

«Говорящие не сообщают о своих намерениях открыто, и перед адресатами стоит трудная задача сделать вывод о том, что имеет в виду говорящий, исходя из его высказывания (открытой информации) и некоторых контекстуальных предположений (скрытой информации), необходимых для того, чтобы добиться верного и задуманного [автором] понимания» [Moeschler 2013: 85].

Мемы как высказывания особого рода можно исследовать и как объекты 'микропрагматики' [Car 2010], ориентированной на выявление и оценку иллокутивной силы конкретных речевых актов, так и в рамках 'макропрагматики', сфокусированной на конструировании серий речевых актов в конкретном дискурсе. Микропрагматика исследует процесс преобразования высказывания автора (говорящего) в интерпретацию адресатом (слушающим) [Wilson, Sperber 2012].

Согласно концепции 'демонстративно-логической коммуникации' [Sperber, Wilson 1986], говорящий (далее 'автор') с помощью высказывания передает смысл, прибегая к правильному и понятному для адресата лингвистическому кодированию в доступном и адекватном для понимания коммуникативного намерения автора контексте и одновременно демонстрируя адресату свидетельства своего коммуникативного намерения (напр., вербальные сигналы и жесты), на основании которых и с учетом контекста адресат делает вывод о коммуникативном и информативном намерениях автора: «Речевые акты производятся не в мозгу философа-одиночки, а в реальных ситуациях субъектами, которые что-то задумали» [Meu 2001: 93]. Следовательно, во-первых, «независимо от того, предполагает ли это использование языка или какого-либо другого кода или нет, человеческая коммуникация – это коммуникация, основанная на выводах» [Sperber, Wilson 2008: 87].

Во-вторых, автор стремится к созданию *релевантных высказываний* (значимых и уместных), которые потребуют от адресата как можно меньше когнитивных усилий для понимания и как можно больше когнитивных выгод для ориентации и действий. Иначе говоря, релевантное высказывание должно привлечь внимание адресата, побудить его к декодированию, активировать в памяти ассоциации и допущения и подтолкнуть его к умозаключениям, чтобы в итоге в картине мира адресата сформировались ментальные представления (смыслы), сходные с замыслом автора [Sperber, Wilson 2012].

Адресат оценивает свои версии авторского смысла в порядке уменьшения доступности до тех пор, пока не обнаружит *достаточно хорошую* (satisficing) интерпретацию (как суммарный смысл, включающий экспликутуру и импликации), которая, по его мнению, соответствует общекультурным и нерелефлексивным 'фоновым ожиданиям' [Garfinkel 1967] (а также конкретно-ситуативному 'общему основанию' [Stalnaker 1977] как разделяемым с автором бесспорным и достоверным знаниям и убеждениям) и оценивается как максимально релевантная [Sperber, Wilson 1986].

Участники коммуникации могут по взаимному согласию расширять 'общее основание' за счет экзистенциальных, фактических или оценочных *пресуппозиций* как *подразумеваемых* автором, само собой разумеющихся, уместных и неоспоримых с точки зрения автора смыслов и пропозиций, необходимых для осмысления его высказываний в конкретном тематическом контексте: «Пропозиция Р является прагматической пресуппозицией говорящего в данном контексте если говорящий предполагает или верит, что Р, предполагает или верит, что его адресат предполагает или верит в то, что Р, и предполагает или верит, что его адресат осознает, что он делает эти предположения, или имеет эти убеждения» [Stalnaker 1974: 473]. Явное или неявное согласие адресата с авторской пресуппозицией означает принятие ее безусловной истинности как пропозиции, по крайней мере, на время коммуникации по конкретной теме [Stalnaker 2002]. Автор добивается неявного согласия адресата, даже не предъявляя никаких прямых доводов: невысказанные пропозиции как

пресуппозиции выполняют функции скрытых посылок при *само собой разумеющихся истинных выводах*, которые адресат делает автоматически и якобы самостоятельно (энтимемы) [Macagno, Damele 2013].

Для коммуникативного побуждения адресата к нужному решению автор может неявно и бездоказательно опираться на *презюпции* как якобы рациональные послылки, бесспорная *правильность* которых обеспечивается 'разумной вероятностью', 'общепринятым опытом' или особыми юридическими нормами [Witek 2021]: «Презюпции помогают [автору] продвинуть диалог дальше, когда не хватает знаний, перекладывая бремя доказывания на другую сторону [на адресата], которая может отвергнуть спорное утверждение, только представив противоположные аргументы или положительные факты, приводящие к противоположному выводу. Если это утверждение не опровергнуто, его можно считать предварительно доказанным и продолжить диалог» [Rescher 2006: 33].

Поскольку успешность демонстративно-логической коммуникации оценивается степенью совпадения умозаключений (декодирований и выводов) и реакций (действий) адресата с намерениями и смыслами автора в контексте 'общего основания', которое включает в себя социокультурные фоновые ожидания (включая презюпции), и пополняется новыми пресуппозициями, то далее мы рассмотрим подзадачи интерпретации, которые на фоне ожиданий относительно *коммуникативной значимости* реализуются параллельно и по мере развития высказывания пересматриваются и уточняются [Sperber, Wilsons 2012].

Во-первых, адресат декодирует *семантику* предложение как лингвистической конструкции с учетом контекстных допущений (пресуппозиций, презюпций, коннотаций), устанавливая референции и устраняя неоднозначности. Более того, помимо лингвистического значения, адресат обнаруживает *текстовые импликации* (text entailment) как результат дедукции по формуле «предложение p влечет за собой предложение q, если истинность q по смыслу вытекает из истинности p; текст T влечет за собой текст H, если у любого адресата текста T обычно есть основания из пропозиции, выраженной текстом T, вывести пропозицию, выраженную текстом H» [Panther 2022], то есть из истинности текста T следует истинность текста H.

Результат лингвистического декодирования предложения – это концептуальная структура, элементы которой – *концепты* – ассоциируются с конкретными лексемами как компонентами предложения. Концепт можно рассматривать как ярлык архива, который содержит знания, убеждения, стереотипы и воспоминания о референте. При декодировании концепта адресат в той или иной степени использует для умозаключений те компоненты архива, которые считает уместными в актуальном контексте: «Разные контексты побуждают к разным вариантам выбора, и разные индивиды могут выбирать по-разному даже в одном и том же контексте» [Ariel 2002: 1007]. Кроме того, адресат обнаруживает в лексемах социокультурные коннотации: эмоциональные, оценочные, стилистические, культурно-исторические, эстетические, регистровые и социальные.

Во-вторых, адресат модулирует предложение как концептуальную схему до пропозиции с конкретной истинностной ценностью «истина – ложь» и вырабатывает *экспликаатуры* как первичные авторские смыслы высказывания («сказанное автором»).

В-третьих, адресат выводит посредством умозаключения *импликатуры* как подразумеваемые авторские смыслы высказывания. Условно, импликатуры делятся на умышленные сильные (очевидные для разных адресатов), непредусмотренные слабые и надуманные адресатом (wise-guy interpretations) [Ariel 2008]: «Чем слабее импликатура, тем слабее ответственность говорящего за ее правдивость, вплоть до того момента, когда импликатура полностью исчезает и ответственность за используемые предположения и сделанные заключения ложится исключительно на слушающего» [Wilson, Sperber 1986: 253]. Убедительность этого 'правдоподобного отрицания' [Lee, Pinker 2010] достигает максимума,

когда автор прибегает к *инсинуации* как форме косвенной коммуникации.

*«Весь смысл инсинуации в том, что аудитория должна подозревать, но не более чем подозревать, о намерении, например, сформировать или обнародовать определенное убеждение. Намерение, которое человек имеет при инсинуации, по сути, не подлежит признанию» [Strawson 1964: 454].*

*Инсинуация* как риторический прием – это побуждение адресата к неосознанному приписыванию ‘мишени’ (третьему субъекту) нежелательных качеств, исходя из беспристрастных асертивных высказываний (или серии высказываний) собеседника (автора) о социальном поведении ‘мишени’. По сути дела, автор дает адресату несколько контекстных предпосылок, которые направляют его рассуждения, интерпретацию и умозаключения.

С одной стороны, автор (инсинуатор) скрывает от адресата подстрекательские намерения и априори снимает с себя ответственность за самостоятельные выводы адресата. С другой стороны, адресат верит в объективность автора и одновременно уже сомневается в искренности ‘мишени’, поэтому склонен к абдукции как умозаключению от частного наблюдения (сообщения автора о поведении ‘мишени’) к гипотетической причине (злонамеренность ‘мишени’). Даже если пропозиции автора соответствуют реальности, адресат выводит имплицатуры-причины, которые подтверждают (оправдывают) его предубежденность. Таким образом, инсинуация – это не голословное обвинение ‘мишени’ со стороны автора, а спровоцированные автором необоснованные подозрения адресата по отношению к ‘мишени’, ответственность за которые автор отрицает (как и за обычные ‘слабые импликации’) [Bertuccelli Papi 2014]. Иначе говоря, инсинуация – не обман, а введение в заблуждение: «Инсинуация – это неявное намеренное негативное приписывание, будь то истинное или ложное, обычно в форме имплицатуры, которое понимается как обвинение в адрес того, кто, по большей части, не присутствует при обсуждении... Это [вербальная или невербальная стратегия] стратегия для ситуаций, [когда] открытая критика рассматривается говорящим как недалёковидная или неуместная» [Bell 1997: 36]. В результате инсинуация порождает у адресата обвинительную «имплицатуру с возможностью опровержения» (implicature with deniability [Camp 2018]): «Весь смысл инсинуации в том, что аудитория должна подозревать, но не более чем подозревать, намерение [инсинуатора], напр., передать или [даже] внушить какое-то убеждение [адресату]» [Strawson 1964: 454].

Решающими факторами эффективности инсинуации являются способность автора ‘прочитать’ настроения и намерения адресата, предрасположенность адресата к подозрительности и доверчивости одновременно, а также (не)желание адресата распознать умысел автора. В некоторых ситуациях это просто игра: «Даже в высшей степени прозрачные инсинуации все же допускают некоторую возможность их отрицания [автором с молчаливого согласия адресата]» [Camp 2018: 48].

Инсинуацию можно рассматривать как особый иллокутивный акт, а именно, ‘провоцирующий расплывчатый асертив’, автор которого маскирует замысленный директив под очевидный асертив, но адресат в контексте своей *жизненной ситуации* в поисках максимально релевантного смысла реагирует именно на скрытый директив, побуждающий к размышлениям и умозаключениям. Опасаясь конфликта, автор прибегает к техникам ‘стратегического разговора’ [Lee, Pinker 2010] с помощью ‘расплывчатых высказываний’ [Blume, Board 2013], изначально обеспечивая себе ‘правдоподобное отрицание’ (plausible deniability) [Dominguez Armas, Soria Ruiz 2021].

*«Двусмысленная коммуникация – это уловка своего рода, а скорее рациональный метод, используемый коммуникаторами для достижения множества целей [в беспокойной обстановке]» [Eisenberg 1984: 238-239].*

Социальная коммуникация состоит из 'иллокутивных актов' [Austin 1962] как демонстраций семиотических репрезентаций, ориентированных на сообщение намерений автора по отношению к адресату. Это выражение знаний, убеждений и ценностей (ассертивы), эмоций (экспрессивы), побуждение к действию (директивы), принятие на себя обязательства (комиссивы) и изменение статуса (декларативы). Предполагается, что каждый из иллокутивных актов в той или иной степени достигает *иллокутивный эффект*, который фиксируется (в самом общем виде) как изменение знаний, эмоционального состояния и поведения адресата.

В разных и одновременных 'иллокутивных играх' [Witek 2015] автор осуществляет разные иллокутивные акты с разными перлокутивными эффектами для разных адресатов ('иллокутивный релятивизм') [Johnson 2023]. Соответственно, в открытом полилоге автор может одновременно совершать разные иллокутивные акты, ориентированные на разных адресатов, и наоборот, в диалоге с глазу на глаз автор может одновременно совершать множество разных иллокутивных актов, ориентированные на одного единственного адресата ('иллокутивный плюрализм') [Lewiński 2021]). Одно из проявлений - умышленный 'собачий свисток' (dog-whistle) [Saul 2018] как высказывание, которое допускает две правдоподобные (релевантные) интерпретации, одна из которых предназначена для тех, 'кто в курсе', а другая - для всех остальных. Эта 'изворотливая эпистемология' (dodgy epistemics) [Fricker 2012] гарантирует автору и адресату хоть какую-то свободу действий в границах допустимых интерпретаций взаимных иллокутивных намерений и выраженных смыслов, а соответствующая 'иллокутивная дипломатия' (illocutionary diplomacy [Lewiński 2021]) позволяет избежать риска возможного конфликта из-за взаимных обвинений в нарушении обязательств.

*«Понимание сложного визуального, юмористического, лингвистического текста, состоящего как из оригинальных, так и из стоковых изображений, - рискованное занятие. Точная интерпретация мемов и того, как они функционируют, ещё более сложна... Без знания истории и поп-культуры мемы бывает трудно перевести»* [Barton, Stein, Church 2020: 18].

Мем создается и модифицируется в цифровом дискурсе как коллективный и многозначный медиапродукт, который осмысливается аудиторией в контексте общих и ситуативных допущений посредством декодирований и умозаключений.

В демонстративно-логической коммуникации в качестве объектов рассматриваются только *вербальные высказывания* (и серии высказываний), что существенно сужает область ее применения, поскольку в цифровой культуре соучастия (по всей видимости) доминируют мультимодальные, а как минимум вербально-визуальные медиапродукты, наиболее полным воплощением которых являются мемы, ориентированные на решение разных коммуникативных задач, или достижение разных перлокутивных (?) эффектов.

Однако далеко не все мемы включают в себя предложения на естественном языке, что ставит вопрос о том, каким образом пропозиции выражаются в мемах. Более того, непонятно, что может быть аналогом экспликации в преимущественно визуальных арт-мемах. Возникает вопрос, что является в мемах основой для выведения импликатур при отсутствии определенности с пропозициями и экспликациями? По всей видимости, эти вопросы можно решить лишь с опорой на 'ментальные репрезентации' [Sperber, Wilson 1998] и в контексте 'мультимодального дискурсивного анализа' [Jewitt 2015].

К счастью, *исток* изначальной и неустранимой *многозначности* любого мема очевиден - это *интертекстуальность*.

*Интертекстуальность* - это множество явных (прямых) или неявных (косвенных), внешних (ссылаются на 'старый' текст/нарратив/медиапродукт/ и/или внутренних (встроены в 'новый текст'/нарратив/медиапродукт), содержательных и/или формальных связей

‘нового’ текста/ нарратива/медиапродукта со ‘старыми’ текстами/нарративами/медиапродуктами, которые увеличивают количество коннотаций и импликатур ‘нового’ текста/нарратива/медиапродукта.

Интертекстуальность мемов является следствием мультимодальности и результатом бриколажа [Wagener 2021].

Мультимодальность понимается как «совместное присутствие и взаимная увязка в тексте [или медиапродукте] в целом нескольких семиотических модусов» [Stöckl 2011]. Для производства мемов используются популярные артефакты (нарративы, афоризмы, персонажи, символы...), медиапродукты (девизы, логотипы, мелодии, гифки...) и другие мемы (мемоплексы, мемокомпоненты, меморативы...) из мемокультуры (мультимодального социолекта?) сообщества, на которое ориентируется мемодел [Zanette, Blikstein, Visconti 2019]. Эти компоненты из разных семиотических систем соположением в одном поле восприятия, и, согласно теории ‘интеграции информации’ [Anderson 1971], воспринимаются и оцениваются адресатом одновременно, в результате чего единичные смыслы и впечатления сливаются в мем как многослойный узел явных ссылок и косвенных аллюзий в совокупности с разнообразными коннотациями, импликациями и инсинуациями, что гарантирует автору (мемоделу) ‘иллокутивный плюрализм’ [Lewiński 2021].

Массовая мемогенерация значительно ускорила и расширила процессы ‘ресемиотизации’ [Iedema 2003; O’Halloran 2021] (интерсемиотического перевода) как переосмысления в публичном дискурсе продуктов из разных семиотических систем за счет реконтекстуализации и ремикса: «Культура постоянно переводит одни знаки в другие, одни дефиниции в другие, слова в ‘иконы’, ‘иконы’ в наглядные знаки, наглядные знаки в новые дефиниции, новые дефиниции в пропозициональные функции, пропозициональные функции в иллюстрирующие предложения и т.д. Так она предлагает своим членам непрерывную цепочку культурных единиц, составляющих другие культурные единицы и, таким образом, переводит и объясняет их» [Eco 1979: 71]. Массовая ресемиотизация формирует многомерное пространство, в котором смыслы могут составлять целостные комплексы или ассоциироваться друг с другом внутри иерархических таксономий (напр., как гипертексты с гиперссылками) [O’Halloran 2021].

Изначальная мультимодальность мемов предполагает наличие у медиа-юзеров специфических когнитивно-коммуникативных навыков.

Во-первых, это способность выражать более или менее целостный мессидж (мотивирующую идею), ориентированный на достижение конкретного перлокутивного эффекта, за счет умелого отбора и ремикса семиотических элементов.

Во-вторых, это способность синтезировать – декодировать и выводить – совокупный смысл мема из экспликатур, импликатур и ситуативных допущений (пресуппозиций, презумпций и т.п.) в актуальном социокультурном и новостном контексте из бриколажа разнородных семиотических единиц.

В-третьих, это способность встраивать мемы как ‘постцифровые высказывания’ [Jandric et al 2018] в публичный *интердискурс*, в котором сняты ограничения на стили и жанры [Garric, Longhi 2013].

Таким образом, мем из медиажанра – занимательной картинки на актуальную тему вроде второсортной карикатуры – превратился в медиаформат, который гарантирует любому контенту внимание медиа-юзеров с перспективой дальнейшей вирализации.