

Евграфова Ю.А.<sup>1)</sup>, Максименко О.И.<sup>2)</sup>

**ЛИНГВОСЕМИОТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭКРАННЫХ  
ТЕКСТОВ: НЕПОДВИЖНАЯ ПОДВИЖНОСТЬ  
(НА ПРИМЕРЕ ТИКТОК)<sup>©</sup>**

<sup>1)</sup>Национальный исследовательский университет «МЭИ»,  
Россия, Москва, уи.evgrafova@mail.ru,

<sup>2)</sup>Московский государственный областной университет,  
Россия, Москва, maxbel7@yandex.ru

*Аннотация.* Объектом настоящего исследования являются лингвосемиотические особенности экранных текстов TikTok. Предмет данного исследования составляет семиотический принцип неподвижной подвижности. Цель данной работы – проанализировать лингвосемиотические особенности функционирования экранных текстов TikTok по принципу неподвижной подвижности в семиосфере. Лингвосемиотические методы, используемые в работе, – функционально-прагматический и контекстуальный анализ. В результате делается вывод, что принцип неподвижной подвижности приводится в действие в экранных текстах TikTok благодаря операциям «связывание» и «закрепление» смысла. Основной итог исследования состоит в том, что в экранных текстах TikTok невозможно провести четкую границу между «связанным» и «свободным», поскольку они взаимозависимы и взаимосвязаны.

*Ключевые слова:* лингвосемиотика; семиотика; гетерогенный текст; экранный текст; TikTok; поликодовый; полимодальный.

Получена: 17.03.2022

Принята к печати: 18.07.2022

**Evgrafova Y.A.<sup>1)</sup>, Maksimenko O.I.<sup>2)</sup>**  
**Linguasemiotic features of screen texts:  
still mobility (case study of TikTok)<sup>©</sup>**

<sup>1)</sup> National Research University “Moscow Power Engineering Institute”,  
Russia, Moscow, yu.evgrafova@mail.ru,  
<sup>2)</sup> Moscow Region State University,  
Russia, Moscow, maxbel7@yandex.ru

*Abstract.* The object of this study is linguasemiotic features of TikTok screen texts. The subject of this study is the semiotic principle of still mobility. The purpose of this paper is to analyze the linguasemiotic features of TikTok screen texts functioning according to the principle of still mobility in the semiosphere. The linguasemiotic methods used in the work are functional-pragmatic and contextual analysis. As a result, it is concluded that the principle of still mobility is activated in TikTok screen texts through the operations of “linking” and “fixation” of meaning. The main outcome of the study is that in TikTok screen texts it is impossible to draw a clear line between “bound” and “free”, as these two phenomena are interdependent and interconnected.

*Keywords:* linguasemiotics; semiotics; heterogeneous text; screen text; TikTok; polycode; polymodal.

Received: 17.03.2022

Accepted: 18.07.2022

## **Введение**

В современном мире в условиях пандемии COVID-19 основным, а иногда, в случаях строгого карантина, и единственным средством передачи информации становятся тексты, реализуемые на экране в виде мультимедийной продукции, как, например, телетексты (новостные программы и телевизионные передачи) и видеотексты (публикации YouTube, Instagram, TikTok и пр.). Данный факт обосновывает актуальность исследования особенностей экранных текстов, в частности социальной сети TikTok.

Экранные тексты сети Интернет исследуются лингвистами в различных аспектах. Рассматриваются их восприятие и понимание [Лебедева, Веселовская, Купрещенко, 2020; Гончарова, Дергачева, 2020], роль в создании образа политических лидеров [Уайханова, Ергалиева, Асанбаева, 2020; Цонева, 2020], поэтика [Прожико,

2020; Куницына, 2021; Познин, 2020; Костина, 2020], жанровость и место в новой информационной парадигме [Гейченко, 2021; Ромакина, 2020], экранные тексты сети Интернет исследуются с позиции репрезентации в них концептов и культуры [Мясникова, 2021; Павлюк, Дубинец, 2021]. Экранные тексты TikTok остаются неисследованной областью.

В данной работе ставится цель проследить особенности проявления принципа неподвижной подвижности в экранных текстах TikTok и его влияние на их функционирование в семиосфере. Для достижения поставленной цели ставится задача рассмотреть процесс порождения значений и смыслов, происходящий в экранных текстах TikTok, с применением следующих методов: наблюдение, обобщение, интерпретация результатов наблюдения, анализ, синтез, а также функционально-прагматический и контекстуальный анализ для выявления вербально невыраженных имплицитных смыслов. Материалом исследования является аудиовизуальный «продукт», созданный на онлайн-платформе TikTok, предельная форма экранного текста – поликодово-полимодальные тексты.

### **Экранный текст как семиотическая система**

Экранный текст – это текст, созданный при помощи современных аудиовизуальных технологий, состоящий из гетерогенных элементов: изображения, звука, движения. В экранном тексте фрагмент реальности фиксируется «языком» экранности, разноплановые единицы которого при воспроизведении текста на экране составляют его экранную «речь».

Экранный текст может принимать различные формы – от текстовых смс-сообщений до кинофильмов, т.е. может быть как гомогенным, монокодово-мономодальным, так и гетерогенным, поликодово-полимодальным.

Предельная форма экранного текста понимается нами как «техно-сенсорное единство, поддающееся перцептивному восприятию при помощи различных модальностей (каналов восприятия информации), сочетающее аудиальные и визуальные семиотические средства и передающееся проецированием на экран. В нем обнаруживается синкетическое единство движущегося изображения, фонетического звука (речь), шумов, музыкального

сопровождения и письма (вступительные титры, субтитры и т.п.)» [Евграфова, 2020, с. 44].

Экранные тексты, будучи сегментом экранной культуры, оказываются помещенными в некое семиотическое пространство – семиосферу, благодаря взаимодействию с которой они могут существовать и функционировать. Каждый отдельный экранный текст представляет собой семиотическую систему, обладающую теми же характеристиками, что и семиосфера, частью которой он является. Эти характеристики:

- 1) множественность, под которой подразумевается разнообразие используемых семиотических средств, а также постоянное обновление кодов;
- 2) неоднородность, которая определяется «гетерогенностью и гетерофункциональностью» используемых в экранных текстах единиц [Лотман, 2014];
- 3) динамичность: экранные тексты находятся не в статическом, а в подвижном, динамическом состоянии; они могут «умирать» и вновь возрождаться, быть устаревшими, сделаться современными или даже профетически указывающими на будущее [там же];
- 4) асимметрия – выражение, воспроизведение некоторого фрагмента реальности средствами «языка» экранности – «семиотически асимметричным языком, т.е. языком, единицы которого не имеют взаимно однозначных смысловых соответствий» [там же].

Экранные тексты, опубликованные на онлайн-платформе TikTok, запечатлевают обыденную реальность при помощи слова, музыки и действия. Любая публикация в TikTok – это изображение в движении, которое дополняется аудиальным – в виде наложенной на изображение звуковой дорожки – и языковыми кодами – подписью, хэштегами, монологом или диалогом участников публикации. Так, экранный текст TikTok как семиотическая система, помимо перечисленных выше, обладает рядом других качеств. Прежде всего, он является открытой системой, разнородность единиц которой обеспечивает неизбыточность текста и потому непредсказуемость его интерпретации. Особенность экранных текстов TikTok заключается в том, что в них авторы пытаются воссоздать нестабильность и многообразие реальной жизни, передать свой опыт и правдоподобно организовать событийное поле текста, т.е. в

них проявляется психологический стимул, состоящий из неоднозначности реальной жизни, опыта, а также правдоподобия. К нему добавляется и эстетический стимул, задействующий эмоции и воображение адресата текста.

Все перечисленные выше характеристики экранного текста TikTok как семиотической системы позволяют ему функционировать внутри семиосферы по принципу неподвижной подвижности, о которой речь пойдет дальше.

### **Неподвижная подвижность и особенности смыслопорождения в экранных текстах TikTok**

Принцип неподвижной подвижности текстов TikTok непосредственно связан с особенностями формирования значений и смыслов в гетерогенных экранных текстах.

Рассмотрим некоторые примеры. В публикации «*This is how I stay motivated & not quit my job*» (*Вот как я сохраняю мотивацию и не бросаю работу*)<sup>1</sup>) девушка в деловом костюме сидит в машине и слушает песню Sarai Soto «*You better work b\*tch*» [*This is how...*]. На каждую строчку песни она кивает головой, чуть не плача: *You wanna pay your bills? / You wanna pay rent? / You wanna get Starbucks? / You better work b\*tch! / You wanna get groceries? / You wanna feed your cats? / You better work b\*tch!* (*Хочешь оплачивать счета? / Хочешь платить за квартиру? / Хочешь покупать кофе в Старбакс? / Иди работай, с\*\*а! / Хочешь покупать продукты? / Хочешь кормить своих кошек? / Иди работай, с\*\*а!*).

Похожая публикация есть и у других пользователей, например у @richadwivedi673 под названием «*Me trying to motivate myself to get to work*» (*Это я, пытаюсь мотивировать себя поехать на работу*). Девушка в деловом костюме сидит в машине и с грустным видом слушает ту же песню, закрывая глаза и кивая в знак согласия на каждой строчке [*Me trying to ...*]. Немного иначе выстроена публикация «*Me convincing myself to go back to work during my lunch break*» (*Это я, убеждаю себя вернуться на работу после обеденного перерыва*) у пользователя @thiccsuits. Там мо-

---

<sup>1</sup> Здесь и далее перевод наш. – Ю. Е.

лодой человек слушает опять ту же песню, но уже не в машине, а в комнате персонала во время обеда [Me convincing myself to...].

В экранной «речи» всех трех публикаций языковое сообщение легко отделимо от визуального и аудиального – на изображение наложена одна и та же песня, вписанная в диегетическое пространство. На немом диалоге с исполнительницей выстраивается вся логика повествования: она им «задает» мотивационный вопрос, они с ним «соглашаются». Помимо языкового сообщения в текстах содержится и изображение в движении: 1) девушка чуть не плачет, кивает [This is how...], 2) девушка с грустным видом кивает головой, как будто разговаривает сама с собой, рассуждает [Me trying to...], 3) молодой человек подпевает песне, убеждая себя пойти работать после обеда [Me convincing myself to...]. Весь трагизм ситуации подчеркивается динамичной и ритмичной мелодией песни.

Все три публикации воспроизводят один и тот же фрагмент объективной реальности – жизнь взрослого человека, который вынужден через силу работать, и передают один и тот же смысл – «надо работать, чтобы себя обеспечивать». Для понимания данных текстов требуется только знание языкового кода – английского языка. Визуальный и аудиальный коды его поддерживают и дополняют, вызывая у зрителя определенные реакции, основанные на его собственных убеждениях и представлениях. В данных экранных текстах содержится «денотативное» аудиовизуальное сообщение с устойчивым смыслом.

По данной тематике и с данной песней на момент написания статьи было создано 112,7 тыс. публикаций. Сюжет и закрепленный в нем смысл многократно повторяются и воспроизводятся при помощи алгоритмов TikTok. Так экранные тексты TikTok передают закрепленный смысл через устоявшуюся форму и приобретают неподвижность. Однако при многократном воспроизведении сюжета разными пользователями в устоявшуюся структуру вносятся некоторые изменения, которые, не меняя исходного смысла, добавляют новые оттенки и расширяют его, что делает их неподвижность подвижной.

Тем не менее так происходит не всегда. В некоторых публикациях TikTok изначально заложен «подвижный» смысл. Например, в тексте «С наступающим 2023 м!» пользователя @maxlogmax

[С наступающим...]. В нем семейная пара любуется елкой, рядом стоят мандарины. Муж хочет взять один. Между супругами происходит диалог, который наложен на изображение как субтитры: *Жена: Это на Новый год! / Муж: Почему? / Жена: Ешь пока икру! / Муж: Хорошо... Муж начинает есть черную икру столовой ложкой.* Разговор продолжается. *Муж: А сколько до нового года? Жена: Немного. 214 дней. Июнь уже.* Под публикацией есть подписи: *С наступающим 2023 м!* и хэштеги *#нетрогайэтонановыйгод, #вияИлида*. На протяжении всего текста звучит песня Э. Хиля «Жила зима в избушке».

Разберём данный экранный текст более подробно. Его экранная «речь» многослойна. В ней содержится письменное языковое сообщение – субтитры, визуальные знаки, музыка, мимика и внешний вид участников видео. Каждая единица несет свое значение и смысл. Начнем с внешнего вида актеров, которые являются же и авторами публикации. Из хэштега мы знаем, что их зовут Витя и Лида. Витя и Лида носят одинаковые клетчатые рубашки и большие очки в толстой роговой оправе. У них обоих «светлый», немного «юродивый» взгляд. Их образ ассоциируется с образом советского ученого, по-детски наивного, рассеянного и доброго. По мере разворачивания экранной «речи» становится понятно, что эти двое ждут Нового года (наряженная елка, мандарины на тарелке). Витя хочет съесть мандарины, Лида не разрешает, потому что они «на Новый год» и предлагает съесть вместо них икру. В данном отрезке экранной «речи» содержится сразу несколько значимых единиц: 1) наряженная елка и мандарины – символы Нового года и праздничного новогоднего стола россиянина, 2) фраза *Это на Новый год*, отсылающая к сформировавшемуся за советское время поведению (не есть специально купленные к празднику продукты), 3) значок Деда Мороза на рубашке Вити – символ Нового года; 4) «поедание черной икры столовой ложкой» – стереотипное представление о России, в которой столько черной икры, что русские едят ее ложками, в данном случае, чтобы сберечь мандарины к празднику, что еще больше подчеркивает всю нелепость ситуации. Далее при просмотре из диалога становится понятно, что Новый год на самом деле не так уж и скоро, через 214 дней, а диегетическое время – июнь, начало лета, что также отсылает к привычке ждать любимого праздника. Новогоднее настроение соз-

дается в тексте еще и при помощи аудиального кода – песни Э. Хиля, вышедшей в 1971 г.

Совокупность всех этих значений создает общий смысл текста, противоположный исходному языковому сообщению: «Новый год не скоро, но мы (русские) ждем его с лета». Используемые коды – языковой, визуальный, кинетический и аудиальный – многократно его расширяют, добавляя разнообразные оттенки, «универсальные» для каждого отдельного зрителя в определенный момент просмотра. Это делает смысл текста подвижным.

Однако необходимо отметить, что «универсальный» смысл передается в данном тексте через единицы экранной «речи», обладающие «презумпцией семиотичности» (термин Ю.М. Лотмана), т.е. через устоявшиеся в русской семиосфере символы и ассоциации, связанные с празднованием встречи Нового года, описанные выше, без знания которых невозможно полное понимание текста. Таким образом, подвижность (бесконечный семиозис) в данном случае ограничивается неподвижными структурами – устоявшимися значениями.

### **Дискуссия**

Приведенные выше примеры показывают, что в экранных текстах TikTok образование смысла происходит двумя разными путями – закреплением и связыванием. В первом случае вербальные единицы напрямую именуют демонстрируемое на экране (нечелание работать), во втором – дополняют его смысл (ирония в том, что праздник совсем не скоро). Подобная разница в формировании смысла объясняется тем, что в публикации про то, как люди заставляют себя работать, аудиовизуальное сообщение «буквально», а в публикации про Новый год – символично.

При закреплении вербальные единицы позволяют идентифицировать отдельные элементы изображения в движении как единый образ и дать ему имя, смысл изображаемого объясняется реципиенту. Это делает его семиотическую систему неподвижной. При связывании вербальные единицы направляют не саму идентификацию, а процесс интерпретации экранного текста, связывая все заложенные в него сообщения, в изображаемое добавляется

новый смысл. Это делает семиотическую систему экранного текста подвижной.

### **Заключение**

Экранный текст как семиотическая система никогда не может быть только подвижным или только неподвижным. В нем сочетаются эти два механизма.

Экранный текст создается при помощи «языка» экранности, коды и базисные элементы которого управляют действиями по презентации реальности на экране и которые воспроизводятся в каждом отдельном экранном тексте заново в форме экранной «речи». В этом повторении проявляется неподвижность семиотической системы экранного текста. Множественность, неоднородность, динамичность и асимметрия экранных текстов способствуют тому, что при воплощении фиксированного «языка» экранности в экранной «речи» рождаются новые смыслы из уже устоявшихся сочетаний аудиовизуальных единиц, т.е. являются проявлением подвижности семиотической системы экранного текста.

В экранных текстах TikTok нет четкого разграничения «связанного» (неподвижного) и «свободного» (подвижного). «Связанное» имеет в себе «свободное», поскольку экранная «речь» каждого отдельного текста ведет к бесконечному семиозису, а в «свободном» обнаруживается «связанное», поскольку бесконечный семиозис имеет предел и зависит от специфической организации аффектов и представлений, которые повторяются у адресатов текста. Тем не менее в качестве основного механизма порождения подвижности в экранных текстах можно выделить «упаковывание» смыслов в так называемую семиотическую «матрешку» (термин Ю.А. Евграфовой), при котором информационная плотность кадра выстраивается за счет встраивания кодов один в другой, что позволяет транслировать имплицитную информацию для направления потока сознания реципиента в нужном русле, а также с целью эстетического воздействия.

## **Список литературы**

- Гейченко С.А.* Изменение жанровой природы информационных объектов в современных медиа и новые парадигмы потребления контента // Заметки ученого. – 2021. – № 12, ч. 2. – С. 117–122.
- Гончарова М.А., Дергачева А.С.* Способы реализации стратегии привлечения внимания в «инстаграме» (на примере блогов по продаже одежды) // Поволжский педагогический вестник. – 2020. – Т. 8, № 2 (27). – С. 17–23.
- Евграфова Ю.А.* Лингвосемиотика экрана: моделирование реальности в экранных текстах (на материале текстов кино, телевидения и сети Интернет) : дис. ... д-ра филол. наук. – Москва, 2020. – 503 с.
- Костина Л.С.* Язык и выразительные средства подачи телевизионной информации // Молодой ученый. – 2020. – № 52 (342). – С. 135–139.
- Куницына Н.В.* Семиотика культуры в контексте интернет-коммуникаций // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2021. – Т. 1, № 4 (36). – С. 122–129.
- Лебедева М.Ю., Веселовская Т.С., Купреценко О.Ф.* Особенности восприятия и понимания цифровых текстов: междисциплинарный взгляд // Перспективы науки и образования. – 2020. – № 4 (46). – С. 74–98.
- Лотман Ю.М.* Внутри мыслящих миров. – Москва : Азбука, 2014. – 416 с.
- Лотман Ю.М.* Семиотика кино и проблемы киноэстетики // Лотман Ю.М. Об искусстве. – Санкт-Петербург : Искусство–СПб, 2005. – 704 с.
- Мясникова М.А.* Жизнь регионов в экранном воплощении: «раскодирование» территории // Вопросы журналистики. – 2021. – № 9. – С. 96–116.
- Павлюк Т.П., Дубинец З.А.* Особенности концептуализации понятия «карантин» в современном интернет-фольклоре // Филология и человек. – 2021. – № 3. – С. 145–157.
- Познин В.Ф.* Экранная документалистика: эстетика и этика // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика. – 2020. – № 3. – С. 117–125.
- Прожко Г.С.* От экранного документа – к поэтическому образу. Превращение смысла // Вестник ВГИК. – 2020. – Т. 12, № 4 (46). – С. 8–19.
- Ромакина М.А.* Мультимедийные «простейшие»: синемография в СМИ и блогах 2010-х гг. // Вопросы теории и практики журналистики. – 2020. – Т. 9, № 2. – С. 247–263.
- С наступающим 2023 м! // @maxlogmax: [TikTok]. [06.01.2022]. – URL: <https://vm.tiktok.com/ZSe4C2x4q/> (дата обращения: 20.01.2022).
- Уайханова М.А., Ергалиева С.Ж., Асанбаева Е.Б.* Политический интернет-комментарий как объект лингвокультурологического исследования // Передовое развитие современной науки как драйвер роста экономики и социальной сферы : сб. ст. Всерос. науч.-практ. конф. – Петрозаводск : Международный центр научного партнерства «Новая наука», 2020. – С. 19–23.

Цонева Л.М. Ономастическая игра в медиаобразе Ангелы Меркель // Уральский филологический вестник. Сер. : Язык. Система. Личность : Лингвистика креатива. – 2020. – № 2. – С. 199–206.

Me convincing myself to go back to work during my lunch break // @thiccsuits: [TikTok]. [11.17.2021]. – URL: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CDHwx/> (дата обращения: 20.01.2022).

Me trying to motivate myself to get to work // @richadwivedi673: [TikTok]. [9.12.2021]. – URL: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CYHwu/> (дата обращения: 20.01.2022).

This is how I stay motivated & not quit my job. This is me driving to work convincing myself not to quit // @miachelii: [TikTok]. [08.12.2021]. – URL: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CYaEU/> (дата обращения: 20.01.2022).

## References

- Gejchenko, S.A. (2021). Izmenenie zhanrovoj prirody informacionnyh ob#ektov v sovremennoy media i novye paradigmy potrebleniya kontenta. *Zametki uchjonogo*, 12–2, 117–122.
- Goncharova, M.A., Dergacheva A.S. (2020). Sposoby realizacii strategii privlechenija vnimanija v “instagrame” (na primere blogov po prodazhe odezhdy). *Povelzhskij pedagogicheskij vestnik*, 8–2(27), 17–23.
- Evgrafova, Ju.A. (2020). Lingvosemiotika jekrana: modelirovanie real’nosti v jekrannyy tekstah (na materiale tekstov kino, televidenija i seti Internet). (Doctoral dissertation). Moscow.
- Kostina, L.S. (2020). Jazyk i vyrazitel’nye sredstva podachi televizionnoj informacii. *Molodoj uchenyj*, 52(342), 135–139.
- Kunicyna, N.V. (2021). Semiotika kul’tury v kontekste internet-kommunikacii. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishheva*, 1–4(36), 122–129.
- Lebedeva, M.Ju., Veselovskaja, T.S., Kupreshhenko, O.F. (2020). Osobennosti vosprijatija i ponimaniya cifrovych tekstov: mezhdisciplinarnyj vzglijad. *Perspektivy nauki i obrazovanija*, 4(46), 74–98.
- Lotman, Ju.M. (2014). *Vnutri mysljashhih mirov*. Moscow: Azbuka.
- Lotman, Ju.M. (2005). Semiotika kino i problemy kinojestetiki. *Ob iskusstve*. Saint-Petersburg: Iskusstvo-SPB.
- Mjasnikova, M.A. (2021). Zhizn’ regionov v jekrannom voploschenii: “raskodirovaniie” territorij. *Voprosy zhurnalistikii*, 9, 96–116.
- Pavluk, T.P., Dubinec, Z.A. (2021). Osobennosti konceptualizacii ponjatija “karantin” v sovremennom internet-fol’klore. *Filologija i chelovek*, 3, 145–157.
- Poznin, V.F. (2020). Jekrannaja dokumentalistika: jestetika i jetika. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Filologija. Zhurnalistika*, 3, 117–125.
- Prozhiko, G.S. (2020). Ot jekrannogo dokumenta – k pojetichestskomu obrazu. Prevraschenie smysla. *Vestnik VGIK*, 12–4(46), 8–19.

- Romakina, M.A. (2020). Mul'timedijnye "prostejshie": sinemagrafija v SMI i blogah 2010-h gg. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 9(2), 247–263.
- S nastupajushhim 2023 m// @maxlogmax: [TikTok]. Retrieved from: <https://vm.tiktok.com/ZSe4C2x4q/>
- Uajhanova, M.A., Ergalieva, S.Zh., Asanbaeva, E.B. (2020). Politicheskij internet-komentarrij kak obekt lingvokul'turologicheskogo issledovanija. In: Peredovoe razvitiye sovremennoj nauki kak drajver rosta jekonomiki i social'noj sfery (pp. 19–23).
- Coneva, L.M. (2020). Onomasticheskaja igra v mediaobraze Angely Merkel'. *Ural'skij filologicheskiy vestnik. Ser.: Jazyk. Sistema. Lichnost': Lingvistika kreativa*, 2, 199–206.
- Me convincing myself to go back to work during my lunch break // @thicccscuits: [TikTok]. Retrieved from: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CDHwx/>
- Me trying to motivate myself to get to work // @richadwivedi673: [TikTok]. Retrieved from: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CYHwu/>
- This is how I stay motivated & not quit my job. This is me driving to work convincing myself not to quit // @miachelii: [TikTok]. Retrieved from: <https://vm.tiktok.com/ZSe4CYaEU/>