрактивности в поликодовом тексте Интернета // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2020. – Т. 19, № 1. – С. 140–153. – DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2020.1.12>

Введение

В современных лингвистических исследованиях язык и стиль Интернета давно уже стали полноправным объектом изучения. Начиная с одной из первых обобщающих монографий на эту тему [Трофимова, 2008], в них освещаются самые разнообразные аспекты функционирования языка в пространстве Интернета, в том числе коммуникативные [Сидорова, 2006], психолингвистические [Литневская, Бакланова, 2005], лингвокогнитивные и лингвокультурологические [Радбиль, 2019].

Сегодня Интернет выступает как инновационная среда для речевого взаимодействия людей, открывающая новые коммуникативные возможности и раздвигающая пространственные и временные границы общения. Новые возможности открываются и для собственно «языкового существования» (термин Б.М. Гаспарова) в коммуникативном пространстве Интернета. О диалектике взаимовлияния коммуникативной среды Интернета и обыденного языка пишет и Л. Воборил, отмечая, что «в данный момент многие языки мира, в том числе русский, функционируют в двух взаимообусловленных, связанных друг с другом сферах – в традиционной (реальной) действительности и в виртуальном пространстве Интернета. С одной стороны, язык и речь приспособляются к техническим возможностям, и с другой стороны, основным средством создания новой коммуникативной сре-

ды является живой язык» [Воборил, 2008, с. 23]. Неслучайно в этой связи в коллективной монографии «Новые тенденции в русском языке начала XXI века» инновационные явления в среде Интернета рассматриваются в более широком контексте активных процессов в русском языке XXI в. на разных уровнях языковой системы и ее речевой реализации [Новые тенденции..., 2014], а многие ученые справедливо отмечают, что сегодня именно коммуникативная среда Интернета становится наиболее динамичной, развивающейся сферой речевого взаимодействия, своего рода лабораторией языковых инноваций (см., например: [Радбиль, 2019, с. 320]).

Коммуникативное пространство Интернета крайне разнородно и представляет собой арену конкуренции институциональных и неинституциональных дискурсов разного типа, понимаемых в духе работ В.И. Карасика (см., например: [Карасик, 2000]). Достаточно подробная классификация типов и жанров интернет-коммуникации приводится М.А. Ульяновой [2014]. В контексте нашего исследования важно отметить, что в числе специфических моделей речевых практик в Интернете выступает такой особый сегмент интернет-коммуникации, как *образовательные сайты вузов*, поскольку в них органично сочетаются элементы официализованного, институционализированного интернет-дискурса и явления неформального живого общения. С одной стороны, вузы всегда были и остаются храните-

лями традиций, в том числе языковых, а с другой – университеты вынуждены бороться за внимание абитуриентов, носителей неформального языка, перед которыми современные технологии ставят непростую задачу ориентации и выбора в огромных потоках информации. Как следствие, язык сайтов вузов весьма подвижен и склонен следовать за предпочтениями аудитории. Именно медиаресурсы становятся и основным источником информации для пользователей, и инструментом привлечения внимания целевой аудитории для университетов. Отсюда повышенную значимость в контенте указанных сайтов имеет категория *аттрактивности* [Максименко, Подрядова, 2013].

Все вышесказанное, на наш взгляд, обуславливает необходимость исследования языковых средств актуализации категории аттрактивности в контенте образовательных сайтов вузов на основе сформулированных в современной лингвистике принципов дискурсивного анализа поликодовых текстов.

Неформальный язык интернет-общения сам по себе выступает одним из средств выражения аттрактивности в текстах, особенно направленных на молодую аудиторию интернет-пользователей, однако в наших предыдущих работах были определены и некоторые конкретные языковые средства создания аттрактивности в контенте сайтов вузов: ключевые слова и фразы, оценочная лексика, элементы окказионального словообразования (в том числе графодеривации), средства экспрессивного синтаксиса, инфографика и пр. (см., например: [Помазов, 2018]). Эффективным средством реализации аттрактивности является использование аутентичных и/или трансформированных «прецедентных феноменов» (термин используется в трактовке, предложенной В.В. Красных: [Красных, 1997]).

Главная коммуникативно-прагматическая особенность «языка Интернета» заключается в его *интерактивном характере*, то есть в постоянном диалоге с адресатом в «реальном времени». Наличие возможности обратной связи в режиме реального времени порождает иллюзию сходства интернет-общения с общением реальным, максимально приближает первое ко второму. Именно свойство интерактивности эксплуатируется создателями

контента сайтов при использовании ими разнообразных языковых и коммуникативных механизмов создания *аттрактивности*. Применительно к тексту под аттрактивностью, вслед за О.И. Максименко и В.В. Подрядовой, понимается способность текста (его части) привлекать к себе повышенное внимание пользователя [Максименко, Подрядова, 2013].

Спецификой интернет-общения является также взаимодействие в коммуникативной среде Интернета вербальных текстов и мультимедийного компонента (визуального и/или акустического), что тоже усиливает аттрактивность контента и его перлокутивный (воздействующий) эффект. Это свойство «языка Интернета» принято именовать *поликодовостью*, а тексты, созданные посредством использования нескольких знаковых систем, – *поликодовыми, гибридными* или *креолизованными*. При этом вербальная составляющая поликодового медиатекста тяготеет к предельной краткости и экономности, она не перенасыщена информативностью.

Значительным потенциалом для создания аттрактивности обладают и прецедентные феномены как носители культурно значимой информации, апелляция к которым в дискурсе позволяет задействовать культурный фон аудитории, культурные знания адресата. В «Словаре лингвокультурологических терминов» прецедентный феномен определяется как *ментефакт*, хорошо известный большинству представителей национально-лингвокультурного сообщества, апелляция к которому регулярно возобновляется в их речи, актуальный в познавательном и/или эмоциональном планах (СЛТ, с. 116).

Исключительно сильным средством аттрактивности является трансформация прецедентного феномена, то есть его использование в дискурсе в преобразованном виде: в этом случае на культурную информацию, уже закрепленную за этим феноменом в языковом сознании носителей языка, наслаивается новая, актуальная уже для данного автора в данном конкретном медиатексте.

В работах [Радбиль, 1999а; 1999б] рассмотрены разнообразные модели трансформации прецедентных феноменов, которые автор называет моделями аномального ввода прецедентного текста в дискурс языковой лич-

ности, в том числе автора текста, среди которых выделяются аномалии структурные, семантические и прагматические.

Кроме прецедентных феноменов в традиционном понимании, в нашей работе исследуются новые типы прецедентности, порожденные технологическими особенностями коммуникативной среды Интернета и вне Интернета невозможные. Речь идет о *мемах*, которые с функциональной точки зрения схожи с обычными прецедентными текстами, но обладают иной структурой и характеризуются иным, специфическим бытованием в речевой практике пользователей Интернета.

Интернет-мем (мем) – это любой медиаобъект, созданный в среде электронных средств коммуникации, в том числе вербальный или поликодовый (смешные, интересные, креативные графические символы, образы, названия, фразы, картинки и пр.), который неожиданно появляется в медийном пространстве, «вирусно» (то есть спонтанно) набирает популярность посредством ретрансляции от пользователя к пользователю в контенте сайтов, социальных сетей, форумов, блогов, чатов, мессенджеров и даже официальных порталов [Помазов, 2019, с. 144].

Мем имеет все свойства прецедентных феноменов традиционного типа и может вводиться в дискурс в трансформированном виде, но в отличие от традиционного прецедентного феномена, как правило, имеет поликодовый характер. Специфика мемов обусловлена именно особенностями существования в среде интернет-коммуникации: большая скорость распространения, большое количество модификаций и быстрое появление новых мемов как следствие гигантского количества пользователей сети и креативности авторов. Особенности функционирования мемов в среде интернет-коммуникации объясняются также и тем, что общность людей, оперирующих тем или иным мемом, может ограничиваться отдельными сетевыми сообществами (хотя иногда мем выходит далеко за пределы сети, отражаясь в телевизионных новостях, рекламе, высказываниях различных деятелей). При этом мемы часто бывают специфицированы для той или иной тематической отрасли или группы людей по интересам, а главное – чаще всего имеют кратковременный характер. Мы

предлагаем назвать эти явления *кратковременными элементами культурного кода*, которые именно благодаря своей ориентации на культурный фон пользователей Интернета сближаются по своим функциональным свойствам с обычными прецедентными текстами.

Цель данного исследования – охарактеризовать прецедентные феномены традиционного и нового типов (мемы), которые используются в поликодовых медиатекстах Интернета для привлечения внимания аудитории образовательных сайтов.

Материал и методы исследования

Материалом исследования являются официальные сайты российских вузов – участников Программы повышения конкурентоспособности ведущих российских вузов среди ведущих мировых научно-образовательных центров 5-100: НИУ ВШЭ, ТГУ, НИТУ МИСиС, СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Университет ИТМО, а также их официальные страницы в социальной сети «ВКонтакте». Объем обследованного материала – 112 репрезентативных контекстов, полученных методом сплошной выборки из указанных выше интернет-источников посредством интернет-мониторинга, выполненного авторами статьи.

В исследованиях подобной направленности всегда возникает проблема метода. Каким образом можно исследовать инновационный текстовый материал, характеризующийся гипертекстовой организацией и поликодовым характером? Думается, что современная парадигма изучения дискурса наработала определенный научный инструментарий для анализа дискурсов разного типа. Прежде всего следует назвать работы Т. ван Дейка, являющегося одним из основоположников дискурс-анализа [Дейк, 1989], и У. Чейфа, одним из первых исследовавшего проблемы, связанные с анализом информационного потока [Chafe, 1976]. В отечественной научной традиции идеи дискурс-анализа были восприняты во многом благодаря Н.Д. Арутюновой, обобщившей их в статье «Лингвистического энциклопедического словаря» [Арутюнова, 1990]. Для нашего исследования важно, что методы дискурсивного анализа обнаруживают свою научную валидность как в синхрони-

ческом (см., например: [Чернявская, 2006]), так и диахроническом аспектах [Горбань, Косова, Шептухина, 2018]. Последнее обстоятельство позволяет говорить о дискурс-анализе динамики языковых процессов, отраженных в речевой практике современного общества.

Таким образом, в статье использованы метод дискурс-анализа, адаптированный к анализу поликодовых медиатекстов Интернета, и метод стандартного структурно-семантического и функционально-семантического анализа устойчивых выражений (коллокаций, идиом, афоризмов, цитат, паремий и пр.).

Далее мы рассмотрим две группы примеров в соответствии с их принадлежностью либо к прецедентным феноменам традиционного типа, либо к мемам.

Результаты и обсуждение

Прецедентные феномены традиционного типа в контенте образовательных сайтов вузов

Прецедентные феномены традиционного типа, как они понимаются, например, Ю.Н. Карауловым [1987], в роли языковых средств создания аттрактивности в контенте образова-

тельных сайтов вузов, как правило, используются в трансформированном виде, что позволяет связать культурно значимую информацию исходного пратекста с актуальным, нужным авторам контента смыслом, заложенным в преобразованных элементах прецедентного текста.

Так, в заголовке статьи на официальном сайте НИУ ВШЭ (рис. 1) *Жить стали здоровее* (с подзаголовком *Как чувствует себя население России*) используется трансформированный прецедентный феномен, отсылающий к пратексту – знаменитой фразе Сталина: *Жить стало лучше, товарищи. Жить стало веселее. А когда веселее живется, работа спорится*, произнесенной им 17 ноября 1935 г. в выступлении на Первом Всесоюзном совещании рабочих и работниц – стхановцев. Здесь мы имеем дело с лексико-семантическим преобразованием (мена *веселее* на *здоровее*), формально-структурным преобразованием (*стали* вместо *стало*) и синтаксическим сокращением. Эффект аттрактивности усиливается посредством взаимодействия с невербальным компонентом – фоновым изображением фрески с богом врачевания Асклепием: к актуальной информации о современности в восприятии адресата под-



Рис. 1. Заголовок статьи на сайте НИУ ВШЭ «Жить стали здоровее»

Fig. 1. Life Has Become Healthier – an article headline on the website of Higher School of Economics, National Research University

ключается мощная культурная традиция, принадлежащая к совсем иному слою культуры – античности, и информация становится объемной и многомерной.

На официальном сайте Университета ИТМО в заглавии цикла статей про блокировку IP-адресов мессенджера «Телеграмм» *Они сражались за Родину. Диалоги* эксплуатируется отсылка к названию известного романа М.А. Шолохова и одноименного кинофильма по этому произведению. Здесь задействован синтаксический тип преобразования – вставка компонента *Диалоги*, отсутствовавшего в пратексте. Можно предположить, что, используя знаковый для аудитории прецедентный текст для активизации фонового знания читателя, авторы хотели показать общественную важность данной темы и ее общенациональное значение. Аттрактивность усиливается за счет использования иронического подтекста у указанного прецедентного феномена, который реализован посредством столкновения буквального пафосного смысла выражения с текстом комментария, где написано, что «цикл статей называется так потому, что Родина у противоборствующих сторон (государства и научно-образовательного сообщества) одна, но способы обеспечения ее процветания разные».

На официальном сайте НИТУ «МИСиС» заголовок новостного материала *Углепластик и все-все-все* (с подзаголовком *в НИТУ «МИСиС» прошел девятый Science Slam*) апеллирует к названию известного мультфильма про Винни-Пуха и исходного произведения А. Милна. Как явствует из подзаголовка, текст посвящен итогам конкурса интеллектуалов, проведенного в университете. Здесь имеется лексико-семантическая трансформация исходной модели: имя собственное *Винни-Пух* меняется на лексему *углепластик* – ключевое слово, актуализующее сферу деятельности победителя – студента кафедры физической химии и сотрудника Центра композиционных материалов. Эффект аттрактивности достигается за счет того, что в вузах пока еще учится и работает то поколение, которое любит и хорошо знает мультфильм и книгу, и ассоциация с ними вызывает доброе и веселое отношение к изображаемому: это позволяет авторам контента задействовать

апелляцию к культурному фону аудитории и тем самым вовлечь ее в ситуацию неформального, доверительного общения.

Заголовок новостного материала о выпуске моряков военной кафедры университета на официальном сайте СПбГЭТУ «ЛЭТИ» *У матросов нет вопросов* (с подзаголовком *третий выпуск матросов запаса на Военной кафедре в ЛЭТИ*) отсылает к знаменитой фразе из песни и соответствующему названию известного советского фильма, которые уже давно вошли в общий культурный фон носителей языка, не всегда осознающих источник возникновения прецедентного феномена. Анализ более глубокого культурного слоя позволяет выявить первоначальный источник прецедентного феномена – неписаный «морской закон», согласно которому приказы капитана судна матросами не обсуждаются. Здесь мы встречаемся с интересным семантическим эффектом *буквализации прецедентного текста* [Радбиль, 1999б], когда устойчивое выражение, давно уже употребляющееся в переносном значении в контексте актуализирует свое буквальное значение и изначальную референциальную область (действительно, речь идет о матросах). Именно этот семантический эффект выступает основой для создания эффекта аттрактивности. Кроме того, возможно, данный прием обращения к общим культурным знаниям авторов и аудитории обыгрывает и культурную оппозицию «свои – чужие», то есть мы, матросы, и все остальные, что также способствует ценностному вовлечению аудитории в ситуацию общения.

Ряд прецедентных феноменов реализует обращение создателей контента сайта сразу к нескольким культурным слоям. Так, на официальном сайте Университета ИТМО раздел, посвященный обсуждению тенденций современного кинематографа, называется *Коламбия Пикчерз не представляет* (с подзаголовком *что могут рассказать данные IMDb*). Заголовок, с одной стороны, иронически обыгрывает первую фразу слогана голливудской кинокомпании, которая звучит в заставке перед началом всех произведенных ею фильмов: это подчеркивает видеоряд с логотипом компании (см. рис. 2); с другой стороны, это выражение было использовано музы-

ITMO.NEWS

Наука Образование Стартапы и бизнес Жизнь университета Медиа Блог

24 Января 2017, 19:01 UTC+3 3560

Коламбия Пикчерз не представляет: что могут рассказать данные IMDb

Студент кафедры вычислительной техники Юрий Волков рассказал в блоге на Хабрахабре, как анализировал датасет крупнейшего мирового хранилища информации о фильмах IMDb и к каким выводам пришел. Публикуем в блогах Университета ITMO пост о том, как фильм «Зеленый слоник» вдохновил студента на серьезное исследование кинематографа.

Проблематика

Фильмы — это круто, фильмы вдохновляют нас, наполняют уверенностью, в общем, дают нам многое. И поэтому в этой статье я бы хотел рассказать вам об исследовании тенденций современного кинематографа с помощью инструментов анализа данных, который уже был презентован в финале Science Slam ITMO University 2.0. Полный

Иллюстрация к статье на официальном сайте университета ИТМО

О блоге

В блоге Университета ИТМО вы узнаете о научных исследованиях, ежедневной работе лабораторий вуза, жизни студентов и многом другом из первых уст.

Контакты:

Ульяна Малышева
Редакция новостного портала
uvmalysheva@itmo.ru

Темы блогов

Наука 6

Новые технологии 2

Рис. 2. Иллюстрация к статье на официальном сайте университета ИТМО

Fig. 2. Illustration for an article on the official website of ITMO University

кальной группой «Банд’Эрос» в одной из песен в значении ‘трудно себе представить, что...’ (даже «Коламбия Пикчерз» не представляет). Здесь мы имеем дело с семантическим преобразованием каламбурного типа – обыгрыванием двух значений глагола *представлять* ‘демонстрировать’ и ‘осмыслять, воображать’, а также с антитетическим формально-грамматическим преобразованием – переходом от утвердительной к отрицательной конструкции. В результате создается эффект аттрактивности за счет игрового отталкивания от общеизвестного буквального содержания всемирно известного прецедентного феномена.

В целом мы можем заключить, что авторы контента сайтов для создания аттрактивности используют самые разнообразные модели семантического, лексико-семантического, структурного и синтаксического

преобразования исходных прецедентных феноменов традиционного типа, включая ироническое переосмысление, каламбур и «буквализацию исходного содержания». В случае с поликодовыми медиатекстами могут быть задействованы два способа взаимодействия вербального и невербального компонентов: 1) невербальный компонент в роли фона усиливает содержание словесного ряда; 2) вербальный компонент отталкивается от буквального содержания невербального ряда в целях его иронического переосмысления.

Интернет-мемы в контенте образовательных сайтов вузов

При использовании интернет-мемов на сайтах вузов задействуются иные семиотические механизмы для привлечения внимания

аудитории в сравнении с прецедентными феноменами традиционного типа, хотя некоторое сходство в самом характере обращения авторов с прецедентными феноменами старого и нового типов все же можно усмотреть.

Так, на официальной странице Университета ИТМО в социальной сети «ВКонтакте» задействован мем, который пришел в Интернет из области телевизионных шоу (приносимая Иваном Ургантом фраза *Работаем*, которая вошла в активный лексикон неформального общения интернет-пользователей, в том числе и в вузовский дискурс) и имеет значительный семантический, экспрессивный и воздейственный потенциал (рис. 3). На сайте смеховой ореол этой фразы доносит до аудитории в шуточной форме серьезную информацию: «ВКонтакте» 12 лет и 100 млн пользователей. А у нас почти 40К подписчиков! Работаем. В совокупности с забавными изображениями и веселыми эмодзи эффект аттрактивности от этой фразы усиливается. Здесь мы имеем дело с весьма редким примером интертекстуального взаимодействия между типологически разными медиасферами – телевидением и Интернетом.

Достаточно активно, ориентируясь на актуальные тренды, используют мемы авторы контента официальной страницы НИУ ВШЭ в социальной сети. Здесь в поликодовых медиа-

текстах применяется прием контраста между серьезной новостной информацией и шуточной формой ее подачи в невербальном компоненте (изображение или видео). Так, текст о том, что «вышка» заняла 94-е место в рейтинге ТНЕ по бизнесу и экономике, став лидером среди российских вузов по этому направлению, сопровождается картинкой с динозавром (см. рис. 4). Динозавр тематически не коррелирует с содержанием, но картинка между тем создает нужный авторам контенту эмоционально-экспрессивный фон и привлекает внимание аудитории. Кроме того, имитируется неформальное общение, что минимизирует дистанцию между автором и аудиторией (этой же цели служит неформальное наименование *вышка* вместо официального *НИУ ВШЭ*). В целом в подобных случаях мы можем говорить об использовании приема *алогизма* – совмещения явлений из несовместимых областей. В результате этого возникает стилистический эффект «нарушения читательского ожидания» (Р.О. Якобсон), который всегда имеет значительный воздействующий потенциал.

Схожие механизмы аттрактивности используются на официальной странице НИТУ МИСиС. Вполне серьезный научно-популярный материал о достижениях в области изучения крови сопровождается биологической схемой, совмещенной с известным мемом с



Рис. 3. Мем на официальной странице университета ИТМО в социальной сети «ВКонтакте»

Fig. 3. Internet meme on the official page of ITMO University in VKontakte social network



Рис. 4. Мем на официальной странице НИУ ВШЭ в социальной сети «ВКонтакте»

Fig. 4. Internet meme on the official page of Higher School of Economics, National Research University in VKontakte social network

И.В. Сталиным (см. рис. 5). Здесь Сталин улыбается успехам ученых так же, как он улыбался блондинке из первоначальной версии данного мема. Если в предыдущем примере алогизм задавался несовместимостью вербального и невербального рядов, то в данном случае в отношении логической несовместимости попадают только невербальные компоненты. Данный прием мы предлагаем именовать *визуальный блендинг* – смешение культурных смыслов из разных, концептуально несовместимых областей, который всегда обладает максимумом экспрессии и, как следствие, усиливает аттрактивность.

Прием визуального блендинга используют и авторы контента официальной страницы ТГУ в социальной сети «ВКонтакте». Здесь посредством мема в виде лица Фредерика Шопена, на которого надеты пиксельные (или восьмибитные) очки, привлекается внимание аудитории к весьма серьезной информации о конкурсе пианистов им. Фредерика Шопена (см. рис. 6). Данный мем пред-

ставляет собой трансформированную отсылку к исходному популярному мему – изображению пса в очках (после появления этого мема такие очки даже стали продаваться). Такое использование мема можно считать аналогом «семантического преобразования», правда, на уровне невербальной информации. В случаях с мемами, представленными на рисунках 5 и 6, также можно говорить о возникновении своеобразного интертекстуального взаимодействия, в которое вступают мемы в интернет-коммуникации.

Итак, при использовании мемов в контенте сайтов вузов в целях усиления аттрактивности применяются приемы алогизма и визуального блендинга, а также задействован потенциал интертекстуального взаимодействия как внутри пространства Интернета, так и между разными медиасферами – Интернетом и телевидением. Установка на экспрессивную и/или ироническую трансформацию исходного протекста характерна и для мемов, и для прецедентных текстов традиционного типа.

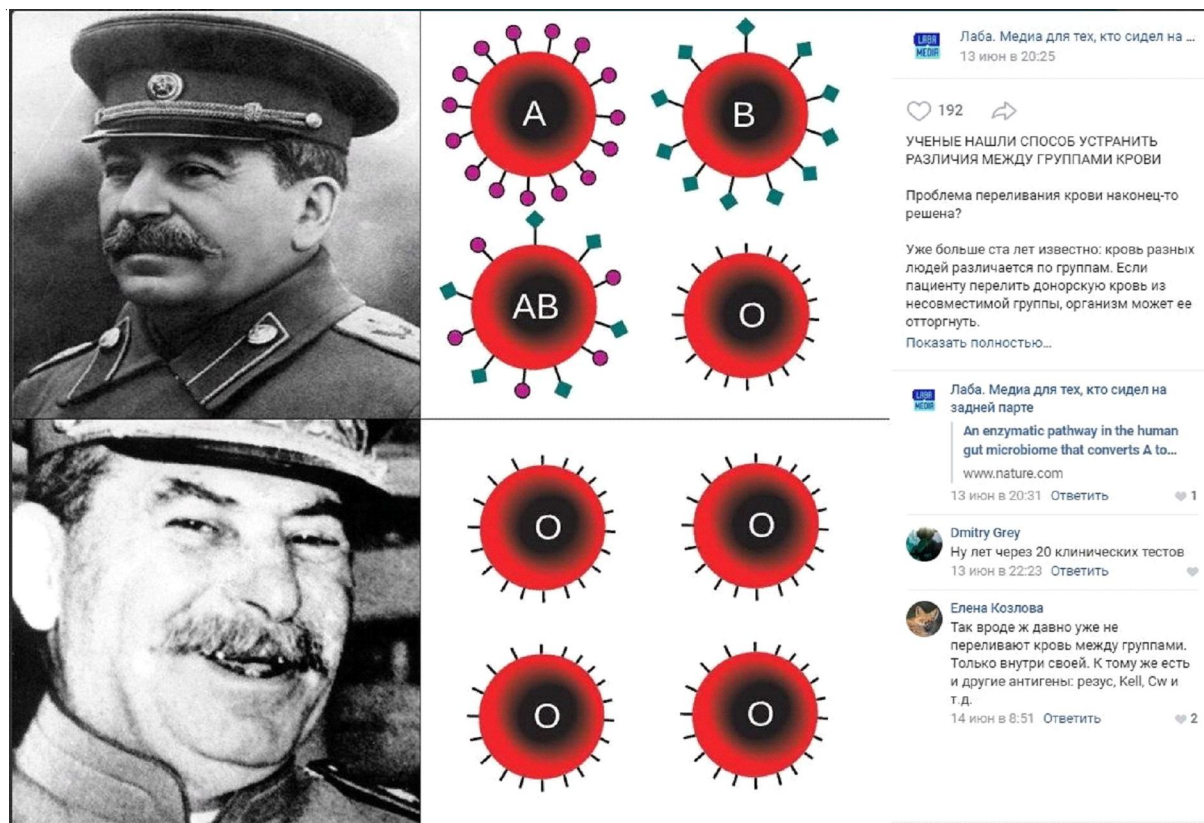


Рис. 5. Мем на официальной странице НИТУ МИСиС

Fig. 5. Internet meme on the official website of MISIS, National University of Science and Technology

Выводы

В целях привлечения внимания целевой аудитории авторы контента образовательных сайтов российских вузов часто прибегают к таким эффективным языковым средствам усиления аттрактивности поликодовых медиатекстов, как прецедентные феномены традиционного типа и интернет-мемы, которые выступают как носители культурно значимой информации и потому имеют значительный воз- действенный потенциал.

Прецедентные феномены традицион- ного типа подвергаются разного рода семан- тическим, лексическим, структурным и син- таксическим преобразованиям, актуализируя в языковом сознании аудитории разные куль- турные слои, нередко в модусе иронического отталкивания и игрового каламбурного пере- осмысления. Использование поликодовых прецедентных медиатекстов позволяет уси- ливать аттрактивность контента посред- ством разных типов взаимодействия вер- бальных и невербальных компонентов.

В поисках средств максимизации аттрак- тивности создатели контента сайтов нередко обращаются к такому новому виду прецедент- ных феноменов, как мемы. Мемы всегда име- ют поликодовый характер, будучи соотносены- ми с видоизмененным пратекстом, иногда – на фоне узнаваемости другого известного сете- вого мема. Как правило, они имеют двухкомпо- нентную структуру: одна часть активизирует фоновые знания, тем самым привлекая внима- ние пользователя к медиатексту, а вторая часть актуализует нужное авторам содержание, созда- вая корреляцию между прецедентным феноме- ном и темой сообщения. Таким образом ауди- тории навязывается нужное создателям контен- та направление в возможной интерпретации со- общения. Мемы всегда апеллируют к культур- ному фону аудитории, в том числе для созда- ния атмосферы неформального общения с пользователями. В целях усиления аттрактив- ности при использовании мемов также приме- няются приемы алогизма и визуального блен- динга и эксплуатируется экспрессивный потен- циал интертекстуального взаимодействия.

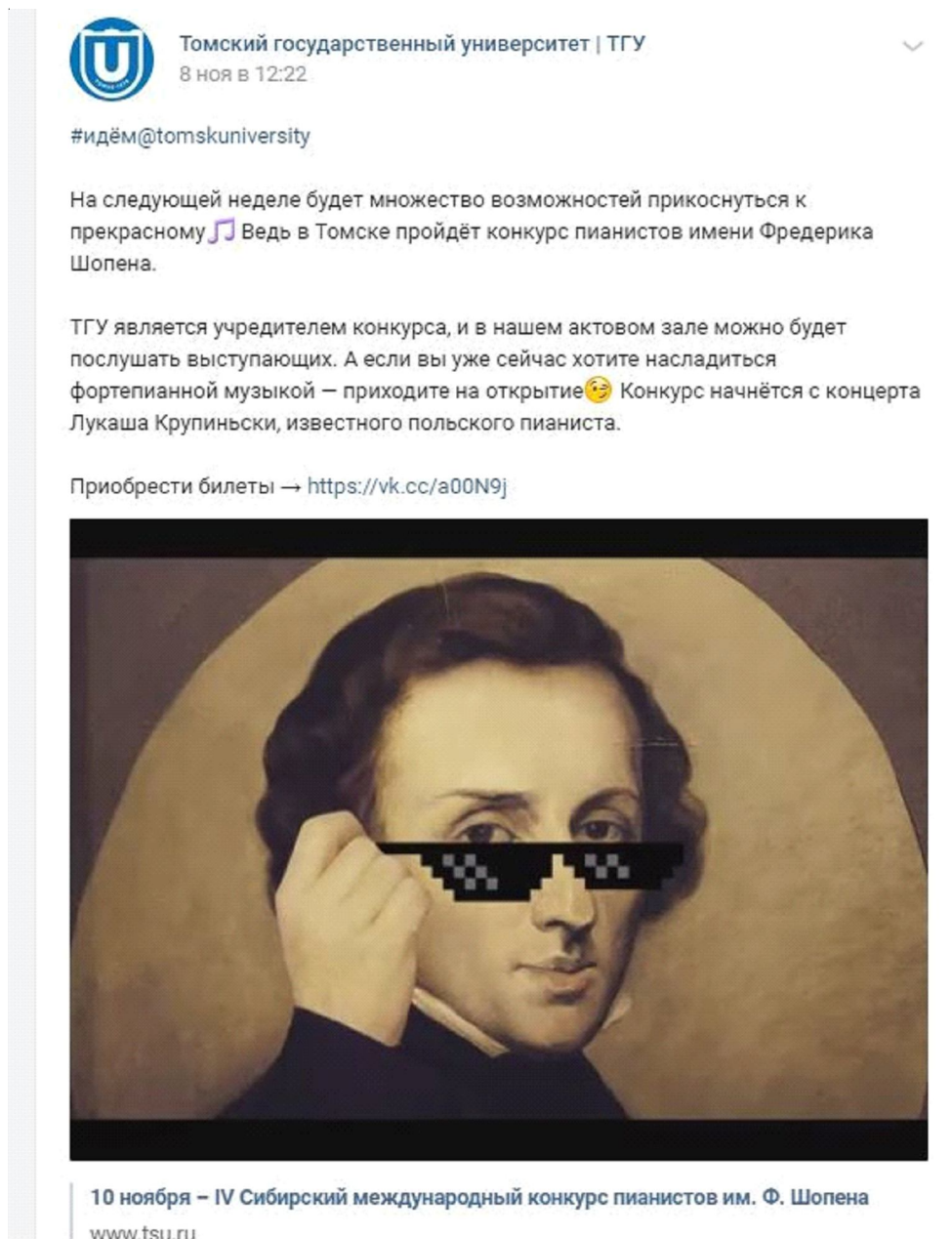


Рис. 6. Мем на официальной странице ТГУ в социальной сети «ВКонтакте»

Fig. 6. Internet meme on the official page of TSU in VKontakte social network

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Арутюнова Н. Д., 1990. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. М. : Сов. энцикл. С. 136–137.
- Воборил Л., 2008. Русский язык – его развитие и функционирование – в коммуникативных условиях виртуального веб-пространства // ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (XIX Оломоуцкие дни русистов 30.08–01.09. 2007) : сб. тр. Междунар. конф. Olomouc : Nakladatelství Univerzity Palackého. С. 23–37.

- Горбань О. А., Косова М. В., Шептухина Е. М., 2018. Черновой текст как основа реконструкции речемыслительной деятельности (на материале региональных документов XVIII в.) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание Т. 17, № 4. С. 39–53. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.4>.
- Дейк Т. А. ван, 1989. Язык. Познание. Коммуникация : сб. работ. М. : Прогресс. 308 с.
- Карасик В. И., 2000. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональ-

- ный дискурс : сб. науч. тр. Волгоград : Перемена. С. 5–20.
- Караулов Ю. Н., 1987. Русский язык и языковая личность. М. : Наука. 261 с.
- Красных В. В., 1997. Когнитивная база и прецедентные феномены в системе других единиц и в коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 9, Филология. № 3. С. 62–75.
- Литневская Е. И., Бакланова А. П., 2005. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконно сетевого жанра // Вестник Московского университета. Серия 9, Филология. № 6. С. 46–61.
- Максименко О. И., Подрядова В. В., 2013. Аттрактивность в теории языка // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. № 1 (1). С. 66–73.
- Новые тенденции в русском языке начала XXI века, 2014 / Т. Б. Радбиль [и др.]. М. : Флинта : Наука. 304 с.
- Помазов А. И., 2018. Языковые средства структурной организации и контента образовательного сайта: к постановке проблемы // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. № 3. С. 216–223.
- Помазов А. И., 2019. Языковые и коммуникативные средства выражения категории аттрактивности в медиатекстах российских вузов // Национальные коды в языке и литературе. Современные языки в новых условиях коммуникации : сб. ст. по материалам Междунар. науч. конф. (г. Нижний Новгород, 12–13 марта 2019 г.). Н. Новгород : Изд-во Нижегород. госуниверситета им. Н.И. Лобачевского. С. 137–146.
- Радбиль Т. Б., 1999а. Герой Андрея Платонова как языковая личность (образ Фомы Пухова в «Сокровенном человеке») // Русистика сегодня. № 3–4. С. 66–83.
- Радбиль Т. Б., 1999б. Прецедентные тексты в языковой картине мира // Языковая картина мира в синхронии и диахронии : сб. науч. тр. Н. Новгород : Изд-во НГПУ. С. 34–41.
- Радбиль Т. Б., 2019. Когнитивная интерпретация лексико-словообразовательных инноваций в Рунете // Когнитивные исследования языка. Вып. XXXVI. Понимание. Интерпретация. Когнитивное моделирование. М. ; Тамбов : Державинский. С. 320–326.
- Сидорова М. Ю., 2006. Интернет-лингвистика: русский язык. Межличностное общение. М. : «1989.ру». 193 с.
- Трофимова Г. Н., 2008. Языковой вкус интернет-эпохи в России (функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты). М. : Изд-во РУДН. 300 с.
- Ульянова М. А., 2014. Классификация жанров интернет-дискурса // *Lingua mobilis*. № 3 (49). С. 102–110.
- Чернявская В. Е., 2006. Дискурс власти и власть дискурса : Проблемы речевого воздействия. М. : Флинта : Наука. 136 с.
- Chafe W. L., 1976. Givenness, Contrastiveness, Definiteness, Subjects, Topics, and Point of View // *Subject and Topic* / ed. by C. N. Li. N. Y. : Acad. Press. P. 25–55.

ИСТОЧНИКИ И СЛОВАРИ

- СЛТ – Словарь лингвокультурологических терминов / авт.-сост. М. Л. Ковшова, Д. Б. Гудков ; отв. ред. М. Л. Ковшова. М. : Гнозис, 2017. 192 с.
- НИТУ «МИСиС» : [официальный сайт]. URL: <https://misis.ru> (дата обращения: 02.09.2019).
- НИТУ МИСиС : [официальная страница в соц. сети «ВКонтакте»]. URL: https://vk.com/nust_misis (дата обращения: 19.08.2019).
- НИУ ВШЭ : [официальный сайт]. URL: <https://www.hse.ru> (дата обращения: 12.08.2019).
- НИУ ВШЭ : [официальная страница в соц. сети «ВКонтакте»]. URL: https://vk.com/hse_university (дата обращения: 11.11.2019).
- СПбГЭТУ «ЛЭТИ» : [официальный сайт]. URL: <https://etu.ru> (дата обращения: 18.08.2019).
- ТГУ : [официальная страница в соц. сети «ВКонтакте»]. URL: <https://vk.com/club10540> (дата обращения: 19.11.2019).
- Университет ИТМО : [официальный сайт]. URL: <http://www.ifmo.ru/ru> (дата обращения: 14.08.2019).
- Университет ИТМО : [официальная страница в соц. сети «ВКонтакте»]. URL: <https://vk.com/itmoru> (дата обращения: 11.09.2019).

REFERENCES

- Arutyunova N.D. Diskurs [Discourse]. Yartseva V.N., ed., 1990. *Lingvisticheskiy entsiklopedicheskiy slovar* [Linguistic Encyclopaedic Dictionary]. Moscow, Sovetskaya entsiklopediya Publ., pp. 136-137.
- Voboril L., 2008. Russkiy yazyk – ego razvitie i funkcionirovanie – v kommunikativnykh usloviyakh virtualnogo web-prostranstva [Russian Language, Its Evolution and Functioning in Communicative Conditions of the Virtual Web-Space]. *ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (XIX Olomoutskie dni rusistov 30.08–01.09. 2007): sb. tr. Mezhdunar. konf.* [ROSSICA OLOMUCENSIA XLVI-II (19th Olomouc Days of

- Rusists). Proceedings of the International Conference]. Olomouc, Nakladatelstv Univerzity Palackyho, pp. 23-37.
- Gorban O.A., Kosova M.V., Sheptukhina E.M., 2018. Chernovoy tekst kak osnova rekonstruktsii rechemyslitel'noy deyatelnosti (na materiale regionalnykh dokumentov XVIII v.) [Draft Text as a Basis for Reconstructing Mental and Speech Activity (Exemplified with Regional Documents of the 18th Cen.)]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 2, Yazykoznanie* [Science Journal of Volgograd State University. Linguistics], vol. 17, no. 4, pp. 39-53. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu2.2018.4.4>.
- Deik T.A. van., 1989. *Yazyk. Poznanie. Kommunikatsiya: sb. rabot* [Language. Cognition. Communication. Collection of Works]. Moscow, Progress Publ. 308 p.
- Karasik V.I., 2000. O tipakh diskursa [On Discourse Types]. *Yazykovaya lichnost: institutsionalnyy i personalnyy diskurs: sb. nauch. tr.* [Language Personality: Institutional and Personal Discourse. Collection of Scientific Works]. Volgograd, Peremena Publ., pp. 5-20.
- Karaulov Yu.N., 1987. *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost* [Russian Language and Language Personality]. Moscow, Nauka Publ. 261 p.
- Krasnykh V.V., 1997. Kognitivnaya baza i pretsedentnyye fenomeny v sisteme drugikh edinits i v kommunikatsii [Cognitive Base and Precedent Phenomena in a System of Other Units and in Communication]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya* [The Moscow University Herald, Series 9. Philology], no. 3, pp. 62-75.
- Litnevskaya E.I. Baklanova A.P., 2005. Psikholingvisticheskie osobennosti Interneta i nekotorye yazykovye osobennosti chata kak iskonno setevogo zhanra [Psycholinguistic Features of the Internet and Some Language Features of a Chat as Primordially Web Genre]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 9. Filologiya* [The Moscow University Herald, Series 9. Philology], no. 6, pp. 46-61.
- Maksimenko O.I., Podryadova V.V., 2013. Attraktivnost v teorii yazyka [Attractiveness in the Theory of a Language]. *Uchenye zapiski Natsionalnogo obshchestva prikladnoy lingvistiki*, no. 1 (1), pp. 66-73.
- Radbil T.B. et al., eds., 2014. *Novye tendentsii v russkom yazyke nachala XXI veka* [New Tendencies in the Russian Language in the Early 21st Century]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 304 p.
- Pomazov A.I., 2018. Yazykovye sredstva strukturnoy organizatsii i kontenta obrazovatel'nogo sayta: k postanovke problemy [Linguistic Tools for Structural Organization and Content of an Educational Website: Stating the Problem]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo* [Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod], no. 3, pp. 216-223.
- Pomazov A.I., 2019. Yazykovye i kommunikativnye sredstva vyrazheniya kategorii attraktivnosti v mediatekstakh rossiyskikh vuzov [Language and Communicative Means of Representation of the Attractiveness Category in the Russian Universities' Media-Texts]. *Natsionalnye kody v yazyke i literature. Sovremennyye yazyki v novykh usloviyakh kommunikatsii: sb. st. po materialam Mezhdunar. nauch. konf. (Nizhniy Novgorod, 12–13 marta 2019 g.)* [National Codes in Language and Literature. Modern Languages in the New Conditions of Communication. Collection of Articles Based on the Materials of the International Scientific Conference (Nizhny Novgorod, March 12–13, 2019)]. Nizhny Novgorod, Izd-vo Nizhegorodskogo gosuniversiteta im. N.I. Lobachevskogo, pp. 137-146.
- Radbil T.B., 1999a. Geroy Andreya Platonova kak yazykovaya lichnost (obraz Fomy Pukhova v «Sokrovennom cheloveke») [Andrey Platonov's Hero as a Language Personality (Foma Pukhov Image in "Sokrovenny Chelovek")]. *Rusistika segodnya*, no. 3-4, pp. 66-83.
- Radbil T.B., 1999b. Pretsedentnyye teksty v yazykovoi kartine mira [Precedent Texts in the Language Picture of the World]. *Yazykovaya kartina mira v sinkhronii i diakhronii: sb. nauch. tr.* [Language Picture of the World in Synchrony and Diachrony. Collection of Scientific Works]. Nizhny Novgorod, Izd-vo NGPU, pp. 34-41.
- Radbil T.B., 2019. Kognitivnaya interpretatsiya leksiko-slovoobrazovatelnykh innovatsiy v Runete [Cognitive Interpretation of Lexical-Derivative Innovations in the Runet]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka. Vyp. XXXVI. Ponimanie. Interpretatsiya. Kognitivnoe modelirovanie* [Cognitive Studies of Language. Iss. XXXVI. Understanding. Interpretation. Cognitive Modeling]. Moscow, Tambov, Derzhavinskiy Publ., pp. 320-326.
- Sidorova M.Yu., 2006. *Internet-lingvistika: russkii yazyk. Mezhlichnostnoe obshchenie* [Internet-Linguistics: Russian Language. Interpersonal Communication]. Moscow, 1989.ru Publ. 193 p.
- Trofimova G.N., 2008. *Yazykovoy vkus internet-epokhi v Rossii (funktsionirovanie russkogo yazyka v Internete: kontseptualno-sushchnostnyye dominanty)* [Language Taste of the Internet-Epoch in Russia (Functioning of the Russian Language in the Internet: Conceptual-

- Substantial Dominants)]. Moscow, Izd-vo RUDN. 300 p.
- Ulyanova M.A., 2014. Klassifikatsiya zhanrov internet-diskursa [The Classification of the Internet-Discourse Genres]. *Lingua mobilis*, no. 3 (49), pp. 102-110.
- Chernyavskaya V.E., 2006. *Diskurs vlasti i vlast diskursa: Problemy rechevogo vozdeystviya* [Discourse of the Power or Power of the Discourse. Problems of Speech Influence]. Moscow, Flinta Publ., Nauka Publ. 136 p.
- Chafe W.L., 1976. Givenness, Contrastiveness, Definiteness, Subjects, Topics, and Point of View. Li C.N., ed. *Subject and Topic*. New York, Acad.Press, pp. 25-55.
- SOURCES AND DICTIONARIES**
- Kovshova M.L., Gudkov D.B. *Slovar lingvokulturologicheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic and Cultural Terms]. Moscow, Gnozis Publ., 2017. 192 p.
- NITU «MISiS»: [ofits. sayt] [NUST MISIS. Official Website]. URL: <https://misis.ru> (accessed 2 September 2019).
- NITU MISiS: [ofits. stranitsa v sots. seti «VKontakte»] [Nust MISIS. Official Page in Vkontakte Social Network]. URL: https://vk.com/nust_misis (accessed 19 August 2019).
- NIU VShE: [ofits. sayt] [HSE. Official Website]. URL: <https://www.hse.ru> (accessed 12 August 2019).
- NIU VShE: [ofits. stranitsa v sots. seti «VKontakte»] [HSE. Official Page in Vkontakte Social Network]. URL: https://vk.com/hse_university (accessed 11 November 2019).
- SPbGETU «LETI»: [ofits. sayt] [ETU “LETT”. Official Website]. URL: <https://etu.ru> (accessed 18 August 2019).
- TGU: [ofits. stranitsa v sots. seti «VKontakte»] [TSU. Official Page in Vkontakte Social Network]. URL: <https://vk.com/club10540> (accessed 19 November 2019).
- Universitet ITMO: [ofits. sayt] [ITMO University. Official Website]. URL: <http://www.ifmo.ru/ru> (accessed 14 August 2019).
- Universitet ITMO: [ofits. stranitsa v sots. seti «VKontakte»] [ITMO University. Official Page in Vkontakte Social Network]. URL: <https://vk.com/itmoru> (accessed 11 September 2019).

Information About the Authors

Timur B. Radbil, Doctor of Sciences (Philology), Professor, Head of the Department of Theoretical and Applied Linguistics, N.I. Lobachevsky National Research State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603950 Nizhny Novgorod, Russia, timur@radbil.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7516-6705>

Alexey I. Pomazov, Postgraduate Student, Assistant Lecturer, Department of Theoretical and Applied Linguistics, Director, Fundamental Library, N.I. Lobachevsky National Research State University of Nizhny Novgorod, Prosp. Gagarina, 23, 603950 Nizhny Novgorod, Russia, pomazov@unn.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1744-1825>

Информация об авторах

Тимур Беньюминович Радбиль, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой теоретической и прикладной лингвистики, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603950 г. Нижний Новгород, Россия, timur@radbil.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7516-6705>

Алексей Игоревич Помазов, аспирант, ассистент кафедры теоретической и прикладной лингвистики, директор Фундаментальной библиотеки, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, просп. Гагарина, 23, 603950 г. Нижний Новгород, Россия, pomazov@unn.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1744-1825>