

Оригинальная статья

УДК 811.11

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2024-10-2-103-116>

Репрезентация образа научного руководителя в интернет-мемах

Наталья Валентиновна Степанова¹✉, Мария Сергеевна Сигаева²

^{1, 2}Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹✉nathalie.tresjolie@icloud.com, <https://orcid.org/0000-0002-0920-753X>

²mssigaeva@etu.ru

Введение. Цель статьи – рассмотреть репрезентацию образа научного руководителя в интернет-мемах, содержащих полимодальную метафору. Актуальность темы обусловлена возрастающим интересом междисциплинарного научного сообщества к изучению интернет-мема как социального, лингвистического, психологического феномена межличностной коммуникации. Научная новизна работы определяется тем, что до настоящего момента не предпринималось попыток исследовать репрезентацию академического сообщества с позиций теории концептуальной метафоры на материале интернет-мемов.

Методология и источники. Методологической базой исследования послужили работы лингвистов-когнитологов Дж. Лакоффа, М. Джонсона, Р. Докинза, В. Олдрич, Ч. Форсвилля, Б. Дансигер и Л. Ванделанотте. В статье определяются понятия визуальной метафоры и полимодальности, раскрывается роль полимодальной метафоры в интернет-дискурсе, выявляются особенности функционирования полимодальной метафоры. Материалом послужили интернет-мемы, в которых находят воплощение различные аспекты коммуникации в академической среде. В исследовании применяются прагмалингвистический, контекстуальный и семантический анализ, а также метод сплошной выборки.

Результаты и обсуждение. В работе были отобраны и проанализированы интернет-мемы, содержащие мультимодальную метафору, способствующую актуализации образа научного руководителя и иллюстрирующую отношения между аспирантами и их наставниками. Источниками мемов послужили сообщества “The Struggling Scientists”, “The Meming Phd”, “High impact PhD memes”. Для отбора материала был выполнен поиск, содержащий ключевые слова “scientific supervisor”, “Phd student”, “advisor”. При помощи выборки по ключевым словам было выделено 85 интернет-мемов, в которых обнаружены метафорические переносы указанных образов. На основе полученных данных было предложено 4 метафорических модели, наиболее ярко иллюстрирующих отношения между научным руководителем и студентом.

Заключение. Исследование показало, что полимодальная метафора является неотъемлемой частью современной интернет-коммуникации и представляет собой эффективный способ воздействия на адресата. Изученные метафорические модели отражают наиболее актуальные проблемы академического сообщества. Важной особенностью интернет-мемов является образность и иконичность, достигаемая использованием визуальной метафоры, которая акцентирует персуазивный характер медиа-

© Степанова Н. В., Сигаева М. С., 2024



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.

коммуникации. Метафорический потенциал интернет-мемов как семантико-семиотических единиц интернет-дискурса является перспективным направлением для дальнейшего изучения.

Ключевые слова: концептуальная метафора, интернет-мем, меметика, визуальная метафора, мультимодальность

Для цитирования: Степанова Н. В., Сигаева М. С. Репрезентация образа научного руководителя в интернет-мемах // ДИСКУРС. 2024. Т. 10, № 2. С. 103–116. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-2-103-116.

Original paper

Representation of a Scientific Supervisor in Internet-Memes

Nataliia V. Stepanova¹✉, Maria S. Sigaeva²

^{1, 2}Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia

¹✉nathalie.tresjolie@icloud.com, <https://orcid.org/0000-0002-0920-753X>

²mssigaeva@etu.ru

Introduction. The purpose article is to consider the representation of the image of a scientific supervisor based on Internet memes containing a multimodal metaphor. The relevance of the topic is due to the growing interest of the interdisciplinary scientific community in the study of the Internet meme as a social, linguistic, psychological phenomenon of interpersonal communication. The scientific novelty of the work is determined by the fact that until now there have been no attempts to study the representation of the academic community from the perspective of the theory of conceptual metaphor using the material of Internet memes.

Methodology and sources. The methodological basis of the study was the works of linguists and cognitive scientists J. Lakoff, M. Johnson, R. Dawkins, V. Aldrich, Ch. Forsville, B. Dancygier and L. Vandelanotte. The concept of visual metaphor and multimodality is defined, the role of multimodal metaphor in Internet discourse is described, the features of the functioning of multimodal metaphor are revealed. The material for the study was Internet memes representing various aspects of interaction in the academic environment. To systematize the units, a continuous sampling method was used, along with pragmalinguistic, contextual and semantic analysis.

Results and discussion. The Internet memes containing a multimodal metaphor that represents the image of a scientific supervisor and illustrates the relationship between graduate students and their mentors were found and analyzed in the paper. To select the material, a search containing the keywords “scientific supervisor”, “Phd student”, “advisor” was performed. The sources of the memes were the podcasts “The Struggling Scientists”, “The Meming Phd”, “High impact PhD memes”. By selecting keywords, 85 Internet memes were identified in which metaphorical transfers of the above images were found. Based on the data obtained, 4 metaphorical models that most clearly illustrate the relationships between the supervisor and the student were proposed.

Conclusion. The study showed that multimodal metaphor is an integral part of modern Internet communication and is an effective way of influencing the addressee. Internet memes representing the image of a scientific supervisor were analyzed and systematized; 4 metaphorical mappings (“Scientific supervisor is a loving/caring parent”, “Scientific supervisor is a Jedi”, “Scientific supervisor is a monster/maniac”, “Scientific supervisor is a bad boss”) are highlighted and described. It was revealed that the considered Internet

memes are characterized by the replacement of the verbal component with a non-verbal (graphic) one in the target domain or in the source domain. The studied metaphorical models reflect the most pressing problems of the academic community. The expressiveness of the metaphor used is achieved through the use of movie characters in the source domain or target domain. The metaphorical potential of Internet memes as semantic-semiotic units of Internet discourse is undoubtedly a promising area for further study.

Keywords: conceptual metaphor, Internet-meme, memetics, visual metaphor, multimodality

For citation: Stepanova, N.V. and Sigaeva, M.S. (2024), "Representation of a Scientific Supervisor in Internet-Memes", *DISCOURSE*, vol. 10, no. 2, pp. 103–116. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-2-103-116 (Russia).

Введение. Метафора представляет собой актуальную область исследований в лингвистике, философии, психологии, социологии. В 80-х гг. XX в. Дж. Лакофф и М. Джонсон провозгласили, что «большая часть нашей обыденной концептуальной системы по своей природе метафорична» [1, с. 25]. На сегодняшний день нет сомнений в том, что метафора используется не только как средство художественной изобразительности, но и является эффективным способом репрезентации мысли.

С момента выхода монографии «Метафоры, которыми мы живем» долгое время интерес ученых был сосредоточен главным образом на вербальном выражении когнитивной метафоры, обнаруживаемом в книжном, политическом и медийном дискурсе. Однако значительные изменения в коммуникации, вызванные цифровизацией и, как следствие, сменой парадигмы в межличностном общении, привнесли новые перспективы в использование метафорических переносов. Возможность мгновенной передачи сообщений, осознание ограниченности временного ресурса и возрастающая роль социокультурного контекста расширяют возможности концептуальной метафоры. Интернет-мемы, демотиваторы, стикеры и иные визуально-графические составляющие стали неотъемлемой частью интернет-дискурса, являясь одними из наиболее популярных способов для выражения отношения к происходящему в окружающем мире. Сегодня значительная часть коммуникации в Сети подразумевает обращение к визуальному компоненту.

Термин «мем» впервые был представлен в 1976 г. профессором Р. Докинзом в работе «Эгоистичный ген» и описан как «некая единица, способная передаваться от одного мозга к другому» [2, с. 161]. В процессе наблюдения за воспроизводимостью генетического материала Р. Докинз отметил, что схожее поведение присуще концептам культуры, таким как «мелодии, идеи, модные словечки и выражения» [2, с. 158]. Используя терминологический аппарат биологии, можно утверждать, что мемы, подобно живым организмам, способны изменять свою форму, свободно передаваться и при необходимости быстро адаптироваться к меняющимся условиям. Данный процесс прослеживается в интернет-пространстве в случае с популярными мемами, которые репрезентируют популярное в конкретный момент времени социальное явление, конфликт, происшествие. В условиях глобализации и мгновенного распространения новостей в Сети создание интернет-мема как реакции на событие занимает считанные минуты. Однако правильная интерпретация мема зависит от получения или наличия необходимых фоновых знаний у определенного сообщества. Современные исследования показали, что биологические аналогии лишь частично применимы к интернет-

мему в силу его относительной недолговечности и влияния человеческого фактора [3]. По утверждению Б. Дансигера и Л. Ванделанотте, «интернет-дискурс все более и более широко полагается на артефакты, сочетающие изобразительное и языковое изображения для выражения отношения к точке зрения» [3, p. 565]. «Интернет-мемы, в частности, имеют большой потенциал, с помощью которого можно расширить сферы применения когнитивной лингвистики и строительной грамматики для изучения их конструкционных и мульти-модальных свойств» [3, p. 566]. Проблема взаимоотношений в академической среде в условиях популяризации науки находит яркое выражение в интернет-дискурсе: тематические каналы в социальных сетях, подкасты для ученых (например, “The Struggling Scientists”) содержат обширный материал, отражающий наиболее актуальные вызовы и задачи, его большая часть представлена в виде интернет-мемов.

Методология и источники. Теоретико-методологическая база исследования представлена работами ученых-когнитивистов Дж. Лакоффа и М. Джонсона, Ч. Форсвилля, Б. Дансигера и Л. Ванделанотте. В монографии Дж. Лакоффа «Женщины, огонь и опасные вещи...» описано разграничение понятий «восприятие», «зрительный, ментальный и конвенциональный образ»: «Важно с самого начала разграничить восприятие и зрительные образы. Восприятие какой-либо картины объективной действительности чрезвычайно богато подробностями; каждая часть поля зрительного восприятия заполнена. Мы можем сконцентрировать наше восприятие на очень маленьких и трудно различимых деталях. Ментальные образы имеют иной характер. Они далеко не так подробны, как то, что находится в поле восприятия, и они не сохраняют полный диапазон воспринимаемых цветов. Не все поле мысленного восприятия является заполненным» [4, с. 574]. Образы, возникающие в человеческом разуме при прочтении или просмотре определенного содержания, часто представляют собой культурно-обусловленную картинку. Дж. Лакофф утверждает, что принадлежность к определенной культуре предполагает обладание обширным запасом конвенциональных богатых образов. В сознании американцев, скорее всего, возникнут образы Мэрилин Монро, Ричарда Никсона, лимузинов «Кадиллак» и статуи Свободы [4, с. 576]. Таким образом, интерпретация визуальной репрезентации тех или иных явлений может иметь разное воплощение, основываясь на разных прецедентных феноменах.

В статье “Image Metaphors” описывается еще один вид метафоры, который переносит условные ментальные образы на другие условные образы посредством их внутренней структуры, – метафоры-образы (Image Metaphors) [5, p. 219]. Работы Дж. Лакоффа и М. Джонсона в области концептуальной метафоры произвели революцию в когнитивной лингвистике и коренным образом изменили трактовку метафоры. Однако важно отметить, что Дж. Лакофф рассматривает метафорические проекции, представленные исключительно вербальными средствами, не анализируя метафору в визуальных изображениях.

За десятилетие до публикации монографии «Метафоры, которыми мы живем» философ языка В. Олдрич проводит анализ визуальной метафоры, обращаясь к словам П. Пикассо: «Мои скульптуры – это пластические метафоры. Здесь тот же принцип, что и в живописи» [6, p. 75]. Так скульптор и художник объясняет, почему он использует в своих скульптурах такие артефакты, как выброшенные корзины, трубки, вазы, детали велосипедов, вместо того, чтобы лепить свои формы из привычного материала, например гипса. По сути, его точка зрения за-

ключается в том, что метафора в эстетическом восприятии более заметна в композициях, где составляющими являются предметы, каждый из которых имеет независимую идентичность. Например, вместо того, чтобы лепить из гипса форму грудной клетки козла, на место ребер можно поставить плетеную корзину. Плетеная корзина, которую можно рассматривать как грудную клетку, и, наоборот, ребра как плетеная корзина представляют собой сложную метафору с двусторонним движением, согласно В. Олдричу [6, р. 75]. Его идеи не получили поддержки коллег и не были популярны вплоть до наступления новой эры цифровой коммуникации и междисциплинарности. Современные лингвисты, сфера научных интересов которых лежит в области когнитивистики и полимодальности, обращаются к идеям В. Олдрича в попытке переосмыслить роль визуальной метафоры.

Вопрос о ее когнитивной структуре представляется особенно важным с точки зрения лингвистики. Визуальная метафора в искусстве известна с древних времен, так же как метафора в литературе. Однако с развитием когнитивистики в научном сообществе появляются разные точки зрения на когнитивную составляющую визуальной метафоры. Д. Сериг рассматривает два основных подхода к ее определению, подчеркивая, что ответы на этот вопрос в литературе неизбежно плюралистичны и порой противоречивы. «Я представляю две полярные позиции в спектре возможностей: на одном конце спектра философ Вирджил Олдрич рассматривает все искусство как визуальную метафору. С другой стороны, психолог Кэти Дент устанавливает строгие правила относительно того, что представляет собой визуальная (например, изобразительная) метафора. Еще одной отличительной чертой определений визуальной метафоры является фокус восприятия: Олдрич рассматривает как создателя, так и зрителя изображения, в то время как К. Дент фокусируется на интерпретаторе, пытаясь создать изобразительные правила “грамматики” и, следовательно, изоморфизм с лингвистическими понятиями метафоры» [7, р. 232].

Интернет-мем представляет собой логичное продолжение традиции комикса, являющегося хорошим примером объединения графического изображения и текста. В отличие от комикса, мем может существовать и быть верно интерпретирован без текстовой составляющей, при наличии лишь визуального наполнения. Мемы представляют собой главным образом вторичные, т. е. пересмотренные эпизоды из существующих объектов. Клиповое мышление как основная характеристика современного общества является одной из главных причин столь быстрого развития данного феномена. Важным фактором популяризации мема как нового способа коммуникации представляется переход семантических конструкций или семантических шаблонов в семиотическое пространство [8, с. 117]. Б. Дансижер и Л. Ванделанотте подчеркивают, что в зависимости от структуры мема меняется роль вербальной и невербальной составляющих. В мемах вида “said no one ever” изображение – хотя оно и актуально и тесно интегрировано в настройку ментальных пространств мема – находится в меньшем фокусе. В то время как в мемах “when” без изображения просто не было бы мема (и, следовательно, не было бы смысла), а текст мема сам по себе стал бы неполным или даже грамматически неверным. В промежуточных случаях значения мемов с одним и тем же текстом могут быть полностью изменены посредством замены изображения с одного стандартного символа на другой; кроме того, образы выполняют различные существенные роли, не выраженные в языковой форме. Именно эти взаимодействия между языковыми и визуальными формами делают интернет-мемы в определенном смысле мультимодальными [3].

Перед тем как приступить к анализу интернет-мема в контексте мультимодального дискурса необходимо кратко описать существующие подходы к определению мультимодальности. По словам М. В. Загидуллиной, в российской коммуникативистике понятие «мультимодальность» относится к числу недостаточно проясненных терминов: в большинстве работ, где оно встречается, его значение выглядит синонимичным понятиям, выражающим множественность способов передачи сообщения (из которых самый распространенный вариант – «текст + изображение») [9, с. 181]. Несмотря на то, что понятие «мультимодальность» существует в разных науках, таких как философия, психология, медицина, подходы к определению данного концепта разнятся. В отечественной лингвистической традиции вместо термина «мультимодальность» часто используются термины «поликодовость», «полимодальность», «креолизация». Одной из причин, вероятно, является желание разграничить принадлежность термина, с одной стороны, к грамматической, с другой – к семантической категории языка. Ранее мультимодальная коммуникация подразумевала сочетание вербального сообщения с проксемикой и такесикой и являлась предметом конверсационного анализа. Развитие новых каналов коммуникации, таких как мгновенные сообщения, онлайн-чаты, блоги, способствовало появлению новых точек зрения на трактовку мультимодальности, актуализировав представление о мультимодальности как о мультимедийности, «если под “медиумом” понимать изображение, звук, текст» [9, с. 181].

Значительный вклад в описание мультимодальности в целом и визуальной модальности в частности внесли лингвисты Г. Кресс и Т. ван Леувен, по мнению которых все тексты мультимодальны, сообщение выражается не только средствами языка, но и с помощью визуального оформления знаков [10, р. 186]. В работах Г. Кресса и Т. ван Леувена описываются причины и процесс перехода от мономодальной действительности к мультимодальной, наблюдаемый во всех сферах науки и искусства. Мономодальность долгое время предполагала четкое разделение дисциплин, стилей письма. Наиболее ценные жанры письма (литературные романы, научные трактаты, официальные документы и отчеты и т. д.) создавались совершенно без иллюстраций и имели графически однородные, плотные страницы печати. Почти во всех картинах использовалась одна и та же основа (холст) и один и тот же материал (масло), независимо от их стиля и сюжета [11]. Здесь важно отметить, что мысль, выраженная лингвистами в XXI в., пересекается с идеями, выраженными философом языка В. Олдричем в статье, изданной в 1968 г. Пикассо, использовавший в своем творчестве артефакты, не относящиеся к искусству, создал первые прецеденты проявления мультимодальности в искусстве, которые в настоящее время уже не вызовут общественного резонанса. По словам Г. Кресса и Т. ван Леувена, специализированные теоретические дисциплины, цель которых состоит в описании сферы искусства, стали одинаково мономодальными: один язык говорит о языке (лингвистика), другой – об искусстве (история искусств), третий – о музыке (музыковедение) и так далее, каждый со своими методами, своими предположениями, своим техническим словарем, своими сильными сторонами и своими слепыми зонами [11].

Современные средства коммуникации и обмена информацией выдвигают мультимодальность на первое место. Графические изображения, стикеры, иллюстрации становятся привычным явлением не только в межличностном дискурсе, но и на страницах газет, брошюр, выпускаемых государственными учреждениями, и т. д. Согласно Крессу и ван Леувену, в эпоху

цифровизации различные модальности технически становятся одинаковыми на определенном уровне представления, человек может выбирать способ выражения (визуальный или вербальный, с помощью музыки или звука). Основной задачей при данном подходе становится утверждение семиотического (а не технического) элемента в интерпретации идеи [11]. Данная мысль может быть проиллюстрирована примерами из пространства медиадискурса: существующие технические средства позволяют создать рекламу, баннер, интернет-мем, совмещающие вербальные и невербальные составляющие, однако положительный результат, т. е. верная интерпретация и получение обратного отклика в форме реакции, на которую рассчитывал создатель вышеуказанной единицы, зависит от верного семиотического истолкования. Знание языка гарантирует верное понимание идеи, поскольку лингвистические конструкции, используемые в средствах массовой коммуникации в персуазивных целях, как правило, рассчитаны на базовую грамотность адресата. При этом отсутствие фоновых знаний или неверное понимание семиотической составляющей, скорее всего, приведет к получению отрицательного опыта при просмотре рекламы, мема и т. д. Так, основной задачей становится разработка и использование единой семиотической системы. Как утверждает Г. Кресс, именно эта задача в конце XX в. вдохновила лингвистов, занимающихся проблемами интерпретации знаков. «Все основные школы семиотики стремились разработать теоретическую основу, применимую ко всем семиотическим модусам: от народного костюма до поэзии, от дорожных знаков до классической музыки, от моды до театра» [11].

Совокупность лингвистического и визуального компонентов в определенном смысле делает интернет-мем мультимодальным [3]. Признавая точку зрения когнитивных лингвистов на то, что мультимодальность включает в себя наряду с языковым каналом жесты, взгляды, мимику, позы и, возможно, другие кинесические/зрительные каналы, Б. Дансигер и Л. Ванделанотте утверждают, что «другая мультимодальность, сфокусированная на изображении и тексте, нуждается в более подробном когнитивном анализе, учитывая повсеместное распространение современных форм общения, содержащих комбинации того и другого» [3, р. 567]. Специфика интернет-мема заключается в том, что, будучи однажды созданным в рамках определенной мультимодальной конструкции (например, мем *said no one ever*), в дальнейшем у него есть возможность положить начало новой лингвистической (мономодальной) конструкции, которая может быть использована в более стандартном контексте, таком как журналистика или реклама [3].

Мультимодальная природа рекламных плакатов, клипов, интернет-мемов представляет собой актуальную область исследований по причине высокой степени персуазивности. Голландский лингвист Ч. Форсвилль одним из первых дал определение мультимодальной метафоре, разделив при этом письменную речь, устную речь, визуальные эффекты, звук, музыку и жесты. Мультимодальную метафору Ч. Форсвилль, как и его коллеги, противопоставляет мономодальной, что подразумевает представление информации в одной модальности. «Становится все более очевидным, что многие метафоры не связаны с одним модусом/модальностью, а опираются на два или более модусов одновременно. Мономодальные метафоры – это метафоры, цель и источник которых представлены исключительно или преимущественно в одном режиме, тогда как мультимодальные метафоры – это метафоры, цель и источник которых представлены исключительно или преимущественно в разных модусах» [12]. Ч. Форсвилль утверждает: «Сходство между целью и источником в мономодальных метафо-

рах обусловлено сходством между ними; это сходство может принимать разные формы. Сходство между целью и источником в мультимодальной метафоре обусловлено сореференцией (например, улыбающийся орангутанг в сопровождении текста “Мона Лиза” на рекламном щите амстердамского зоопарка “Артис” дает понять, что орангутанг – это Мона Лиза)» [12]. Работы Ч. Форсвилля главным образом отражают функционирование мультимодальной метафоры в рекламных плакатах, которые по своей структуре и цели схожи с интернет-мемами.

Опираясь на проведенный обзор наиболее актуальных исследований на тему визуальной и мультимодальной метафоры, рассмотрим репрезентацию образа научного руководителя в интернет-мемах.

Результаты и обсуждение. Исследование интернет-мемов, репрезентирующих академическую среду, позволило отобрать 85 единиц, в которых была обнаружена мультимодальная метафора, демонстрирующая образ научного руководителя, а также отношения между руководителем и студентом (аспирантом). В результате когнитивного анализа были выявлены ключевые денотаты структуры-цели и структуры-источника. Репрезентации образов *phd supervisor*, *phd student*, обнаруженные в рассмотренных интернет-мемах, позволили выделить следующие метафорические проекции.

1. Научный руководитель – это любящий/заботливый родитель (рис. 1).

The advisor that we need



а

Advisor:
"Congrats,
you write
well."

Advisor: "I
expect you
to finish
your ms
soon."



б

Рис. 1. Научный руководитель – это любящий/заботливый родитель
Fig. 1. Scientific supervisor is a loving/caring parent

Данная метафора была использована в интервью газеты The Times, освещающем отношения между аспирантами и их наставниками. “According to one highly experienced supervisor, **good supervision is like good parenting**: you have to be “**tough and clear**”, as well as “**kind and generous**”” [13]. Аспирант ожидает от научного руководителя, как и от хорошего родителя, проявления таких качеств, как строгость в сочетании с ясностью (четким выражением мыслей), доброта и великодушие/щедрость (поддержка и готовность делиться знаниями).

В 10 интернет-мемах была обнаружена лингвистическая или визуальная составляющая (или обе), репрезентирующие данную метафорическую проекцию. На рис. 1, а изображен один из главных героев популярного мультфильма «Губка Боб Квадратные Штаны» (SpongeBob SquarePants) Патрик с камнем Роки (Rocky), которого он считает своим домашним питомцем [14]. Роки должен принять участие в забеге на скорость, но он, очевидно, никуда не двигается, несмотря на поддержку, оказываемую Патриком. Визуальное изображение Роки (структура-источник) является визуальной репрезентацией студента (структура-цель), который не предпринимает никаких действий в научной сфере, однако получает

позитивно подкрепленное сообщение от руководителя: *“It’s okay, Rocky. You go when you feel like it”*. Патрик является олицетворением идеального научного руководителя, который выражает заботу и поддержку. Визуальное изображение Патрика сопровождается лингвистической составляющей «Руководитель, который нам нужен» (*“The advisor that we need”*). Таким образом, данный интернет-мем содержит в себе два метафорических переноса. В одном случае структура-источник выражена визуально (Патрик), а структура-цель (*the advisor that we need*) – вербально. Вторая метафора (*Rocky is a student*) представляет собой полностью визуальную метафору, распознавание которой возможно исключительно благодаря наличию вербального определения изображения Патрика, без которого обе метафорические проекции потеряли бы смысл. Важно отметить, что большое количество интернет-мемов, где использованы образы героев данного мультфильма, неслучайно: некоторые исследователи полагают, что каждый персонаж представляет собой метафорическое изображение семи грехов, а сам город на дне океана, где они проживают, – репрезентацию общества [14, р. 23].

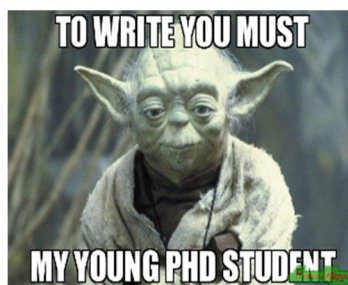
Характерной чертой данной группы мемов является визуальная репрезентация научного руководителя в образе требовательного, строгого, иногда усталого человека. Отсутствие в интернет-меме визуальной составляющей образа руководителя в половине единиц компенсируется вербальной составляющей в виде шаблонных вопросов и комментариев, которые студент может услышать от научного руководителя. Например: *“Advisor: You should publish 4 papers by the end of your PhD”*, *“PhD Advisor: You should be writing”*, *“Advisor: Do you know how to do it?”*, *“Advisor: Show me what you’re doing”*, *“Advisor: Congrats, you write well. I expect you to finish your ms soon”*, *“Advisor: Are you working on your manuscript”*, *“Advisor: Have you finished your PhD yet?”* [15*]. Аспирант, наоборот, представлен удивленным, растерянным, грустным героем, таким как Джо из популярного ситкома «Друзья», чей экранный образ имеет характерные выражения лица в неожиданных ситуациях (рис. 1, б).

2. Научный руководитель – джедай (рис. 2).

When I ask my advisor
if he knows the person
that's responsible for
all my PhD problems



а



б

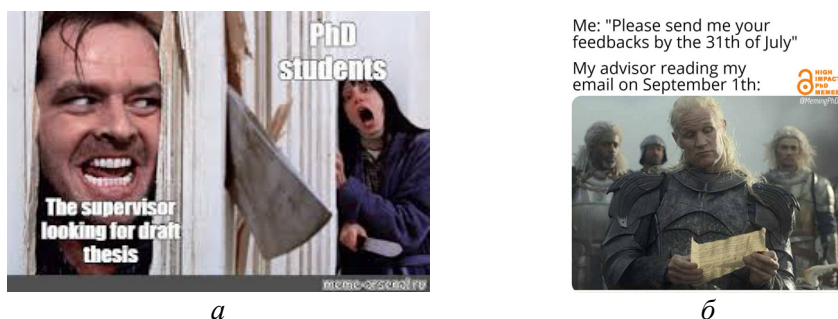
Рис. 2. Научный руководитель – джедай
Fig. 2. Scientific supervisor is a Jedi

Образ джедая, ключевого персонажа саги «Звездные войны», к характерным чертам которого относятся мудрость, справедливость, требовательность, был обнаружен в 5 примерах. В отличие от «родителя», «джедай» сам прошел по сложному пути, выдержав все испытания, лишь после этого он может стать наставником, так же как наставник не может руководить аспирантом, не имея научной степени. Рис. 2, а демонстрирует, что процесс обу-

*Facebook – социальная сеть, запрещенная на территории Российской Федерации. Принадлежит экстремистской организации.

чения включает в себя преодоление трудностей, часть из которых может быть создана самим научным руководителем. «Моя задача – учить вас, ваша – учиться. Вот и все» [16]. Для интернет-мемов, в которых обнаружена данная метафорическая проекция, характерно использование образов ключевых героев фильма в наиболее значимых сценах, где визуально прослеживаются их характерные черты. На рис. 2, б научный руководитель (структура-цель) представлен персонажем магистра Йоды (структура-источник), самого мудрого учителя джедаев, с помощью визуальной метафоры. В интернет-меме сохранен инверсионный порядок слов, характерный для речи героя в фильме. В данном интернет-меме присутствует скрытый метафорический перенос: визуальный образ «юного падавана», ученика джедая (структура-источник), соотносится с вербальным планом выражения. В отличие от рассмотренного примера, здесь определить структуру-цель (образ руководителя) представляется возможным благодаря обращению “*my young PhD student*” [15].

3. Научный руководитель – монстр/маньяк (рис. 3).



а
Рис. 3. Научный руководитель – монстр/маньяк
Fig. 3. Scientific supervisor is a monster/maniac

Часть рассмотренных интернет-мемов (26 примеров) демонстрируют сравнение научного руководителя с монстром или злодеем. Образ наставника в подобных примерах представлен легкоузнаваемыми героями из популярных фильмов или изображениями, призванными вызывать страх. На рис. 3, а визуальная метафора демонстрирует руководителя (структура-цель) с помощью образа Джека Торранса (структура-источник) из фильма «Сияние» [15]. Образ аспиранта репрезентируется разными визуальными образами, однако метафорический перенос легко считываем даже при отсутствии вербального указания на структуру-цель: в каждом из подобных примеров изображение структуры-источника представляет собой жертву маньяка в поисках укрытия. Попытка жертвы спастись и спрятаться от злодея является метафорическим переносом, выражающим желание аспиранта избежать включения в новые проекты, необходимости предоставлять результаты научной деятельности, что, согласно указанным примерам, станет неизбежным после встречи с наставником. Маниакальная склонность и желание убивать у кинозлодеев метафорически соотносится с настойчивым желанием научного руководителя начать разработку новой задачи, проверить проект диссертации и т. д.

Не менее страшными представляются поиски научного руководителя для получения консультации или отсутствие ответа от наставника. На рис. 3, б изображен герой сериала «Игра престолов», репрезентирующий образ научного руководителя, читающего 1 сентября послание от аспиранта с запросом ответа до 31 июля. Вербальное выражение “*Me*” имплицитно соотносит структуру-цель студента. “*Me: please, send me your feedbacks by the 31st of July. My advisor, reading my email on September 1st*” [15].

4. Научный руководитель – плохой начальник (рис. 4).

Me, a PhD candidate: "If the proposal I wrote gets accepted, which funding percent will I get?"

Advisor:



а



б

Me: I will finally submit the manuscript
The advisor:



в

Рис. 4. Научный руководитель – плохой начальник
Fig. 4. Scientific supervisor is a bad boss

Более 30 исследуемых мемов демонстрируют метафорическое изображение научного руководителя в образе плохого начальника, чьи характерные черты, основываясь на исследуемом материале, включают в себя: лень (*"Please, read it and send me your revisions – No"*), жадность (*"if the proposal I wrote gets accepted which funding percent will I get? – Zero. Zero's a percent"*), стремление присвоить заслуги аспиранта в случае успеха (*"I will finally submit a manuscript. – You will?"*) и, наоборот, инкриминировать ему вину за неудавшийся проект (*"When your advisor says your project makes no sense. – Hold on, this whole operation was your idea"*). Интернет-мемы, репрезентирующие метафору «научный руководитель – плохой начальник», схожи по структуре и сочетанию вербальных и невербальных элементов с метафорой «научный руководитель – монстр/маньяк». Более чем половина примеров представляют собой изображение двух героев популярных мультфильмов или сериалов (на рис. 4, а – герои сериала «Симпсоны», на рис. 4, б – герои сериала «Рик и Морти»). Необходимо отметить, что даже если бы в данных примерах отсутствовала вербальная составляющая, соотнесение структуры-источника и структуры-цели было бы очевидно благодаря визуальной метафоре. Рис. 4, в может быть успешно использован для репликации интернет-мема с измененным вербальным содержанием благодаря легко интерпретируемой графической составляющей.

Заключение. Проведенный анализ позволил выявить и описать 4 метафорических переноса, иллюстрирующих образы научного руководителя и аспиранта: *"Scientific supervisor is a loving/caring parent"*, *"Scientific supervisor is a Jedi"*, *"Scientific supervisor is a monster/maniac"*, *"Scientific supervisor is a bad boss"*. Несмотря на кажущееся противоречие в формулировках, при более глубоком когнитивном анализе обнаруживается, что данные характеристики могут являться неотъемлемыми частями одной и той же личности, проявляющимися в зависимости от внешних обстоятельств. Интернет-мемы, содержащие мультимодальную или визуальную метафору, способны репрезентировать рассматриваемые концепты и отношения между участниками коммуникации не менее, а возможно и более эффективно, чем мономодальные метафоры в вербальном дискурсе. Важной особенностью интернет-мемов является образность и иконичность, достигаемая с помощью использования визуальной метафоры, вследствие чего повышается персуазивность медиакommunikации. Отличительная черта полимодальной метафоры в медиадискурсе – возможность передать несколько метафорических переносов в рамках одного интернет-мема, что превращает

мом в эффективное средство воздействия на адресата. Дальнейшее изучение полимодальной метафоры в интернет-мемах, несомненно, будет способствовать расширению понимания данного явления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем / пер. с англ. А. Н. Баранова, А. В. Морозовой. М.: Едиториал УРСС, 2004.
2. Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н. Фоминой. М.: АСТ: CORPUS, 2013.
3. Dancygier B., Vandelandotte L. Internet memes as multimodal constructions // *Cognitive Linguistics*. 2017. Vol. 28, no. 3. P. 565–598. DOI: <https://doi.org/10.1515/cog-2017-0075>.
4. Лакофф Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: что категории языка говорят нам о мышлении / пер. с англ. И. Б. Шатуновского. М.: Языки славянской культуры, 2004.
5. Lakoff G. Image Metaphors // *Metaphor and Symbolic activity*. 1987. Vol. 2, iss. 3. P. 219–222.
6. Aldrich V. C. Visual Metaphor // *J. of Aesthetic Education*. 1968. Vol. 2, no. 1. P. 73–86. DOI: <https://doi.org/10.2307/3331241>.
7. Serig D. A Conceptual Structure of Visual Metaphor // *Studies in Art Education*. 2006. Vol. 47, no. 3. P. 229–247. DOI: 10.1080/00393541.2006.11650084.
8. Сигаева М. С. Концептуальная метафора в Интернет-мемах о науке // Актуальные проблемы языкознания: материалы XII межвуз. науч.-практ. конф. с междунар. уч., СПб., 17–18 апр. 2023 г. / СПбГЭТУ «ЛЭТИ». Санкт-Петербург, 2023. С. 115–121.
9. Загидуллина М. В. Мультимодальность: к вопросу о терминологической определенности // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. 2019. № 1 (31). С. 181–188.
10. Kress G., van Leeuwen T. *The Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout* // *Approaches to Media Discourse* / ed. by A. Bell, P. Garret. Oxford: Blackwell, 1998. P. 186–219.
11. Kress and van Leeuwen on Multimodality // *New Learning Online*. URL: <https://newlearningonline.com/literacies/chapter-8/kress-and-van-leeuwen-on-multimodality> (дата обращения: 24.12.2023).
12. Forceville Ch. *A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor*. 2013. // *ResearchGate*. URL: https://www.researchgate.net/publication/228992597_A_course_in_pictorial_and_multimodal_metaphor (дата обращения: 25.10.2023).
13. Parkins D. Me and my PhD supervisor: tales of love and loathing // *Times Higher Education*. 27.03.2014. URL: <https://www.timeshighereducation.com/features/me-and-my-phd-supervisor-tales-of-love-and-loathing/2012205.article> (дата обращения: 24.12.2023).
14. Tarr B. A., Brown T. J. Of Theory and Praxis: *SpongeBob SquarePants* and Contemporary Constructions of the American Dream // *American International J. of Contemporary Research*. 2013. Vol. 3, no. 11. P. 20–29.
15. High impact PhD memes // *Facebook*. URL: <https://www.facebook.com/MemingPhD?mibextid=LQQJ4d> (дата обращения: 24.12.2023).
16. Star Wars: Jedi Knight: Jedi Academy // *Fandom*. URL: https://starwars.fandom.com/ru/wiki/Star_Wars:_Jedi_Knight:_Jedi_Academy (дата обращения: 24.12.2023).

Информация об авторах.

Степанова Наталия Валентиновна – кандидат филологических наук (2014), доцент (2018), профессор кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: дискурсивный анализ, когнитивная лингвистика, стилистика, межкультурная коммуникация, теория перевода.

Сигаева Мария Сергеевна – аспирантка кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 7 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивные направления в лингвистике.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 05.01.2024; принята после рецензирования 01.02.2024; опубликована онлайн 23.04.2024.

REFERENCES

1. Lakoff, G. and Johnson, M. (2024), *Metaphors We live by*, Transl. by Baranov, A.N. and Morozova, A.V., Editorial URSS, Moscow, RUS.
2. Dawkins, R. (2013), *The selfish gene*, Transl. by Fomina, N., AST, CORPUS, Moscow, RUS.
3. Dancygier, B. and Vandelandotte, L. (2017), "Internet memes as multimodal constructions", *Cognitive Linguistics*, vol. 28, no. 3, pp. 565–598. DOI: <https://doi.org/10.1515/cog-2017-0075>.
4. Lakoff, G. (2004), *Women, fire, and dangerous things. What Categories Reveal about the Mind*, Transl. by Shatunovskii, I.B., Yazyki slavyanskoi kul'tury, Moscow, RUS.
5. Lakoff, G. (1987), "Image Metaphors", *Metaphor and Symbolic activity*, vol. 2, iss. 3, pp. 219–222.
6. Aldrich, V.C. (1968), "Visual Metaphor", *J. of Aesthetic Education*, vol. 2, no. 1, pp. 73–86. DOI: <https://doi.org/10.2307/3331241>.
7. Serig, D. (2006), "A Conceptual Structure of Visual Metaphor", *Studies in Art Education*, vol. 47, no. 3, pp. 229–247. DOI: 10.1080/00393541.2006.11650084.
8. Sigaeva, M.S. (2023), "Conceptual metaphor in Internet memes about science", *Aktual'nye problemy yazykoznaniya* [Current Problems of Linguistics], SPb., RUS, April 17–18, 2023, pp. 115–121.
9. Zagidullina, M.V. (2019), "Multimodality: to the question of terminological definition", *Sign: problem field in mediaeducation*, no. 1 (31), pp. 181–188.
10. Kress, G. and van Leeuwen, T. (1998), "The Front Pages: (The Critical) Analysis of Newspaper Layout", *Approaches to Media Discourse*, Bell, A. and Garret, P. (eds.), Blackwell, Oxford, UK, pp. 186–219.
11. "Kress and van Leeuwen on Multimodality", *New Learning Online*, available at: <https://newlearningonline.com/literacies/chapter-8/kress-and-van-leeuwen-on-multimodality> (accessed 24.12.2023).
12. Forceville, Ch. (2013), "A Course in Pictorial and Multimodal Metaphor", *ResearchGate*, available at: https://www.researchgate.net/publication/228992597_A_course_in_pictorial_and_multimodal_metaphor (accessed 25.10.2023).
13. Parkins, D. (2014), "Me and my PhD supervisor: tales of love and loathing", *Times Higher Education*, 27.03.2014, available at: <https://www.timeshighereducation.com/features/me-and-my-phd-supervisor-tales-of-love-and-loathing/2012205.article> (accessed 24.12.2023).
14. Tarr, B.A. and Brown, T.J. (2013), "Of Theory and Praxis: *SpongeBob SquarePants* and Contemporary Constructions of the American Dream", *American International J. of Contemporary Research*, vol. 3, no. 11, pp. 20–29.
15. "High impact PhD memes", *Facebook*, available at: <https://www.facebook.com/MemingPhD?mibextid=LQQJ4d> (accessed 24.12.2023).
16. "Star Wars: Jedi Knight: Jedi Academy", *Fandom*, available at: https://starwars.fandom.com/ru/wiki/Star_Wars:_Jedi_Knight:_Jedi_Academy (accessed 24.12.2023).

Information about the authors.

Nataliia V. Stepanova – Can. Sci. (Philology, 2014), Docent (2018), Professor at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of over 50 scientific publications. Area of

expertise: discourse analysis, cognitive linguistics, stylistics, intercultural (cross-cultural) communication, translation theory.

Maria S. Sigaeva – Postgraduate at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 7 scientific publications. Area of expertise: cognitive and discursive directions in linguistics.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 05.01.2024; adopted after review 01.02.2024; published online 23.04.2024.*