

ЯЗЫКОВАЯ И ВИЗУАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КАТЕГОРИИ «СВОЙ-ЧУЖОЙ» В КОНФЛИКТОГЕННЫХ ТЕКСТАХ ДЕСТРУКТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

DOI: 10.26907/2079-5912.2022.6.34-39

Аннотация. Настоящая статья призвана раскрыть особенности реализации категории «свой-чужой» в демотиваторах, распространяемых в социальных сетях, созданных с целью освещения философии социального феномена добровольной бездетности. В рамках работы рассматриваются текстовый и иконический компоненты такого рода материалов, доказывається важность их совокупности для вызова рефлексии у реципиентов. Исследование проводится на базе иллюстративных материалов социальной сети ВКонтакте, в частности тех сообществ, где осуществляется коммуникация представителей феномена чайлдфри. В работе показано, какими вербальными и невербальными средствами транслируется оппозиция «свой-чужой», поддерживающая конфликтный характер текстов, призванная обозначить принципы чайлдфри феномена.

В Интернете, на форумах идет конфликт между чайлдфри и "детными". В силу того, что изучаемый феномен относительно молод и мало изучен, необходимо иметь четкое и адекватное представление о распространенности данного феномена в российском обществе, в том числе анализ текстовых и визуальных материалов в социальных сетях.

Ключевые слова: конфликтный текст, демотиватор, мем, чайлдфри, вербальная репрезентация, визуальные средства.

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-20091, <https://rscf.ru/project/22-18-20091/> в Пятигорском государственном университете

Современная научная мысль (социологическая, психологическая, лингвистическая и т. д.) всё чаще обращена в сторону Интернет-пространства как ресурса, имеющего огромный потенциал для репрезентации особенностей мировоззрения различных социальных групп. В частности, к таким средствам самовыражения в социальных сетях относится создание специальных текстовых и визуальных материалов, транслирующих концептуально важные принципы (положения), на которых базируется та или иная «философия», получивших название «демотиваторы».

Демотиваторы передают отношение представителей Интернет-аудитории к происходящим социально-политическим событиям и обнаруживают большое поле для выявления специфики представлений приверженцев различных движений. Одним из таких оказывается феномен добровольной бездетности – людей, которые осознанно отказываются от идеи оставить после себя потомство. В обществе добровольную бездетность чаще всего называют чайлдфри (в буквальном переводе – «свободные от де-

тей»). Мы будем использовать данное популярное понятие, хотя следует предположить, что это нецелесообразное применение по отношению к феномену добровольной бездетности, так как последнее – шире.

В течение длительного времени формировалась идея семьи как ячейки общества, как универсального метода организации социальных связей и отношений индивидов, основной функцией которой являлось увеличение социума путём рождения и воспитания детей. Но в современном мире статус и роль семьи кардинально меняются. Некоторые из представителей молодого и среднего возраста не хотят официально регистрировать брак, а в отношении вопроса продолжения рода делятся на сторонников и противников детей. Лаборатория исследований демографии и миграции Института социального анализа и прогнозирования РАНХиГС с 2000-х гг. проводит лонгитюдное исследование «Человек, семья, общество», один из сюжетов которого – отношение россиян к родительству. Результаты последней волны опроса, представленные в конце 2020 г.,

показали изменение доли бездетных россиян (в возрасте от 18 до 44 лет), которые не хотят обзаводиться детьми: в 2015 г. таких было 5 %, в 2017 – уже 10 %, а в 2020 г. доля добровольно бездетных достигла 22 % [1].

В рамках настоящего исследования проводится анализ демотиваторов, созданных представителями феномена чайлдфри, размещённых в социальной сети ВКонтакте на пространствах узко специализирующихся сообществ, где происходит коммуникация людей, выбирающих жизнь без детей. С августа по октябрь 2022 года нами был проведён контент-анализ материалов групп «Подслушано Чайлдфри», «Чайлдфри», «Чайлдфри по-русски», «Цитатник Чайлдфри» (около 200 демотиваторов, среди которых имеются примеры текстов конфликтного характера).

В рамках мониторинга многочисленных публикаций в соответствующих группах в социальных сетях были раскрыты гендерные особенности восприятия и отношения к чайлдфри. Проведенный анализ показал, что активнее о своей жизненной позиции нежелания иметь детей говорят именно женщины. Как показывает практика, именно женщины репродуктивного возраста, выбирающие добровольную бездетность, чаще всего подвергаются осуждению и давлению со стороны общества, их часто критикуют за отсутствие материнского инстинкта и потребности в продолжении рода.

Мониторинг социальных сетей показывает, что аккаунты участников добровольно бездетных групп чаще всего закрыты. Также они используют меры, чтобы затруднить идентификацию личной страницы в социальных сетях с индивидуом. Например, использование «фейковой» страницы. Причинами такого поведения является нежелание делиться личной информацией с посторонними. К тому же, в Интернете, на форумах идет настоящая война между добровольно бездетными и "детными". Стоит отметить, что существует форма разновидности добровольно осознанной бездетности – чайлдхейт (детоненавистники). Чаще всего они не просто пропагандируют бездетность, а крайне негативно настроены против детей и их родителей, к новорожденным и беременным женщинам, ведут споры, которые приводят к конфликтным ситуациям, пишут нелицеприятные комментарии и посты детного образа жизни и т. д. После чего у общества строится стереотипное мнение обо всех сторонниках бездетного образа жизни.

Для иллюстрации приведем несколько примеров характерной риторики с обоих "фронтов": «нас, бездетных, боготворить должны. Все эти овуляшки-свиноматки именно нам обязаны тем, что мы не производим на свет очередное мясо на без того перенаселенной планете» [2] «...несчастные рыдают в подушку по ночам, перелистывают в соцсетях фотографии чужих детей...» [3].

Зачастую демотиваторы – это распространённое явление в сегодняшнем Интернет-пространстве, поскольку они обладают поликодовостью [4, с. 114], иными словами, посредством органического сочетания «равноправных» текстовой и иконической части [5, с. 129] авторы таких текстов более отчётливо доносят мысль, «идею», «мнение» говорящего (адресанта) до воспринимающего (реципиента).

В нашем исследовании мы попробуем выявить виды демотиваторов с точки зрения целей воздействия на адресатов и используемые для этого приемы.

Вслед за подходом Касьяновой Ю.А. [6] демотиваторы по цели воздействия на индивида могут быть:

- альтернативные, содержащие иные варианты жизни без детей;
- предупреждающие демотиваторы, отражающие негативные процессы и последствия рождения детей;
- депривационные мотиваторы, направленные на формирование чувства неполноценности у людей, выбирающих жизнь с детьми;
- демотиваторы-«виноваторы», призванные вызвать чувство вины и ответственности за свой выбор, за детей;
- демотиваторы-демонстраторы элитарности, предназначенные на противопоставление своего образа жизни как более престижного;
- протестные демотиваторы, направленные на демонстрацию неприятия государственной политики.

Не вызывает сомнения тот факт, что ядерным компонентом мировоззрения рассматриваемой социальной группы является тема детей и родительства. Именно это находит своё выражение как в языковой, так и в невербальной частях демотиваторов добровольной бездетности. В связи с данным положением наиболее частотной вербальной составляющей таких материалов являются лексемы «ребёнок», «дети», «родители», «семья». Демотиваторы с целью демонстрации альтернативных вариантов («Дети? Семья? Вообще-то мне и одному неплохо...»). Предупреждающие демотиваторы общего негативного характера - «Дети будут обламывать тебя всю жизнь», «Первую половину жизни нам отравляют родители, вторую – дети» и т. д. Представители данного вида демотиваторов, эмоционально настраивают индивида на негативные последствия, связанные с рождением детей, вместе с тем в их высказываниях можно усмотреть, что дети приобретают роль актора, виновного в неудачах родителей.

Примечательно, что синонимами к лексеме «дети» в демотиваторах осознанной бездетности являются «цветы» (появившийся как следствие иронического обыгрывания знаменитой фразы «Дети – цветы жизни»), «зайки» (компонент поговорки «Дал бог зайку, даст и лужайку»), «третий» (вследствие осознания, что ребёнок – это третий лишний),

«чудо» (употребляемое в уничижительной форме). Животное и растение воспринимаются как представители в определенном смысле антагонистического человеку мира. И синонимизация детей с «цветами» и «зайками» свидетельствует о том, что в мировосприятии добровольно бездетных ребенок лишен личностной сущности и не равен взрослым. В связи с чем стремление завести детей вызвано желанием компенсировать собственную неполноценность. Цель – вызвать ощущение неполноценности и не-самодостаточности.

И даже если, лексемами выступают антонимы, обозначающие домашних животных, в частности, кошек (котёнок как ребёнок). Это обусловлено стремлением представителей данного феномена проявлять заботу о питомцах, которые, по мнению последователей данного образа жизни, представляются более привлекательными для проявления заботы. Ребенок требует гораздо больших жертв и ограничений, чем котенок или щенок. В оппозицию с названными вербальными единицами вступают такие слова, как «один», «настоящая любовь», «нормальные люди» («Для настоящей любви третий был бы лишним») и др. И это пример альтернативных демотиваторов.

Конфликтогенность текстов, созданных последователями рассматриваемого феномена, поддерживается также употреблением лексем с негативной оценочностью, что создаёт своеобразные ассоциативные поля. В качестве демонстрации негативных процессов и последствий рождения детей ребёнок сопрягается с потерей свободы, здоровья, фигуры, благосостояния («20 минут удовольствия... и 20 лет расплаты»), «лучший способ исковеркать себе жизнь навсегда»). Примечательно, что некоторые представили феномена в своих авторских материалах восходят к глобальным проблемам населения. В частности, деторождение они ассоциируют с угрозой перенаселения Земли («Это чудо – не правда ли? А потом это чудо вырастет и потратит все ресурсы планеты»), «Численность населения Земли – 6 706 993 152 человек. Неужели всё мало?»). Конфликтогенность демотиваторов бездетности достигается и путём прямого употребления сниженной лексики, потенциально оскорбляющей представителей лагеря «чужой». Здесь наблюдается прямое противопоставление бездетности как нормы жизни и родительства, традиционного понимания семьи как нечто омерзительного, выбивающегося из понятия нормальности.

Компонент когнитивной матрицы «чужой» репрезентируется также в демотиваторах добровольной бездетности посредством использования приёма риторического вопроса с целью перекалывания на человека, выбирающего детей, ответственности («А ты готова?», «Что выберешь ты?»), умолчания и языковой игры («Дети. Будущие инженеры, педагоги, врачи... убийцы, воры, проститутки...»), «Ребё-

нок укрепляет связь ... женщины к быту»). Зачастую авторы демотиваторов используют приём «обыгрывания» частотных фраз, которые слышат бездетные пары в свой адрес («Дети – это будущее», «Дети – это счастье», «Дети – цветы жизни» и т. д.). Результатом такого подхода к интерпретации данных высказываний становится обретение такими языковыми единицами, как «чудо», «счастье», «будущее» негативной окраски.

Отдельно отметим, что «стакан воды в старости» становится центральным образом, высмеивающимся в поликодовых конфликтогенных текстах осознанной бездетности, убеждённых в собственной полноценности в жизни. Данный факт находит своё отражение в репрезентации «одинокости старости», как явления, не имеющего негативных последствий. Яркий пример альтернативного демотиватора. Такой эффект достигается за счёт использования приёма сторителлинга в вербальном компоненте демотиватора («Это тоже чайлдфри. Она небогата, но завещала своё наследство патронажной службе. Теперь за ней будет ухаживать профессиональный медработник до самой смерти. А что выберешь ты?»). В целом, приём «рассказывания историй» является распространённым в демотиваторах чайлдфри. Эти истории намеренно обличают неудобство, наличие стресса, отсутствие денег, сил, покоя, тишины, возможностей для самореализации, как черт родителя (репрезентация компонента оппозиции «чужой»). И такой контент можно отнести к предупреждающим демотиваторам. В противовес таким историям авторами данного рода текстов предлагаются рассказы о счастливой жизни успешных бизнесменов, бездетных пар, прогуливающих вдоль берега моря, заботящихся о домашних питомцах и т. п. С одной стороны, это альтернативные демотиваторы, но в большей степени здесь демонстрируется претензия на элитарность («Стакан воды в старости кто подаст?» – «Бармен!»). Ведь бездетный мир – это мир элиты.

Анализ предупреждающих демотиваторов показал, что частотной лексемой в языковой части поликодовых текстов наряду с «ребёнок», «дети» является «беременность», «роды», производные от них и ассоциирующие с ними («Хочешь тройню? Попрощайся со своей сексуальностью», «Беременность – это незаконный захват чужой территории с последующей сдачей в пожизненное рабство» и т. д.).

Интересным, с нашей точки зрения, является приём диалога – своеобразного спора с демографической политикой страны. Например, материалы социальной рекламы, нацеленной на повышение уровня рождаемости («Они родились третьими»), стали обширным полем для создания демотиваторов («Бернард Шоу был чайлдфри. Негодными методами пользуетесь, демографы») – такую подпись породил плакат социальной рекламы, иллюстрирующий знаменитого человека, писателя и лауреата Нобелевской пре-

мии). Социальная реклама, ориентированная на широкие массы, направленная на прямые призывы к увеличению деторождаемости, не учитывающая различия в социальных слоях, вызывает у определенной категории населения обратную реакцию и раздражение и рождает протестные демотиваторы.

Протестные демотиваторы наиболее остро чувствуют шероховатости государственной политики, так как рационально понимают, что призывы к увеличению деторождаемости не ведет к решению демографических проблем. С их стороны вызывает раздражение, что такие призывы не способствуют возвращению активных индивидов способных принести пользу обществу, а лишь решают проблему с количественной точки зрения, тогда как качественно ситуация остается неизменной, ввиду нехватки ресурсов внутри семьи.

Конфликтотенность текстов поддерживается также посредством приёма взывания к авторитетности. В демотиваторах чайлдфри наблюдается широкое использование высказываний известных людей, в той или иной степени поддерживающих позиции необязательности продолжения рода, возможности выбора иных вариантов жизни, а следовательно, входящих в компонент «свой» («Семья способна заменить тебе всё. Так что, хорошо подумай, что тебе дороже – всё или семья»).

Невербальная часть демотиватора (не являющаяся случайной [5, с. 86]), призванная сделать мысль автора ещё более понятной для реципиента, в материалах чайлдфри может иметь различные функции: иллюстрировать вербальный компонент, вступать с текстом в оппозицию, быть мотивом к написанию подписи. В процессе анализа материалов из социальных сетей были обнаружены примеры каждой из разновидностей визуального компонента. Так, элемент когнитивной матрицы «свой» в демотиваторах репрезентируют изображения улыбающихся влюблённых пар, умиротворённых животных. Тогда как в противовес (для обозначения «чужого») используются изображения детей (как схематичные, так и реальные), беременных женщин,

женщин с детьми. Примечательно, что в рамках одного демотиватора могут содержаться полярные иллюстрации (ребёнок и котёнок как антитетичные образы, женщина с бумагами и мобильным телефоном и женщина с ребёнком на руках и т. п.). Такого рода материалы имеют прямо обозначенный конфликтотенный характер, поскольку одномоментно обличают представителей полюса «чужой» и превозносят партнёров по жизненным убеждениям (полюс «свой»). Этот приём дополняют детали изображения («свои» всегда в хорошем расположении духа, богатые, счастливые, улыбающиеся. «Чужие» зачастую транслируют негатив, отображаются в неприглядном виде, являются маргинальными слоями населения и т. д.). Однако отметим, что образ улыбающегося ребёнка и счастливой семьи становится объектом сарказма адресантов демотиваторов, что ещё больше подчёркивает конфликтную направленность такого рода материалов, призванных подорвать авторитет непреходящей ценности аксиологической системы человека.

Авторами осознанно подбираются изображения, транслирующие «пугающие» образы матерей, их изменившейся во время беременности фигуры, условия жизни многодетных и малообеспеченных семей. Наблюдаются и «крайности», например, в использовании фото голодающих темнокожих детей, беспризорников и т. п.

Таким образом, текстовая и иконическая часть чайлдфри-демотиваторов, имеющих деструктивное воздействие на реципиента, транслирует наличие оппозиционной матрицы «свой-чужой», где компонент «свой» намеренно иллюстрируется за счёт положительной семантики вербальных средств, взывания к авторитетному мнению. Представители полюса «чужой» оказываются объектами злой иронии (выражаемой прямо или имеющей имплицитную природу), обличения, что поддерживается словами, содержащими негативно-оценочную семантику или входящими в класс сниженной лексики, а также изображениями, транслирующими негативные эмоции.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Доля бездетных россиян, которые не хотят обзаводиться детьми, достигла 22% [Электронный ресурс] URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/243761147> (дата обращения 10.09.2021).
2. Четыре причины быть чайлдфри [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sunmag.me/column/20-10-2015-4-sereznykh-dovoda-v-polzu-chajldfri-s-kotorymi-trudno-posporit.html>
3. Тихомирова М. С. Соотношение вербальных и невербальных компонентов интернет-мема с кодовыми переключениями // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2019. – № 4 (91). – С. 113–121. DOI: 10.23859/1994-0637-2019-4-91-11.
4. Осознанная бездетность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.b17.ru/article/osoznannaya-bezdetnost/>

5. Злоказов К. В. Системно-функциональный семиотический подход к анализу поликодового текста: современное состояние и перспективы // Юрислингвистика. – 2018. – № 9–10. – С. 126–133.
6. Касьянова Ю.А. Типы демотиваторов в современном социальном дискурсе // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2013. № 2 (14). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tlc.kursksu.ru/pdf/014-007.pdf> (дата обращения: 10.09.2022).
7. Злоказов К. В. Психолого-лингвистический анализ трансформации смыслов вербальных и невербальных компонентов конфликтного поликодового текста экстремистской направленности в молодёжной среде / К. В. Злоказов, М.Н. Лату, Ю. Р. Тагильцева, М. Р. Бабикова // Психология человека в образовании. 2020. Т. 4. № 1. С. 66–75.
8. Лату М. Н. Частотно актуализируемые смысловые компоненты в мемах и демотиваторах, посвящённых самоизоляции // Научный диалог. – 2020. – № 12. – С. 85–98. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-12-85-98.
9. Махина Л. А. Высказывания с негативной оценочностью как элементы структуры и смысла конфликтных текстов // Litera. – 2016. – № 4. [Электронный ресурс]. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=20464 (дата обращения: 08.08.2022). DOI: 10.7256/2409-8698.2016.4.20464.

Информация об авторе

Гараева Эльнара Ильфатовна, к.с.н., старший преподаватель кафедры управления персоналом и социологии Уральского института управления филиала РАНХиГС.

E-mail: el.garaeva@bk.ru

Garayeva E.I.

LINGUISTIC AND VISUAL REPRESENTATION OF THE CATEGORY "FRIEND" IN CONFLICTOGENIC TEXTS OF DESTRUCTIVE IMPACT

Abstract. This article is intended to reveal the features of the implementation of the category "friend or foe" in demotivators distributed in social networks, created to highlight the philosophy of the social phenomenon of voluntary childlessness. As part of the work, the textual and iconic components of such materials are considered, and the importance of their combination for causing reflection in recipients is proved. The study is conducted on the basis of illustrative materials of the social network VKontakte, in particular those communities where communication is carried out by representatives of the childfree phenomenon. The paper shows by what verbal and non-verbal means the opposition "friend or foe" is broadcast, supporting the conflictogenic nature of the texts, designed to outline the principles of the childfree phenomenon.

On the Internet, on the forums there is a conflict between childfree and "children". Due to the fact that the phenomenon under study is relatively young and little studied, it is necessary to have a clear and adequate idea of the prevalence of this phenomenon in Russian society, including the analysis of textual and visual materials in social networks.

Keywords: conflict text, demotivator, childfree, verbal representation, visual aids.

The reported study was funded by the Russian Science Foundation, research project No. 22-18-20091

Literature

1. The share of childless Russians who do not want to have children has reached 22% [Electronic resource] URL: <https://news.myseldon.com/ru/news/index/243761147> (accessed 09/10/2021). Zlokazov K. V. Psychological and linguistic analysis of the transformation of meanings of verbal and nonverbal components of a conflictogenic polycode text of extremist orientation in the youth environment / K. V. Zlokazov, M.N. Latu, Yu. R. Tagiltseva, M. R. Babikova // Human psychology in education. 2020. Vol. 4. No. 1. pp. 66-75.
2. Four reasons to be a childfree [Electronic resource]. – Access mode: <https://sunmag.me/column/20-10-2015-4-sereznykh-dovoda-v-polzu-chajldfri-s-kotorymi-trudno-posporit.html>
3. Tikhomirova M. S. Correlation of verbal and nonverbal components of an Internet meme with code switches // Bulletin of Cherepovets State University. – 2019. – № 4 (91). – Pp. 113-121. DOI: 10.23859/1994-0637-2019-4-91-11.
4. Conscious childlessness [Electronic resource]. – Access mode: https://www.b17.ru/article/osoznannaya_bezdetnost/
5. Zlokazov K. V. System-functional semiotic approach to the analysis of a polycode text: current state and prospects // Jurislinguistics. - 2018. - No. 9-10. – pp. 126-133.

6. Kasyanova Yu.A. Types of demotivators in modern social discourse // Theory of language and intercultural communication. 2013. No. 2 (14). [Electronic resource]. – Access mode: <http://tlic.kursksu.ru/pdf/014-007.pdf> (date of application: 09/10/2022).
7. Latu M. N. Frequently actualized semantic components in memes and demotivators dedicated to self-isolation // Scientific Dialog. – 2020. – No. 12. – pp. 85-98. – DOI: 10.24224/2227-1295-2020-12-85-98.
8. Makhina L. A. Statements with negative evaluation as elements of the structure and meaning of conflictogenic texts // Litera. – 2016. – No. 4. [Electronic resource]. – URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=20464 (accessed: 08.08.2022). DOI: 10.7256/2409-8698.2016.4.20464.

Author

Garayeva Elnara Ilfatovna, PhD, Senior Lecturer of the Department of Personnel Management of the Ural Institute of Management of the RANEPa branch.

E-mail: el.garaeva@bk.ru