

Ю.В. ЩУРИНА
(Чита)

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Описываются интернет-мемы, активно функционирующие в интернет-среде и широко используемые в качестве средства межкультурной коммуникации. Интернет-мемы рассматриваются как особая разновидность прецедентных феноменов, обладающих культурной коннотацией. Возможности идентификации речевых жанров, в состав которых включены интернет-мемы, определяются совпадением элементов культурного багажа коммуникантов, общностью presuppositions.



Ключевые слова: интернет-коммуникация, интернет-мем, прецедентный феномен, комические речевые жанры, межкультурная коммуникация, культурные коннотации.

Интернет-общение как своеобразная форма массовой коммуникации и всенародная карнавальная жизнь Средневековья в трактовке М.М. Бахтина [2] имеют ряд общих черт: виртуальное общение, как и карнавал, характеризуется выходом за пределы официальных регламентаций и оформляется особым игровым образом. Игра как одна из преобладающих форм коммуникации в сети определяет характерные качества самого общения: неутилитарный характер, двуплановость, положительная эмотивность и др. [9].

Возможности проявления игрового компонента в общении, как правило, связаны с использованием языка как средства достижения эстетических или творческих целей, которые реализуются в виде установки на комический эффект. Особенности интернет-коммуникации предполагают возникновение новых, специфических источников комизма, природа которых обусловлена действием иных, отличных от используемых в традиционных сферах общения механизмов. Одним из таких источников (причем активность его использования неуклонно возрастает) можно считать так называемые интернет-мемы. Этим термином обозна-

чают возникшее в первом десятилетии XXI в. явление спонтанного лавинообразного распространения в интернет-среде некоторой информации посредством разнообразных способов [5].

Понятие «мем» было введено Р. Докинзом, который впервые предложил концепцию репликатора в приложении к социокультурным процессам [3]. В широком смысле мем – это некая «идея, образ, объект культуры (чаще нематериальной), который перенимается многими членами сообщества» [10, с. 162]. Мем рассматривается как механизм передачи и хранения культурной информации. При этом спонтанному распространению среди интернет-пользователей подвержена не всякая информация, а только та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей неравнодушными к ней, вызывает интерес или порождает ассоциации, т.е. информация, обладающая особой коннотацией.

Мемы отражают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей [7]. Так, мемы-персонажи являются усредненными портретами представителей некоторых профессий (*Проницательный Психолог, Злая Учителька, Филологическая Дева*) или социальных слоев (*Типичный Иммигрант, Провинциальный мен*); нередко мемами становятся животные или фантастические персонажи (*Котэ, Собака, Философрантор, Ктулху*).

Интернет-мемы будем считать разновидностью прецедентных феноменов. К прецедентным относят регулярно воспроизводимые в актах коммуникации феномены, хорошо известные всем представителям культурно-языкового коллектива [4, с. 52]. Явление прецедентности рассматривается как одно из важнейших средств межкультурной коммуникации [6]. Прецедентный элемент (текст, имя, ситуация) в сжатом виде способен передать информацию об источнике либо о целом культурном/историческом событии, следовательно, обладает особым типом коннотации, которую можно назвать культурной коннотацией. Наличие культурных коннотаций обеспечивает возможность идентификации прецедентно-

СРАВНИТЕЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОЕ, ТИПОЛОГИЧЕСКОЕ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

го феномена адресатом – это процесс, предполагающий прохождение нескольких стадий: восприятие формального выражения, выявление включенности в систему текста-преемника и определение необходимых культурных коннотаций. Это соответствует положению М.М. Бахтина о том, что текст представляет собой диалог автора не только с читателем, но и со всей современной, предшествующей и последующей культурой [1].

Восстановление культурных коннотаций и определенных ассоциативных связей оказывается необходимым и для достижения нужного коммуникативного эффекта при реализации многих типов речевых жанров коммуникативного пространства Интернета. Введение в их состав интернет-мемов может преследовать разные цели: создание подтекста, актуализацию «фоновых» знаний адресата, повышение экспрессивности, включение элементов игры, усиление оценочности и пр. Дополнительные возможности используются с разной степенью частотности, однако можно выделить жанры, для которых включение интернет-мемов является весьма вероятным или даже обязательным, – это жанры, объединенные комической направленностью: интернет-комиксы, демотиваторы, эдвайсы, «открытки» и т.п.

Включение в структуру комического жанра интернет-мемов усложняет задачу интерпретации комического жанра адресатом и приводит к увеличению возможного числа коммуникативных неудач. В целях объяснения и предупреждения коммуникативных сбоев важным представляется культурологический анализ источника комизма и выявление лингвокультурных ценностей, лежащих в основе коммуникативных неудач при интерпретации комических жанров, содержащих мемы. Первоисточники интернет-мемов, как и источники прецедентных феноменов, весьма разнообразны: горячая новость в СМИ (*иранские ракеты, челябинский метеорит*), предмет искусства (*Джоконда*), фильмы (*Это Спарта!*), персонажи аниме, сериалов, фразы отдельных пользователей или известных медийных личностей и т.д.

В современном интернет-пространстве можно выделить следующие типы активно функционирующих интернет-мемов: 1) текстовый мем; 2) мем-изображение; 3) медиа-мем; 4) креолизованный мем.

Текстовые мемы состоят из слова или фразы: *Аффтар жжот*; *Внезапно*; *Горизонт завален*; *Веселый гном*; *Дотянулся проклятый Сталин*; *Йа криветко!* и др. Это могут

быть начинающие или оканчивающие сообщение текстовые фрагменты: *Это неловкое чувство, когда...; Мне одному кажется, что...; ...Занавес!* и т.д. Источник возникновения такого мема – фразы обычных пользователей или известных лиц. Так, мем *Интернеты* (англ. *Internets*) – искусственно образованная форма множественного числа – появился после того, как Дж. Буш-младший, отвечая на вопрос аудитории, использовал эту форму.

Текстовые мемы используются как в разных видах интернет-общения (на форумах, в блогах, в чатах и т.п.), так и в качестве текстового компонента различных жанров, таких как интернет-комиксы (рис. 1, 2).



Рис. 1

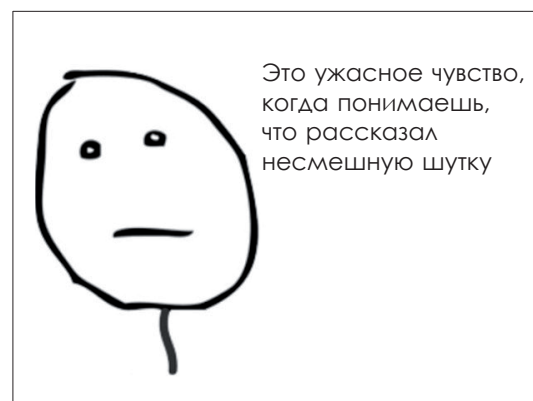


Рис. 2

Мемы-изображения существуют в двух основных разновидностях: 1) собственно изображение, в котором главное внимание обращено на визуальную часть, – *Ктулху, совы, Омской птицы, Facepalm* (человек, закрывающий лицо руками, – обозначает «стыд»); 2) так называемая фотожаба – результат твор-

ческой переработки изображения при помощи графического редактора. Наиболее известные изображения, ставшие основой бесчисленного количества фотожаб, – *Свидетель из Фрязино*, *Гном (или Гнум)*, *Толстый китайский мальчик*, *Аленка*. В фотожабе, помимо визуальной составляющей, большое внимание уделяется сюжету: так, всем известный образ девочки на обертке шоколада «Аленка», претерпев трансформации, обрел популярность в виде многочисленных вариантов – например, шоколад «Арменка» с лицом Армена – персонажа телесериала «Реальные пацаны» (рис. 3).

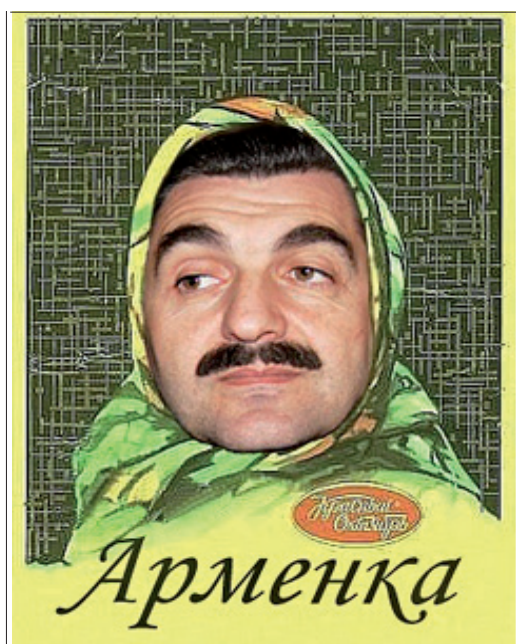


Рис. 3

Медиамены – комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей, передаются друг другу и т.п. Специфика их использования заключается в возможности неоднократного воспроизведения, повторного просмотра как самим пользователем, так и совместно с друзьями. Примечательно, что некоторые медиамены становятся источником комизма неожиданно для их героя (напр., мем Mr. Trololo, источником которого является видеозапись выступления эстрадного певца Э. Хила).

Узнаваемость медиамема служит основой для его дальнейшего использования. Так, отсылки к мему *Очки надо?* (ролик с китайцем, торгующим в автобусах смешными очками) используются в рекламе (рис. 4).



Рис. 4

При этом текстовая часть видеомема может подвергаться лексическим и грамматическим трансформациям. Отметим, что возможность достижения нужного коммуникативного эффекта при таком «вторичном» использовании мемов в значительной степени зависит от совпадения элементов культурного багажа автора и адресата, в противном случае идентификации мема не произойдет.

Креолизованный мем – разновидность креолизованных текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной <...> и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [8, с. 180]. Креолизованные интернет-мемы становятся основой различных комических интернет-жанров: эдвайсов, демотиваторов и др.

Так, в основе многих популярных эдвайсов, таких как *Филологическая Дева*, *Скучающий Ботан*, *Злая училка*, *Злой Школьник*, *Жестокий волк*, *Упоротый лис*, – мемы, представляющие собой узнаваемые изображения на стандартном заданном фоне, сопровождаемые надписями. При этом изменяемой частью является надпись, а фон и изображение остаются (за редким исключением) стандартными [7]. При прочтении сопровождающих изображение надписей часто возникает эффект неоправданного ожидания, что и определяет смеховую реакцию. В качестве задающей сюжет фразы могут использоваться прецедентные тексты, неожиданная концовка которых рождает комизм. Возможна и контаминация прецедент-

ных феноменов из разных сфер общения. Для достижения комизма необходимо узнавание адресатом соответствующих текстов (рис. 5).



Рис. 5

Отметим, что наиболее популярные лица зачастую становятся самостоятельными мем-персонажами, упоминания о которых, выходя за пределы интернет-среды, распространяются и в других сферах коммуникации.

Использование креолизованных интернет-мемов характерно и для демотиваторов. Используемые в них образы и персонажи (*Кэп, котэ, Собака, Суровые челябинские комары* и др.), многократно повторяясь, часто становятся интернет-мемами, обретая независимость (рис. 6). Впоследствии мемы с высокой частотностью могут подвергаться трансформациям, вызывая комический эффект (рис. 7).

В то же время в демотиваторах обыгрываются уже существующие интернет-мемы, а также известные ситуации и персонажи, имеющие прецедентный характер, – *Анатолий Вассерман, Боромир, Геннадий Малахов, Фантомас, Юрий Никулин* и т.п. Например, демотиватор, содержащий отсылку к прецедентной ситуации с известным фигуристом Евгением Плющенко, который вместо ожидаемого первого места занял на Олимпийских играх в 2010 г. лишь второе (рис. 8).

Отметим, что ярко выраженная «прецедентность» демотиваторов обусловлена их культурной значимостью в данном сообще-



Рис. 6



Рис. 7



Рис. 8

стве и проявляется как в широком распространении на сайтах, в блогах, на личных страницах пользователей, так и в цитировании текстового компонента демотиваторов в различных сферах общения вне интернет-среды (в первую очередь, в межличностном неофициальном общении). Так, в общении многих пользователей (преимущественно молодых людей) распространены выражения типа *Спасибо, Капитан Очевидность; Кэп не дремлет; Кэп снова с нами* и т.п., используемые в случаях, когда собеседник сообщает что-то очевидное.

Представляется немаловажным, что прецедентные элементы, включенные в состав современных комических интернет-жанров, отражают специфику культурной ситуации последних лет: по большей части это фрагменты рекламных текстов, персонажи телесериалов, медийные лица и пр.

В целом возможность достижения комического эффекта при использовании интернет-мемов любого типа связана с включенностью адресата в контекст, наличием у него определенных предварительных знаний. Этим обусловлена и относительная недолговечность активности мемов. Распространение интернет-мема занимает от нескольких дней до нескольких лет, включая процесс его внедрения в традиционные сферы общения (хотя многие мемы исчезают из активного пользования, так и не став известными широкой аудитории). После этого процесс репликации замедляется или прекращается, мем попадает в категорию «старый мем» (*боян*) и вытесняется другими, более свежими мемами.

Итак, возможность успешной реализации многих типичных для интернет-общения речевых жанров (понимание и комический эффект) связана с определением культурных коннотаций, которыми обладают включенные в состав данных жанров интернет-мемы. Для адекватной интерпретации интернет-мемов необходимы совпадение составляющих культурного багажа участников коммуникации, общность соответствующих presuppositions. Несовпадение элементов апперцепционной базы может привести к коммуникативному сбою – отсутствию комического эффекта.

Литература

1. Бахтин М.М. Вопросы литературы и эстетики. М., 1975.

2. Бахтин М.М. Творчество Ф. Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М. : Худож. лит., 1990.

3. Докинз Р. Эгоистичный ген. М. : Мир, 1993.

4. Красных В.В. Виртуальная реальность или реальная виртуальность? (Человек. Сознание. Коммуникация). М., 1998.

5. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор : сб. ст. М. : Гос. респ. центр русского фольклора, 2009. С. 285–294.

6. Кузнецова Я.В. Явление прецедентности как инструмент межкультурной коммуникации // Язык образования и образование языка: материалы Междунар. науч. конф. Вел. Новгород, 2000. С. 166–167.

7. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2012. № 2. С. 47–52.

8. Сорокин Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М. : Наука, 1990. С. 180–181.

9. Сычев А.А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект. URL : <http://www.abc-globe.com/sichev.htm>.

10. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Вып. №3: Филология. С. 160–172.

Internet-memes as the means of intercultural communication

There are described the Internet-memes that actively function on the Internet and are widely used as the means of intercultural communication. Internet-memes are considered as a special variety of precedent phenomena that have a cultural connotation. The possibilities of identification of speech genres that include Internet-memes are determined by the coincidence of the elements of the cultural store of the communicants, commonness of presuppositions.

Key words: *Internet-communication, Internet-meme, precedent phenomenon, comic speech genres, intercultural communication, cultural connotations.*