

УДК 81

DOI: 10.18384/2310-712X-2020-5-86-101

ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК МЕДИАТЕКСТ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Изгаршева А. В.

*Московский государственный областной университет
141014, Московская обл., г. Мытищи, ул. Веры Волошиной, д. 24, Российская
Федерация*

Аннотация.

Цель статьи – комплексное описание интернет-мема как полимодального текста, отражающего социальные и политические события, национально-культурные особенности интернет-аудитории.

Процедура и методы. Задача выявить основные факторы, так или иначе влияющие на популярность некоторых интернет-мемов, выполняется при помощи лингвистического, лингвокультурологического и когнитивного анализа примеров, представленных на материале русского, английского и немецкого языков.

Результаты. Эмоциональность, юмористическая направленность, медийность, интертекстуальность, а также полимодальность выявлены в статье в качестве основных признаков интернет-мема, которые играют немаловажную роль при его лингвистической интерпретации.

Теоретическая и практическая значимость изучения статуса интернет-мема в науке о языке реализуются посредством раскрытия его лингвопрагматического потенциала, что подробно сформулировано в тексте работы.

Ключевые слова: интернет-мем, медиатекст, интернет-пространство, креолизованный текст, интертекстуальность, киберфольклор

THE INTERNET MEME AS MEDIA TEXT: LINGUISTIC ASPECT

A. Izgarsheva

*Moscow Region State University
24 ulitsa Very Voloshinoy, Mytishchi 141014, Moscow Region, Russian Federation*

Abstract.

Aim. The article is devoted to the description of a new type of media text as one of the main units of network communication – the Internet meme. The main purpose of the article is a comprehensive description of the Internet meme as a multimodal text that reflects social and political events, national and cultural features of the Internet audience life.

Methodology. The identification of the main factors determining the popularity of some Internet memes is performed using linguistic, linguoculturological and cognitive analysis of examples presented in Russian, English and German.

Results. Emotionality, humour, media orientation, intertextuality, as well as polymodality are identified as the main features of the Internet meme. These characteristics play an important role in the linguistic interpretation of these texts.

Research implications. The practical importance and theoretical value of studying the status of the Internet meme in the science of language is realized through the disclosure of its linguistic and pragmatic potential, which is formulated in details in the text of the article.

Keywords: internet meme, media text, internet space, creolized text, intertextuality, cyber folklore

Введение

Интернет-мем относится именно к таким явлениям интернет-коммуникации, которые требуют комплексного и системного описания, подробного и структурного объяснения, поскольку этот уникальный интернет-феномен в последнее время всё активнее и плотнее заполняет современное коммуникативное медиа-пространство.

Синтетическая природа интернет-мема обуславливается потребностью в современном способе общения: механизмы функционирования интернет-мема как культурно-языкового явления отличаются от традиционных поликодовых текстов. Термин «мем» (англ. “meme”, аббревиатура от “mimeme”) восходит к греческому слову “mimesis” (пер. букв. «имитация») и впервые появляется в 1967 г. в научно-популярной книге английского биолога Ричарда Докинза «Эгоистичный ген»¹, где учёный обозначает данным понятием «единицу культурной информации» и считает, что, как биологическая информация состоит из генов, точно так же культурная информация состоит из мемов. Докинз полагает, что данные культурные единицы передаются от человека к человеку путём копирования или имитации,

проводя при этом аналогию с теориями Ч. Дарвина. По мнению исследователя, дарвинизм трансформируется в универсальный метод, позволяющий вскрыть механизмы культурной эволюции. В итоге «мемом» следует считать «культурный репликатор», отвечающий за культурную трансмиссию. В качестве примеров мемов Р. Докинз приводит культурные особенности той или иной нации, музыку, ментальные образы мышления, крылатые слова, образцы национальной одежды, архитектурные аспекты, песни, элементы фольклора, а также религиозные особенности – всё то, что синтезируется в культуре, передаётся от поколения к поколению и «имитируется» в своём облики [15, p. 122].

В широком смысле интернет-мем понимается как единица информации, которая свободно передвигается в интернете [14]. С точки зрения теории коммуникации данное явление определяется в первую очередь как средство общения [9]. Некоторые исследователи считают интернет-мем речевым жанром [2; 13], а исследователь Н. Г. Марченко предполагает в своих работах, что интернет-мем является «хранилищем культурных кодов сетевого сообщества» [8]. Лингвист С. В. Канашина справедливо утверждает, что интернет-мем представляет собой «особый вид полимодального дис-

¹ См.: Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н. Фоминой. М.: АСТ: CORPUS, 2013. 501 с.

курса в интернет-коммуникации» [3]. Также автор в своей статье «Что такое интернет-мем?» обобщает все изложенные выше точки зрения и выводит «универсальную», «общую» трактовку данного явления: «стереотипное, устоявшееся понимание интернет-мема широкой публикой предполагает именно единицы интернет-коммуникации, сочетающие текст и картинку в квадратной рамке» [4]. Данное определение, безусловно, очень узко и не отражает полной картины понятия, однако, с другой стороны, позволяет заключить, что интернет-мем всё-таки можно считать текстом.

Целью данной статьи следует считать системное описание феномена интернет-мема как креолизованного медиатекста в современном культурном интернет-пространстве на базе примеров из трёх языковых культур – русской, немецкой и английской.

Для достижения вышеставленной цели выдвигаются следующие задачи:

выявить особенности данного интернет-феномена как текста, реализуемого в медиапространстве;

описать основные этапы формирования меметических интернет-текстов;

вскрыть предпосылки популярности интернет-мемов и определить факторы, влияющие на процесс их распространения;

провести лингвистический анализ вербальных и графических компонентов приводимых в пример интернет-мемов.

Теоретическая значимость данного исследования заключается в представлении уникальности интернет-мема как креолизованного текста: собранный теоретический материал и резуль-

таты его анализа способны внести существенные дополнения в общую теорию дискурса и текста, в частности в раздел креолизованного текста, а также в современную теорию медиакоммуникаций.

Практическая ценность настоящей статьи состоит в обосновании позиции, что интернет-мем как креолизованный медиатекст, содержащий в своей структуре как невербальный, так и вербальный (текстовый) элементы, следует считать таким же, наряду с традиционными источниками, своеобразным способом обогащения разговорного языка, в первую очередь посредством создания новых лексем, переосмысления некоторых уже существующих, а также использования некоторых стилистических приёмов для оказания нужного коммуникативно-воздействующего эффекта на пользователя. Кроме того, возможность применения полученных результатов исследования на практике (например, в курсе дисциплин «Лингвистика текста», «Теория текста») также подчёркивает важность проведённого анализа.

В исследовании помимо общенаучных методов (описание, сопоставление, сравнительный анализ) применялись следующие методы, позволяющие проанализировать медиа-феномен, опираясь на его языковую структуру:

метод контент-анализа;

метод дискурс-анализа;

метод критической лингвистики;

метод когнитивного анализа;

метод лингвокультурологического анализа.

В данной работе интернет-мем рассматривается прежде всего как явление медиа-коммуникации с позиции лингвистического аспекта.

К вопросу о медийной природе интернет-мема

До сих пор не существует никакого однозначного комплексного подхода для описания и осмысления феномена интернет-мема. Однако по аналогии с «культурным геном» следует признать, что главное качество этого явления состоит в его вирусности и повторяемости, заключающихся в максимальной приближённости интернет-мема к первоисточнику. Текстовая информация в интернет-меме сжата, компактна и проста для восприятия, воспроизводства и последующего распространения путём создания новых подобных интернет-мемов, его визуальный образ привлекателен и сразу же усваивается реципиентом, позволяет быстро и чётко «считать» суть и информацию, закодированную в нём. Исследователь С. А. Шомова приводит в пример другой медиа-термин для интернет-мема – «штрихкод для подсознания» – «отличная метафора для тех специфических функциональных качеств мема, которые позволяют ... рассматривать данный феномен не только в структуре культурного пространства, но и в контексте бессознательного» [12, с. 12]. Сообщение меметического содержания воздействует на подсознательном уровне, когда человек до конца не понимает, что именно его смешит в меме, сердит или раздражает, пока он сам не осознает переносимый мемом «месседж» или не вытеснит из сознания содержание мема тем или иным способом [11].

В свою очередь, техническая платформа «интернет» представляет собой основу для виртуальной коммуникации, что и характеризует интернет как коммуникационное, состоящее из

медийных конститuentов пространство – так называемое киберпространство, «медиум, в котором существуют элементы различных транснациональных сообществ, место, где люди встречаются, общаются и делают разные вещи» [16, S. 27]. Всемирная сеть «интернет» как медийное пространство помимо своих технических и коммуникационных основ имеет и ещё одну составляющую – её социальные компоненты; интернет – не только виртуальное, но и социальное пространство, в основу обозначения которого легло создание социальных сетей и различных платформ для обмена сообщениями. Следовательно, объект настоящего исследования – интернет-мем, реализуемый в киберпространстве, – предлагается понимать как особого рода креолизованный медиатекст, обладающий определённой символической характеристикой, приписываемой ему создавшей его аудиторией. Т. Е. Савицкая предлагает трактовать интернет-мем в узком специфическом значении как обитающую в сети репродуцируемую культурную информацию, фиксирующую новый, исторический беспрецедентный социально-культурный феномен [10].

Упомянутая выше С. А. Шомова выделяет следующие специфические черты, характеризующие медийную природу интернет-мемов и ярко выделяющие их среди других типов сетевых сообщений:

двухчастную структуру интернет-мема;

способность интернет-мема к репликации в медиапространстве;

преимущественно ироничную природу большинства интернет-мемов;

интертекстуальность – интернет-мемы связаны друг с другом и со всей медийной средой сложными, творческими, удивительными пересечениями [17, S. 10];

принципиальную интерактивность интернет-мема;

тесную и не полностью изученную связь интернет-мема с коллективным бессознательным: «мем – это эффективный способ одновременно пробить защитный барьер в сознании большого количества людей» [12, с. 24];

двойственную природу интернет-мема [12, с. 19–27].

Этапы существования и развития меметических интернет-текстов и факторы, влияющие на их популярность

По мнению М. Кронгауза, интернет-мем стремится не к точному воспроизведению, а к искажению или к новым контекстам в широком смысле. Появление мема всегда неожиданно: он применяется в нелепых ситуациях и с различного рода иконическими компонентами [5].

Визуальный компонент в интернет-меме служит для того, чтобы в полной мере раскрыть значение вербального элемента или же полностью изменить его коннотацию – придать другой смысл. Креолизованные тексты такого рода способны «впечатываться» в память человека и в дальнейшем «декодировать» другие сходные тексты на основе уже имеющихся, помогать адекватно их воспринимать [1].

На сегодняшний день создать новый интернет-мем так же легко, как и забыть старый: по запросу на просторах интернета находится интересующий пользователя мем и по шабло-

ну им же создаётся ещё один, не всегда сильно отличающийся от исходного, что говорит не только о большом количестве «скопированных» мем-идей, но также и об обыденности и одинаковости интернет-мемов. А вот создать поистине качественный, способный на конкуренцию интернет-мем представляется весьма сложным, так как для этого автору приходится приложить немало усилий: интернет-мем должен быть креативным, интересным, нестандартным, его идея – свежей и злободневной. Исходя из данных позиций, следует сделать вывод, что одни мемы «живут» в сети долго, а другие забываются на следующий день, некоторые же из них вообще остаются незамеченными, а какие-то внезапно могут «воскреснуть» в одночасье благодаря случайному вниманию какому-нибудь пользователя. Так почему тот или иной интернет-мем вдруг ни с того ни с сего становится популярным? Почему один текст нравится пользователям, а другой они могут проигнорировать? Разумно предположить, что на актуальность и распространённость данного текста могут повлиять ниже представленные факторы.

Во-первых, интернет-мем иронично отражает происходящие в действительности события и оперативно переосмысляет их. Например, достаточно «свежее» изречение «Выйди отсюда, розбийник» новоизбранного Президента Украины Владимира Зеленского, во время заседания направленное в адрес провинившегося секретаря, всё чаще становится прекрасным, а главное – смешным материалом для мемтворчества (см. рис. 1).

Важно отметить, что в вербальной части интернет-мема нередко можно



Рис. 1 / Fig. 1. Интернет-мем «Выйди отсюда, разбойник» / Internet meme “Get out of here, rogue”.

Источник: А – Mememaster. Выйди отсюда, разбойник [Электронный ресурс] // Memepedia: [сайт]. URL: <https://memepedia.ru/vyjdi-otsyuda-razbojnik/> (дата обращения: 15.01.2020); Б – Меньшикова А. Малыш Йода, Джокер и iPhone 11: самые популярные мемы 2019 года // Сетевое издание «ТОЛК». URL: <https://tolknews.ru/news/27720-podborka-popularnyh-memov-za-god> (дата обращения 15.01.2020)



Рис. 2 / Fig. 2. Интернет-мем «<Это> я каждое утро смотрю на новые мемы» / Internet meme “Me every morning looking at the new memes”.

Источник: Me every morning looking at the new memes [Электронный ресурс] // iFunny : [сайт]. URL: <https://ifunny.co/picture/me-every-morning-looking-at-the-new-memes-2N3NvTFF6> (дата обращения: 15.01.2020).

**When you promised that you wouldn't turn
every conversation into one about languages**



Рис. 3 / Fig. 3. Интернет-мем «Ой, я снова это сделала!» /
Internet meme “Oops!... I did it again”.

Источник: Капризный лингвист [Электронный ресурс] // ВКонтакте: [сайт]. URL: <https://vk.com/lengvizm> (дата обращения: 15.01.2020)

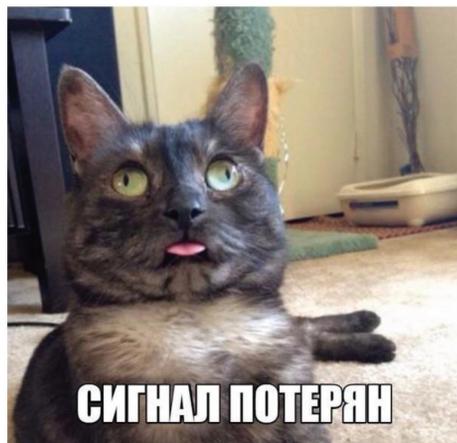
встретить элементы, характерные для текстов комиксов: в первом примере (рис. 1А) в так называемые «звёздочки» заключено слово *батя*, во втором примере (рис. 1Б) – *залетает в комнату*. Такие элементы либо называют объект, чья реплика последует далее, либо описывают действия объекта соответственно.

Во-вторых, в качественном интернет-меме пользователи узнают себя, какие-то правдивые ситуации или интересные моменты из жизни (см. рис. 2).

Герои американского мультипликационного сериала «Губка Боб – квадратные штаны» уже давно стали объектами интернет-мемов. В данном примере (рис. 2) из англоязычного массива можно наблюдать знакомую каждому активному пользователю ситуацию, ставшую своеобразным утренним ритуалом: “Me every morning looking at the new memes” / «<Это> я каждое утро смотрю на новые мемы».

Также многие интернет-мемы привлекают пользователей, поскольку характеризуют ту или иную профессиональную ситуацию по роду деятельности пользователя. Например, русскоязычное интернет-сообщество «Капризный лингвист» пестрит сатирой из профессиональной области лингвистов (см. рис. 3).

Интернет-мем из примера на рис. 3 состоит из двух частей. Первый вербальный посыл “When you promised that you wouldn't turn every conversation into one about languages” / «Когда ты обещала, что ты не будешь сводить каждый разговор к языкам» задаёт основную идею мема, характеризуя жизненную ситуацию профессионала. Вторая часть, содержащая в своей структуре кадр из клипа американской поп-звезды Бритни Спирс на композицию “Oops!... I did it again” и непосредственно вербальный компонент – ведущую строку из куплета, одновременно являющуюся и назва-



А



Б

Рис. 4 / Fig. 4. Интернет-мемы с котами / Internet memes with cats.

Источник: А – Сигнал потерян [Электронный ресурс] // 1001 мем: [сайт]. URL: <http://1001mem.ru/p3858472> (дата обращения: 15.01.2020); Б – Мем: «Неси мандарины» [Электронный ресурс] // Meme-arsenal : [сайт]. URL: <https://www.meme-arsenal.com/create/meme/669097> (дата обращения: 15.01.2020)

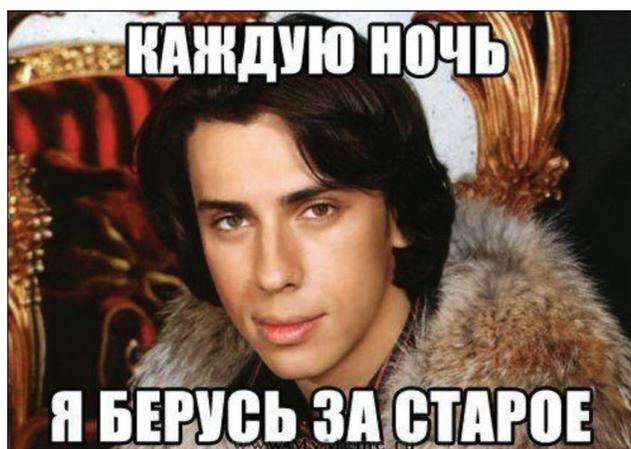


Рис. 5 / Fig. 5. Интернет-мем «Каждую ночь я берусь за старое» / Internet meme “Every night I take on the old”.

Источник: Каждую ночь я берусь за старое... [Электронный ресурс] // Пикабу: [сайт]. URL: https://pikabu.ru/story/kazhduyu_noch_ya_berus_zh_staroe_554488 (дата обращения: 15.01.2020)

нием песни, и мем-фразой «Ой, я снова это сделала!», вызывает смех и заставляет пользователя волей-неволей пропеть эту строку.

В-третьих, нередко главными героями меметических медиатекстов становятся объекты, привлекающие вни-

мание своими внешними качествами, например, коты, собаки, милые дети – всё то, что заставляет пользователя «умиляться» и расплываться в улыбке, узнавать в интернет-меме своего питомца или просто любоваться этим объектом (см. рис. 4).



Рис. 6 / Fig. 6. Хочешь шарик? / Do you want a balloon?

Источник: Möchtest du einen Ballon? [Электронный ресурс] // Debeste: [сайт]. URL: <https://debeste.de/85519/So-alt-und-sooo-gut> <https://debeste.de/85506/M-chtest-du-einen-Ballon> (дата обращения: 15.01.2020)

В-четвёртых, интернет-мемы могут качественно и ярко иронизировать не только над актуальными событиями, но и над бросающимися в глаза поведенческими особенностями медийных личностей, представителей шоу-бизнеса, искусства, кинематографа, фактами из их профессиональной деятельности и личной жизни (см. рис. 5).

В примере на рис. 5 идиома «Я берусь за старое», приписываемая шоумену российской эстрады Максиму Галкину и понятая в её прямом значении, представляет собой очень едкую сатиру на интимные подробности его личных отношений с немолодой супругой.

Не менее привлекательными для пользователей также служат кадры из известных фильмов, подвергающиеся

переосмыслению в интернет-культуре (см. рис. 6).

В примере на рис. 6, взятом из немецкоязычного интернет-пространства, наблюдается сатира на сцену из американского фильма ужасов «Оно» режиссёра Томми Ли Уоллеса (1990). Клоун Пеннивайз, олицетворяющий зло, хочет заманить к себе в логово маленького мальчика, предлагая ему воздушный шарик:

„Möchtest du einen Ballon?“ / «Хочешь шарик?».

По закону жанра мальчик соглашается и становится жертвой. Однако в рассматриваемом меме оппонент Пеннивайза произносит фразу, как нельзя лучше характеризующую насущные экологические настроения в Германии:

Коротко о том, почему фильм «Оно» снимали не в России



А.



Б.

Рис. 7 / Fig. 7. Мемы на тему фильма «Оно» / Memes on the theme of the movie “It”.

Источник: Кривец Н. Клоун из канализации [Электронный ресурс] // Мемепедия: [сайт]. URL: <https://memepedia.ru/kloun-iz-kanalizacii/> (дата обращения: 15.01.2020)

„Nein, Plastikballons schaden der Umwelt“ / «Нет, шарики из пластика вредят окружающей среде».

Тем самым в корне меняется идея исходного произведения, ставшего основой для интернет-мема: герой не попадает в беду, множество жизней спасены, все счастливы.

Кроме того, следует добавить, что в нижней части графического фрагмента данного интернет-мема (рис. 6) изображён отнюдь не мальчик из фильма, а шведская школьница-активистка Грета Тунберг, в 2019 г. взорвавшая интернет своими громкими и спорными заявлениями об экологической ситуации в мире.

Воспевая идею «хэппи-энда», пользователи русскоязычного интернет-сообщества также создают не менее интересные для изучения интернет-мемы, в которых явно прослеживаются национально-культурные и социальные компоненты (рис. 7):

Интернет-мем, представленный на рис. 7А, выполнен автором в сти-

ле комикса. Об этом говорят и дизайн, и графика иконического компонента, а также наличие речевых облаков, в которых отображена речь персонажа – смех и обценное междометие:

хе хе хе

БЛ ТЬ

В вербальной части второго интернет-мема (рис. 7Б) наблюдается жаргонизм «бухло», упоминание которого заставляет жертву мгновенно проследовать в логово злодея.

Отечественный исследователь М. Кронгауз [5] предложил следующие основные этапы жизни интернет-мемов как коммуникативных единиц:

создание мема и первоначальная реакция;

распространение мема;

использование мема;

угасание мема или изменение статуса.

Изначально большинство мемов возникают из абсурдных, странных и экстраординарных ситуаций, фраз, песен, клипов, сцен из фильмов и т. д.

Зачастую это происходит на форумах, на страницах социальных сетей или сайтах – если мем становится интересным для других пользователей, он быстро набирает популярность и выдвигается в «топ». Далее в игру вступает вторая фаза – распространение шутки на просторах интернета. М. Кронгауз называет данный период «креативной зоной», потому что мем видоизменяется, стараясь захватить побольше коммуникативного пространства, поскольку интернет-мем преобразуется и начинает трансформироваться в новые контексты и ситуации. Следующий период охарактеризован стабильностью: интернет-мем кочует по сети, периодически используется в коммуникации и всячески «хватается» за жизнь. Однако ни один интернет-мем не «застрахован» от исчезновения, мода всегда диктует новые правила, пользователи легко могут потерять интерес, и поэтому мемы через какой-то определённый промежуток времени могут стать непонятными интернет-аудитории, которая также постоянно обновляется и меняется. На последнем жизненном этапе интернет-мем либо угасает, либо меняет свой статус на языковую единицу – употребляется в речи не как мем, а как коммуникативно-речевой элемент.

Яркий пример жизненного цикла интернет-мема следует продемонстрировать следующим фактом: в 2013 г. ведущий новостной программы телеканала Россия-24 произнёс в эфире теперь уже знакомую каждому активному интернет-пользователю фразу «Что-то идёт не так», и вряд ли тогда работник телевидения предполагал, что «его реплика во время эфира о неудачном запуске “Протона” станет при-

сказкой о положении дел в стране»¹, да к тому же ещё и ассимилируется впоследствии с другими интернет-мемами (рис. 8).

При подробном рассмотрении данных интернет-мемов в глаза бросается их описанная выше уникальная черта – интертекстуальность.

Пример на рис. 8А олицетворяет воплощение двух мемов: вышеупомянутого «Что-то пошло не так» и другого – «Совпадение? Не думаю!» – фразы политического телеведущего Дмитрия Киселева. «Обычно считается, что в своих телепередачах он использовал его (мем – прим. А. И.), чтобы указать на то, что, по его мнению, некоторые события взаимосвязаны»².

Герой мема «Удивлённый Джо» (рис. 8Б) – персонаж американского комедийного телесериала «Друзья» (1994–2004) Джо Триббиани – удивляется с характерным выражением лица чему-либо; в данном случае, факту того, что «что-то пошло не так». «Удивлённый Джо» используется в ситуациях, когда человек сильно шокирован чем-либо. Объект удивления может находиться на линии взгляда Джо или же просто буквами описан над или под мемом»³. В вербальной части рассматриваемого интернет-мема наблюдается орфографическая ошиб-

¹ 10 слов 2013 года по версии Дождя [Электронный ресурс]. URL: <https://tvrain.ru/10words/9-something-went-wrong/> (дата обращения: 19.01.2020).

² «Совпадение? Не думаю» [Электронный ресурс] // Викиреальность : [сайт]. URL: http://wikireality.ru/wiki/Совпадение%3F_Не_думаю (дата обращения: 19.01.2020).

³ Memtality. Удивлённый Джоуи [Электронный ресурс] // Memeopedia: [сайт]. URL: <https://memeopedia.ru/udivlyonnyj-dzho/> (дата обращения: 19.01.2020).



Рис. 8 / Fig. 8. Интернет-мемы «Что-то пошло не так» / Internet memes “Something went wrong”.

Источник: А, Б, Г – MemesMix: генератор мемов [Электронный ресурс]. URL: <http://www.memesmix.net/> (дата обращения: 15.01.2020); В – Мне кажется, или Что-то пошло не так? // Рисовач : [сайт]. URL: <http://risovach.ru/kartinka/7951788> (дата обращения: 15.01.2020)

ка «понимаешь», что, собственно говоря, никогда и не было редкостью для подобного рода текстов.

Интернет-мем «Сомневающийся Фрай» (рис. 8В) в лице главного героя, персонажа американского научно-фантастического сатирического мультсериала «Футурама», является ярким примером интертекстуальных особенностей данного рода креолизованных коммуникативных сообщений. Заимствованный из англоязычной интернет-культуры (Not sure if // А что если) мем символизирует подозрение и недоверие¹: «Мне кажется, или что-то пошло не так?».

¹ Mememaster. Сомневающийся Фрай [Электронный ресурс] // Memepedia: [сайт]. URL: <https://memepedia.ru/frai-mem> (дата обращения: 19.01.2020).

Последний, уникальный интернет-мем (рис. 8Г), ярко иллюстрирующий тенденцию к копированию и интеграции одного мема в другой, стал «символом наркотического и любого другого опьянения, а также психологических состояний, которые заставляют человека чувствовать себя “упоротым”. “Упоротый лис” также может означать безумие». «Упоротым» лиса назвали именно в русскоязычном интернет-сообществе, изначально англоязычные пользователи называли его Sad Fox (грустный лис). Н. Кривец также информирует читателей своего поста, что популярность данного интернет-мема в России часто объясняют «близостью персонажа к эмоциям обычного человека, который наблюдает за происходящим в стране и находится в

состоянии шока»¹: «Кажись что-то пошло не так». В настоящий момент времени пользователи, в основном представители молодёжи, употребляют в речи фразу «Что-то пошло не так», уже не всегда задумываясь о её «меметическом происхождении».

Исследовательница Е. Н. Лысенко в своих работах замечает, что «зачастую мемы являются способом заполнить речь какими-то словами, сделать её более удобной для восприятия, что подтверждает то, что у мема очень много общего с лингвистическим понятием коммуникатива» [7, с. 411]. Целесообразно предположить, что с позиции лингвистической науки интернет-мемы необходимо рассматривать в первую очередь как коммуникативные единицы, выражающие эмоции и впечатления интернет-пользователей и представляемые в поликодовом формате. Следовало бы также добавить, что содержание интернет-мемов «может не только сообщать сведения о моральных и этических предпочтениях и ценностях, политических взглядах и мировоззрении человека и нации в целом, но и выступать инструментом психолингвистического воздействия не только на каждого отдельно взятого представителя человеческого рода, но и на целые социальные группы» [6, с. 213].

Обсуждая результаты данной статьи, важно подчеркнуть, что лингвистическая интерпретация интернет-мемов как креолизованных медиатекстов строится на прагматических функциях текстов данного вида.

В исследовании была предпринята попытка провести первичный анализ структуры интернет-мема, а также его основной идеи и причин его популярности в коммуникационной сети интернете. Интерпретация данных в статье, полученных при исследовании объекта, позволяет предположить, что процесс описания и анализа языковой реализации интернет-мема представляет достаточно важную и в то же время малоизученную проблему для лингвистики текста, что побуждает к её комплексному изучению в рамках междисциплинарного подхода.

Выводы

Лингвистическое исследование интернет-мемов, описание их семантики и функционирования – задача крайне сложная и очень трудоёмкая, поскольку в самом начале анализа перед исследователем встаёт проблема отбора эмпирического материала: количество интернет-мемов огромно, каждый день появляются новые, не менее интересные, чем старые, и представляющие собой такой же притягательный объект для изучения.

В заключение необходимо сделать вывод, что явление интернет-мема многогранно и может быть по-разному трактовано с точки зрения нескольких научных позиций: безусловно, интернет-мем является медиатекстом или единицей информации, циркулирующей в интернет-пространстве, также данный феномен представляет собой уникальную коммуникативную единицу и современное средство общения в сети; иногда интернет-мем может быть понят как речевой жанр, а с языковедческой точки зрения интернет-мем представляет собой

¹ Кривец Н. Упоротый лис [Электронный ресурс] // Memepedia: [сайт]. URL: <https://memepedia.ru/uporotyj-lis> (дата обращения: 19.01.2020).

новый вид полимодального интернет-текста.

Кроме того, следует подытожить, что интернет-мем в традиционном его понимании имеет двухуровневую структуру – идея, выраженная вербально, и иконический компонент. Помимо своей вирусности и ироничности большинство мемов также обладают разной степенью интертекстуальности, креативности и интерактивности. Интернет-мем, являясь «кодом подсознания», безусловно, не лишён киберфольклорных особенностей.

В целом, обобщённо говоря о продолжительности жизни интернет-ме-

ма, необходимо сделать вывод, что активное использование интернет-мема в сети среди пользователей нередко зависит от множественных влияющих на его популярность факторов, описанных в данной работе. От создания и первичного восприятия интернет-мема до его «забвения» в интернет-пространстве может пройти разное количество времени, но в конечном итоге он либо забывается и остаётся в далёких уголках сети, либо продолжает жить много лет, постоянно ассимилируется и перевоплощается вновь.

Статья поступила в редакцию 20.02.2020

ЛИТЕРАТУРА

1. Голованова Е. И., Часовский Н. В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета, 2015 № 5. (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 135–141.
2. Горошко Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области // Жанры речи. Вып. 5. Жанр и культура. Саратов: Издательский центр «Наука», 2007. С. 370–389.
3. Канашина С. В. Интернет-мем как современный медиадискурс // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2018. № 8 (131). С. 125–129.
4. Канашина С. В. Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277). С. 84–90.
5. Кронгауз М. Мемы в интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. 2012. № 11 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/> (дата обращения: 19.01.2020).
6. Левченко М. Н., Изгаршева А. В. Креолизованный текст в системе «Интернет» // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2018. № 4. URL: <https://vestnik-mgou.ru> (дата обращения: 19.01.2020). DOI: 10.18384/2224-0209-2018-4-919.
7. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодёжи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2017.403.
8. Марченко Н. Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества // Казанская наука. 2013. № 1. С. 113–115.
9. Мигранова Л. Ш., Кромина Е. И. Интернет-мем как особое средство коммуникации // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам: материалы третьей международной научно-практической конференции (Брянск, 05–07 ноября 2015 г.) / под ред. В. С. Артемовой. Брянск: Брянская государственная инженерно-технологическая академия, 2015. С. 239–243.

10. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvм-s3.pdf (дата обращения: 19.01.2020).
11. Столетов А. Мемы: мифы и реальность [Электронный ресурс] // Advertology: наука о рекламе : [сайт]. URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (дата обращения: 19.01.2020).
12. Шомова С. А. Мемы как они есть: учеб. пособие. М.: Аспект Пресс, 2018. 136 с.
13. Щурина Ю. В. Речевые жанры комического в современной массовой коммуникации: монография. Чита: ЗабГУ, 2015. 223 с.
14. Börzsei L. K. Makes a meme instead: A concise history of internet memes // *New Media Studies Magazine*. 2013. No. 7. P. 1–28.
15. McGrath A. E. Dawkins' God: genes, memes, and the meaning of life. Oxford: John Wiley & Sons, 2005. 202 p.
16. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1998. 240 S.
17. Shifman L. Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin: Edition Suhrkamp Verlag, 2014. 189 S.

REFERENCES

1. Golovanova E. I., Chasovskii N. V. [Internet meme as the element of the visualisation in the media]. In: *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Chelyabinsk State University], 2015, no. 5 (360). Philology. Art criticism. Iss. 94, pp. 135–141.
2. Goroshko E. I. [Theoretical analysis of Internet genres: description of the problem area]. In: *Zhanry rechi* [Speech Genres], Iss. 5. Genre and culture. Saratov, Nauka Publ., 2007, pp. 370–389.
3. Kanashina S. V. [Internet meme as a modern media discourse]. In: *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University], 2018, no. 8 (131), pp. 125–129.
4. Kanashina S. V. [What is an Internet Meme?]. In: *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* [Belgorod State University Scientific Bulletin. Series: Humanities], 2017, no. 28 (277), pp. 84–90.
5. Krongauz M. [Memes on the Internet: a test of deconstruction]. In: *Nauka i zhizn'* [Science and life], 2012, no. 11. Available at: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/> (accessed: 19.01.2020)
6. Levchenko M. N., Izgarsheva A. V. [Creolized text in the Internet-system]. In: *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta (elektronnyi zhurnal)* [Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)], 2018, no. 4. Available at: <https://vestnik-mgou.ru> (accessed: 19.01.2020). DOI: 10.18384 / 2224-0209-2018-4-919.
7. Lysenko E. N. [Internet memes in youth communication]. In: *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya* [Vestnik of Saint-Petersburg University. Sociology], 2017, Vol. 10, no. 4, pp. 410–424. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2017.403.
8. Marchenko N. G. [Internet-meme as a storage of the cultural code of internet-community]. In: *Kazanskaya nauka* [Kazan Science], 2013, no. 1, pp. 113–115.
9. Migranova L. Sh., Kromina E. I. [Internet meme as a special means of communication]. In: *Voprosy sovremennoï filologii i problemy metodiki obucheniya yazykam: materialy tret'ei mezhdunarodnoï nauchno-prakticheskoi konferentsii (Bryansk, 05–07 noyabrya 2015 g.)* [Issues of modern philology and problems of language teaching methods: proceedings of the third international scientific and practical conference (Bryansk, November 05–07, 2015)].

- Bryansk, Bryansk State Engineering and Technological Academy Publ., 2015, pp. 239–243.
10. Savitskaya T. E. *Internet-memy kak fenomen massovoi kul'tury* [Internet memes as a phenomenon of mass culture]. Available at: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf (accessed: 19.01.2020).
 11. Stoletov A. [Memes: Myths and Reality]. In: *Advertology: nauka o reclame* [Advertology: the science of advertising]. Available at: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (accessed: 19.01.2020).
 12. Shomova S. A. *Memy kak oni est'* [Memes as they are]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2018. 136 p.
 13. Shchurina Yu. V. *Rechevye zhanry komicheskogo v sovremennoi massovoi kommunikatsii* [Speech genres of the comic in modern mass communication]. Chita, Transbaikal State University Publ., 2015. 223 p.
 14. Börzsei L. K. Makes a meme instead: A concise history of internet memes. In: *New Media Studies Magazine*, 2013, no. 7, pp. 1–28.
 15. McGrath A. E. *Dawkins' God: genes, memes, and the meaning of life*. Oxford, John Wiley & Sons Publ., 2005. 202 p.
 16. Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. *Sprache und Kommunikation im Internet. Überblick und Analysen*. Opladen, Westdeutscher Verlag Publ., 1998. 240 S.
 17. Shifman L. *Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter*. Berlin, Edition Suhrkamp Verlag Publ., 2014. 189 S.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Изгаршева Анастасия Владимировна – ассистент кафедры германской филологии Института лингвистики и межкультурной коммуникации Московского государственного областного университета;
e-mail: fraunastueschkin@gmail.com.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Anastasiya V. Izgarsheva – Assistant Lecturer, Department of Germanic Philology, Institute of Linguistics and Intercultural Communication, Moscow Region State University;
e-mail: fraunastueschkin@gmail.com.

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Изгаршева А. В. Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика. 2020. № 5. С. 86–101.
DOI: 10.18384/2310-712X-2020-5-86-101

FOR CITATION

Izgarsheva A. V. The internet meme as media text: linguistic aspect. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 2020, no. 5, pp. 86–101.
DOI: 10.18384/2310-712X-2020-5-86-101