

*На правах рукописи*



ЧАСОВСКИЙ Никита Вячеславович

**ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ОБЩЕНИЯ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ  
(НА МАТЕРИАЛЕ КРЕОЛИЗОВАННЫХ МЕМОВ)**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Челябинск – 2022

Работа выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Челябинский государственный университет» на кафедре теоретического и прикладного языкознания.

**Научный руководитель:** Голованова Елена Иосифовна,  
доктор филологических наук, профессор

**Официальные оппоненты:** Галичкина Елена Николаевна,  
доктор филологических наук, доцент,  
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», профессор кафедры  
английской филологии;

Ширяева Татьяна Александровна,  
доктор филологических наук, профессор,  
ФГБОУ ВО «Пятигорский государственный университет», заведующий кафедрой  
английского языка и профессиональной  
коммуникации

**Ведущая организация:** ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

Защита состоится 18 апреля 2022 г. в \_\_\_\_\_ часов на заседании объединенного диссертационного совета Д 999.233.02 на базе ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)» по адресу: Челябинск, 454001, ул. Братьев Кашириных, 129, конференц-зал.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», [https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Chasovskij\\_NV\\_dissertacija.pdf](https://www.csu.ru/Shared%20Documents/Chasovskij_NV_dissertacija.pdf).

Автореферат разослан «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 г.

Ученый секретарь диссертационного совета,  
кандидат филологических наук, доцент



Н. В. Мамонова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено социолингвистическим и лингвопрагматическим аспектам визуализации компьютерного общения на примере интернет-мемов в виде креолизованных текстов.

Разработке вопросов коммуникации в сети Интернет посвящено немало работ языковедов (статьи и монографии Н. А. Ахреновой, Е. Н. Галичкиной, Е. И. Горошко, Т. Н. Колокольцевой, О. В. Лутовиновой, Т. И. Поповой, Г. Н. Трофимовой, О. Ю. Усачевой, М. Г. Шилиной и др.). Как правило, в них делается акцент на лингвистической специфике виртуальной коммуникации. Внимание уделяется также формированию виртуальной языковой личности под влиянием особенностей компьютерного дискурса. В работах Е. Н. Галичкиной отмечается возрастающая доля визуализации (креолизации) информации, что обусловлено спецификой виртуального пространства: отсутствием мимики, жестов, тональности и ряда других факторов [Галичкина, 2018]. По мнению исследователей, визуализация оказывается необходимой при продуцировании интернет-текстов в связи со стремлением авторов привлечь и удержать внимание реципиентов; ее роль в процессе общения обусловлена особенностями мышления человека [Попова, 2015]. Однако системного изучения феномена визуализации в сети Интернет до настоящего времени не проводилось.

Таким образом, **актуальность** диссертационного исследования обусловлена значимостью и недостаточной изученностью роли визуализации в коммуникативном взаимодействии интернет-пользователей, несмотря на пристальный интерес лингвистов к изучению компьютерного дискурса в целом (кроме названных выше авторов, в работах Л. Г. Антоновой, Н. Г. Асмус, А. Е. Войскунского, Л. А. Капанадзе, Н. Л. Моргун, Е. Ю. Распопиной, К. Хансен и др.), отдельных компьютерных жанров (в трудах Е. А. Буториной, Е. Н. Вавиловой, Е. И. Горошко, Л. Ю. Иванова, Г. В. Лазутиной, О. В. Лутовиновой, Ал. А. Селютина, Г. Н. Трофимовой и др.) и явления гипертекста (в работах М. Визеля, О. В. Дедовой, Н. Ф. Ковалевой, И. Р. Купер, С. В. Лесникова и др.). При всем обилии и многообразии исследований, посвященных интернет-дискурсу, постоянное изменение и развитие виртуальной коммуникативной среды не позволяют говорить о полноте научных представлений о данном типе общения и роли визуализации в нем.

**Объектом** исследования являются мемы, функционирующие в сети Интернет в виде креолизованных текстов.

**Предметом** изучения выступают социолингвистические и лингвопрагматические характеристики креолизованных мемов как средства визуализации интернет-общения.

В основу исследования положена следующая **гипотеза**: в креолизованном интернет-меме как знаке культурной и социальной информации отражена рефлексия окружающего мира, транслируются

индивидуальные и социогрупповые ценности; визуальный компонент мема (визуальный образ) способствует адекватному декодированию содержащейся в меме информации, обеспечивая ей наглядность и игровой контекст в ходе взаимодействия коммуникантов.

**Цель работы** – на основе анализа креолизованных интернет-мемов выявить социолингвистические и лингвопрагматические характеристики феномена визуализации компьютерного общения.

Для достижения поставленной цели и проверки выдвинутой гипотезы необходимо решение следующих **задач**:

1) проанализировать существующие научные подходы к трактовке интернет-коммуникации;

2) рассмотреть содержание понятий «креолизованный текст» и «мем», определить специфику функционирования креолизованных мемов в сети Интернет;

3) обосновать статус креолизованных мемов как жанра интернет-коммуникации;

4) выявить социолингвистические и лингвопрагматические особенности креолизованных интернет-мемов;

5) уточнить функции креолизованных мемов в сети Интернет и охарактеризовать их лингвокреативный потенциал.

**Материал исследования** представлен корпусом интернет-мемов, относящихся к разряду креолизованных текстов, с вербальным компонентом на русском и английском языках. Общее количество интернет-мемов, рассмотренных в ходе исследования, – 2531 единица (481 интернет-мем включает англоязычную часть, 2050 содержат русскоязычный компонент).

**Теоретическую основу** исследования составили положения и концепции, изложенные в трудах российских и зарубежных ученых *по теории коммуникации* (М. М. Бахтин, И. Н. Горелов, В. В. Дементьев, Р. О. Якобсон, Г. Лассвелл, А. Пиз, Л. Шифман и др.), *теории текста и дискурса* (Е. Е. Анисимова, В. В. Богданов, Н. В. Дрожащих, В. И. Карасик, Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов, Т. А. Ширяева и др.), *социальной лингвистике и семиотике* (П. Е. Кондрашов, Ю. М. Лотман, Н. Б. Мечковская, С. Барнс, М. Кастельс и др.), *лингвопрагматике* (Н. Д. Арутюнова, В. З. Демьянков, Ю. С. Степанов, Е. В. Шелестюк, Ч. Моррис и др.), *психолингвистике* (Т. А. Гридина, А. А. Леонтьев и др.), *лингвокультурологии* (А. Вежбицкая, Ю. Н. Караулов, В. В. Красных и др.).

Поставленная цель и задачи работы обусловили выбор комплекса **методов**. Наряду с общенаучными методами наблюдения, анализа, синтеза, обобщения и систематизации в работе применялись специальные методы: метод контент-анализа (для выявления информации, содержащейся в интернет-мемах), метод моделирования (при анализе сценариев развертывания тематических комплексов мемов, посвященных какому-либо событию), анкетирование и опрос (для исследования изменений в восприятии события под влиянием интернет-мемов; для получения информации об усвоении носителями языка слова «мем» и стоящего за ним понятия),

элементы статистического анализа (для определения количественных показателей, связанных с функционированием интернет-мемов).

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Визуализация составляет одну из сущностных характеристик интернет-коммуникации. С ее помощью компенсируется недостаточность опосредованного контакта и через взаимодействие визуального (иконического) и вербального компонентов сообщения формируются разнообразные смыслы, значимые для участников коммуникации. Визуализация способствует более легкому восприятию информации и обладает высокой степенью убедительности, благодаря наглядности сообщения и эмоциональной силе его воздействия.

2. Интернет-мемы, возникшие в эпоху компьютеризации, создают пространство для диалога и сами выступают важной частью интернет-коммуникации как носители культурной и социальной информации. Креолизованные интернет-мемы обладают текстовой оформленностью, целостностью, формальной и смысловой завершенностью, адресатностью и интертекстуальностью.

3. Креолизованные интернет-мемы являются особым жанром взаимодействия в виртуальном пространстве. Стремительность их распространения, «групповой» характер функционирования в сети Интернет обусловлены их социолингвистическими и лингвопрагматическими характеристиками. С социолингвистических позиций в мемах актуализируются интересы, языковые предпочтения и ценностные установки определенных социальных групп (школьники, студенты, представители профессиональных сообществ и т. д.). Лингвопрагматическая значимость креолизованных интернет-мемов обусловлена содержащимся в них остроумным откликом на изменения в социальной, политической и культурной жизни региона, страны и мира.

4. Одной из основных функций креолизованных мемов выступает рекреационная (развлекательная) функция, для достижения которой творчески используется игровой потенциал языка. Не менее значимой является публицистическая функция: мемы первыми откликаются на социально значимые события и с помощью иронической или юмористической их трактовки оказывают позитивное влияние на участников коммуникации.

5. Специфика смыслообразования в креолизованных интернет-мемах, объединенных в мем-группы, обусловлена соотношением в них визуального и вербального компонентов: повторяемостью (репликацией) визуального компонента и лингвокреативным характером вербального компонента. В соответствии с этим «сильная» позиция в мем-группах принадлежит вербальному компоненту, а визуальный (иконический) компонент эксплицирует значимые для коммуникантов темы и образы.

6. Креолизованный мем выступает средством выражения индивидуальных интенций автора, его актуальность для других участников интернет-коммуникации обеспечивается творческим использованием в нем

прецедентных текстов, высказываний, ситуаций и имен. Прецедентность данных феноменов может определяться как рамками социальной группы, так и рамками национально-языковой общности.

**Научная новизна** исследования состоит в следующем:

- 1) системно изучены социолингвистические и лингвопрагматические особенности интернет-мемов как инструмента визуализации общения;
- 2) теоретически обоснован статус интернет-мема как жанра коммуникации;
- 3) охарактеризована специфика соотношения вербального и визуального компонентов мема в составе мем-групп;
- 4) проанализированы сценарии развертывания тематических комплексов мемов, связанных с актуальными событиями в социальной, политической и культурной жизни;
- 5) предложена классификация креолизованных мемов по выполняемой ими функции (рекреационные, публицистические и комбинированные);
- 6) эксплицитно представлено лингвокреативное содержание креолизованных интернет-мемов;
- 7) в научный оборот введены понятия «мем-группа», «тематический комплекс мемов», «сценарий развертывания тематического комплекса мемов».

**Теоретическая значимость** исследования обусловлена разработкой проблемы визуализации интернет-общения: полученные результаты позволяют углубить научные представления о закономерностях создания и функционирования креолизованных текстов, особенностях их стереотипизации, уточнить параметры интернет-коммуникации, определить жанровую специфику и лингвокреативный потенциал креолизованных интернет-мемов. Проведенный социолингвистический и лингвопрагматический анализ креолизованных мемов в составе мем-групп, а также сценариев развертывания тематических комплексов интернет-мемов, дающих множественную интерпретацию событий, будет способствовать развитию науки о мемах (меметики) как нового междисциплинарного направления исследований.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования его основных положений, материалов и выводов в университетском преподавании курсов общего языкознания, семиотики, стилистики, политической лингвистики, социолингвистики, лингвопрагматики и лингвокультурологии, а также спецкурсов по теории текста и дискурса. Основные результаты исследования могут найти применение при выработке стратегии молодежной политики, разработке социальных программ, формировании приоритетов в развитии культуры.

**Апробация работы.** Основные положения диссертационного исследования были представлены в виде докладов и сообщений на V Международной научной конференции «Языки профессиональной коммуникации» (Челябинск, 2013 г.), Всероссийской научно-практической

конференции «XX Уральские Бирюковские чтения» (Челябинск, 2013 г.), Международном конгрессе по когнитивной лингвистике (Челябинск, 2014 г.), межвузовской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Слово в традиционной и современной культуре» (Екатеринбург, 2014 г.), VII Всероссийской научной конференции с международным участием «Литература в контексте современности» (Челябинск, 2014 г.), Международной научной конференции «Журналистский текст в новой технологической среде» (Челябинск, 2015 г.), Международной научно-практической конференции «Новейшая филология: итоги и перспективы исследований», посвященной памяти Б. И. Осипова и М. П. Одинцовой (Омск, 2019 г.), II Международном научном конгрессе «Россия в международном диалоге» (Челябинск, 2019 г.), Международной научной конференции «IX Лазаревские чтения: Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: память культуры и культура памяти» (Челябинск, 2020 г.), Международной научно-практической конференции «Языковая реальность в контексте межкультурного стратегического диалога» (Пятигорск, 12 2020 г.), а также на заседаниях межвузовского теоретического семинара Челябинского регионального отделения РАЛК (2015–2021 гг.).

Содержание диссертации отражено в 15 публикациях автора, в том числе в пяти статьях в научных рецензируемых журналах и изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

**Во введении** обосновывается выбор темы диссертации, определяется ее актуальность, формулируются объект, предмет, цель исследования, его гипотеза и задачи, характеризуется теоретическая база, методы исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, раскрывается научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, приводятся сведения об апробации исследования.

**В первой главе «Теоретические аспекты изучения креолизованных мемов как средства визуализации интернет-общения»** рассмотрены теоретические аспекты проблемы визуализации интернет-общения, проанализировано содержание понятий «коммуникация», «интернет-коммуникация», «креолизованный текст» и «мем» в лингвистике и смежных науках, обоснован подход к анализу интернет-мемов как к особого жанра виртуальной коммуникации.

В главе дается обзор существующих научных подходов к понятию «коммуникация» на основе трудов отечественных и зарубежных исследователей (Н. Г. Асмус, О. С. Ахманова, С. В. Бориснев, Д. П. Гавра,

Ю. М. Лотман, Н. Луман, А. Пиз, Р. О. Якобсон, И. П. Яковлев). Появление термина «коммуникация», как и выделение коммуникации в самостоятельный объект социальных наук, пришлось на начало XX века, в связи с развитием технических средств передачи и получения информации. В основе коммуникации лежат различные цели и задачи, которые ставят перед собой ее участники. Основным, базовым мотивом является передача и/или получение информации. Помимо этого, существует ряд других: побуждение собеседника к совершению каких-либо действий, стремление к эмоциональному обмену, желание повлиять на мировоззрение собеседника и т. д.

Вслед за Н. Г. Асмус, под коммуникацией в работе понимается «социальное взаимодействие коммуникантов, т. е. их влияние на поведение, образ мыслей и чувства друг друга, обмен информацией между собеседниками и собственно речевое общение» [Асмус, 2005]. Главная задача коммуникации и коммуникативного процесса заключается в обмене информацией между людьми, доведение до собеседников идей, чувств, мыслей. Для того чтобы отправленное сообщение было понятым, адресанту следует учитывать многие аспекты, в том числе цели коммуникации, характер ее участников, способ донесения информации и др. При исследовании коммуникативного пространства в сети Интернет мы считаем необходимым акцентировать внимание именно на социальном взаимодействии коммуникантов, их влиянии друг на друга в процессе общения, а также на способах передачи не только информации, но и эмоций.

Другим базовым компонентом теоретического обоснования работы выступает понятие интернет-коммуникации. Анализ работ исследователей данной проблемы (Ю. Д. Бабаева, С. В. Бондаренко, И. А. Быков, Т. Ю. Виноградова, А. Е. Войскунский, Е. И. Горошко, О. В. Смыслова, А. В. Соколов, М. Г. Шилина) позволил сделать вывод о том, что участники коммуникации в сети Интернет лишены возможности использовать и считывать один из главных компонентов межличностного общения – невербальные средства коммуникации: жесты, эмоциональную окраску, тембр и силу голоса, мимику, дикцию и т. д. Им остается употреблять лишь письменную речь, максимально насыщая ее эмоционально. Подобное насыщение происходит при помощи графических символов – восклицательных знаков, многоточия и т. д. либо всевозможных их комбинаций. Интернет-коммуникация, по своей сути, представляет новый тип языкового общения – письменную разговорную речь.

Поскольку все уровни коммуникации в сети Интернет взаимосвязаны, трактовка понятия интернет-коммуникации вариативна за счет разнообразия форматов общения в пространстве Всемирной паутины. В настоящее время можно условно выделить следующие формы: интернет-чаты; форумное общение; мессенджеры типа Skype, WhatsApp, Viber и др.; социальные сети ([www.VKontakte.ru](http://www.VKontakte.ru); [www.odnoklassniki.ru](http://www.odnoklassniki.ru), Instagram, Twitter и т. д.); переписка по электронной почте (e-mail).

Интернет-пространство представляет собой область актуальных коммуникативных процессов, здесь в первую очередь проявляются многие тенденции, поскольку сеть Интернет выступает максимально доступным и оперативным средством массовой коммуникации. Опосредованное общение осуществляется не только через компьютер (ноутбук, нетбук), но и при помощи разнообразных гаджетов, таких как мобильные телефоны, смартфоны и планшеты, имеющие доступ к Интернету и возможность общения с другими пользователями с помощью установленных на них различных программ.

Несмотря на обилие работ, посвященных проблеме жанров интернет-коммуникации, она до сих пор не получила окончательного решения в связи с многообразием жанров виртуального дискурса. Предложенные исследователями классификации жанров довольно быстро «устаревают», что связано как с появлением новых жанров, так и с трансформацией уже существующих.

В понимании жанра интернет-коммуникации автор работы опирается на точку зрения Н.Б. Лебедевой и ее учеников, которые определяют жанр как «вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия людей», при этом во главу угла ставится адресат, его ожидания, его восприятие, его реакция [Лебедева, 2011].

Рассматриваемые в диссертации интернет-мемы представляют собой вербальное оформление типичной ситуации социального взаимодействия, дополненное иконическим элементом для максимально быстрой и точной передачи не только информации как таковой, но и отношения к ней автора. Иконический элемент можно рассматривать как проявление тенденции тяготения индивида и общества в целом к визуализации информации. В связи с этим закономерным становится функционирование в виртуальном пространстве разнообразных картинок, за которыми закрепляется определенная эмоция или отношение к чему-/кому-либо.

Интернет-мем рассматривается в качестве отдельного жанра коммуникации. Под жанром при этом подразумевается совокупность существенных свойств, содержательных и формальных параметров коммуникативного взаимодействия, на основе которых возможно группировать и дифференцировать соответствующие разновидности текстов. Наиболее важными являются такие параметры коммуникации, как цель и мотивы общения; статусно-ролевые характеристики коммуникантов; модальность, или тональность, общения (официальное, нейтральное, дружеское); способ коммуникации (устный / письменный, контактный / дистантный). Именно жанры выступают главным средством организации социального взаимодействия людей в различных сферах.

Происхождение термина «мем» восходит к греческому слову μίμημα (подобие), которое отражает основополагающее свойство мема – способность к репликации, образованию большого числа копий, отталкивающихся от оригинала, посредством распространения информации. Концепция мемов впервые была сформулирована в 1976 году британским ученым Ричардом

Докинзом в книге «Эгоистичный ген» [Докинз, 1993]. Там же было предложено новое научное направление – «меметика» и введен термин «мем».

С развитием сети Интернет было введено понятие «медиавирус» (1994 г.), что по своей природе представляет собой «мем», переносимый при помощи средств массовой информации и обладающий высокой степенью влияния на сознание.

Интернет-мем – это в широком смысле любая информация, которая приобрела популярность и получила распространение в интернет-среде. Термин вошел в употребление в середине первого десятилетия XXI века. Мемами могут быть как слова, фразы, так и всевозможные картинки. Иначе говоря, термин включает любые высказывания, изображения, звуко- или видеоряд, все то, что получило определенную популярность в Интернете за счет своей актуальности или других факторов.

В научной литературе интернет-мемам как феномену коммуникативного пространства в последние годы уделяется много внимания. К изучению интернет-мема обращаются не только лингвисты (Т. В. Аникина, О. М. Лунцова, М. Г. Марченко, О. А. Никитина, Н. А. Прокофьева, Л. И. Швыдкая, Е. А. Щеглова), но и политологи (С. А. Шомова), историки (Е. Ж. Баяртуева, Л. С. Гуторенко, А. М. Олешкова), философы (Е. Л. Яковлева). Как правило, при рассмотрении интернет-мемов ссылаются на работы Р. Докинза и его определение понятия «мем», а также на работы Д. Рашкоффа и его определение понятия «медиавирус».

В основном выделяют такие характерные черты интернет-мема, как наличие визуального (иконического) и вербального компонентов (Е. Е. Анисимова, О. А. Гудкова, Ф. Зандер, С. В. Канашина, О. А. Никитина), способность к тиражированию (А. М. Олешкова), вирусность (С. А. Шомова), полимодальность (А. М. Олешкова), или мультимодальность (О. А. Гудкова, Ф. Зандер, О. А. Никитина), прецедентность (Е. Ж. Баяртуева, О. А. Гудкова, Л. С. Гуторенко, Ф. Зандер, С. В. Канашина, О. А. Никитина, А. М. Олешкова, Е. Ю. Пишкова, М. С. Смирнова, Ю. В. Щурина), способность к размножению (К. В. Дементьева).

С точки зрения автора диссертации, отличительной чертой интернет-мемов, позволяющей выделять их как самостоятельное явление, выступает их воспроизводимость (высокий уровень репликации в коммуникативном пространстве Интернета) и высокая скорость циркуляции в Интернете. С. В. Канашина, Н. А. Прокофьева, С. А. Шомова, Е. А. Щеглова пишут об интернет-меме как о жанре интернет-коммуникации, не давая развернутого объяснения этой интерпретации. В работе дается авторское понимание интернет-мема как жанра виртуальной коммуникации.

В широком смысле мем трактуется как «единица информации, находящаяся в мозгу и являющаяся мутирующим репликатором в культурной эволюции человечества» [Докинз, 1993]. По утверждению Р. Докинза, мемы

способны влиять на свое окружение и обладают способностью к размножению – репликации. Данные единицы сравниваются с генами (тем самым биологические представления переносятся в область лингвистики и психологии).

В узком смысле мем рассматривается как часть медиавируса. Американский медиавед Д. Рашкофф, рассуждая о распространении мемов в медиапространстве, отмечает, что «медиа-вирусы распространяются тем быстрее, чем сильнее они пробуждают наш интерес, и их успех зависит от того, каковы сильные и слабые стороны их организма-хозяина. Чем более провокационны «картинка» или знак <...>, тем дальше и быстрее они путешествуют по инфосфере» [Рашкофф, 2003]. Главная задача мемов – проникнуть в сознание как можно большего количества людей, «заразить» их собой. В случае если медиавирус не знаком реципиенту, не встречался ему ранее и не вызывает у него бурной реакции, то и шанс «заражения» существенно снижается. Таким образом, медиавирусы и мемы, входящие в их состав, рассматриваются как инструмент влияния на сознание людей. При этом они воздействуют на то, как люди, зараженные ими, взаимодействуют друг с другом и даже воспринимают реальность.

Будучи частью виртуальной коммуникации, интернет-мем выступает разновидностью «естественной письменной речи» и обладает такими признаками, как *неофициальность* (зачастую социальные рамки в Интернете полностью стираются), *спонтанность* (между возникновением желания/необходимости довести до собеседника какую-либо информацию и его осуществлением проходит незначительный промежуток времени; часто смысл отправленного сообщения, наличие в нем грамматических и/или стилистических, речевых ошибок, осознается уже после его отправки), *непрофессиональность* (авторы интернет-мемов являются обычными пользователями, как и миллионы других), а также характеризуется «непринужденностью, непосредственностью, вписанностью в конситуацию, в психологическое и социальное бытие автора» [Лебедева, 2011: 9].

Важной особенностью данного жанра выступает отсутствие каких-либо требований к оформлению информации: выбор используемой лексики (в том числе нецензурной), стиля, художественных средств, темы и способов ее преподнесения зависит исключительно от желания автора и его ориентированности на ту или иную аудиторию.

К важнейшим характеристикам интернет-мема как жанра относятся:

- спонтанность;
- стремление заинтересовать и охватить как можно большее количество пользователей (ср.: [Мечковская, 2007]);
- «кратко-живучесть», но при этом наличие большого потенциала для дальнейшего развития и распространения;
- развлекательный характер;
- нацеленность на привлечение и удержание внимания;
- быстрая распространяемость (при условии высокой популярности)

- прецедентность.

При указании на прецедентность интернет-мема имеется в виду, что для понимания и точного декодирования сообщения, заложенного в том или ином интернет-меме, адресату необходимо обладать определенным запасом знаний о событиях, ситуациях, личностях и т. д.

Под интернет-мемом в работе предлагается понимать продукт творчества отдельно взятого пользователя или группы людей, выраженный в виде вербальной, визуальной, вербально-визуальной или иной форме, получивший распространение и популярность в интернет-пространстве, имеющий прецедентный характер, вызывающий эмоциональный отклик у реципиента, и при этом обладающий потенциальной возможностью выхода за рамки исключительно интернет-коммуникации.

Использование термина *креолизованный мем* в данном исследовании отсылает к понятию «креолизованный текст» (термин введен Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым) и предполагает, что сообщение, заключенное в меме, представлено двумя составляющими: вербальной частью (собственно текст, текст словесный, сообщение, оформленное графически) и визуальной частью (в виде картинки, цветового или шрифтового выделения). Е. Е. Анисимова определяет креолизованные тексты как «особый лингвовизуальный феномен, текст, в котором вербальный и невербальный компоненты образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функционирующее целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова, 1992].

В креолизованных мемах вербальный и визуальный компоненты состоят в неразрывной связи: изъятие одной составляющей может привести к неполноценной интерпретации целого, из-за чего смысл может быть полностью утерян, а само сообщение будет лишено эмоциональной окраски, глубины содержания. Визуализация текста может носить как субъективный характер (передача отношения автора), так и объективный характер (без визуального компонента текст утрачивает смысл).

В главе отмечается, что в процессе виртуальной коммуникации получает свою реализацию креативная функция языка. Она выражается в использовании существующих и поиске новых средств, облегчающих процесс общения. Интернет-мемы могут применяться в роли эффективного средства трансляции смысла. Особую значимость при этом имеют креолизованные мемы, поскольку они обладают текстовой оформленностью, целостностью, формальной и смысловой завершенностью, адресатностью и интертекстуальностью.

**Во второй главе «Социолингвистические и лингвопрагматические характеристики креолизованных интернет-мемов»** представлено исследование социолингвистических и лингвопрагматических особенностей интернет-мемов, ведется анализ содержания креолизованных мемов в составе мем-групп, рассматриваются сценарии развертывания тематических комплексов мемов, посвященных актуальным событиям в жизни страны,

уточняются основные функции креолизованных мемов в сети Интернет, на конкретных примерах раскрывается их лингвокреативный потенциал.

В работе проанализировано содержание новостной ленты социальной сети «ВКонтакте», приведены результаты опроса, направленного на выяснение степени вовлеченности мемов в контент социальных сетей. Установлено, что значительную часть новостных лент составляют визуализированные тексты, и прежде всего интернет-мемы. Популярность интернет-мемов подтверждают данные поисковых систем «Google» и «Yandex».

Интернет-мемы рассматриваются в главе как социолингвистический феномен, поскольку они являются продуктом творчества пользователей, представляющих интересы определенных социальных групп, и отражают типичные для них установки, ценности, стереотипы.

При помощи визуального образа в меме задается тема сообщения или определенный взгляд на ту или иную проблему, а само сообщение приобретает эмоционально-экспрессивную окраску. Особый интерес в этом отношении представляет анализ мем-групп. Под мем-группой в работе понимается совокупность мемов, которая отличается неизменным визуальным компонентом и разнообразной вербальной составляющей.

В работе проанализированы три мем-группы: «Веселый студент», «Злая училка» и «Родители». В данных мем-группах транслируются общие ценности, а именно: человек как личность, его свобода и самореализация. При этом интенциональность посылаемых сообщений разная. Так, в мем-группе «Веселый студент» (Рисунок 1) в игровом контексте утверждается свобода личности, ее стремление наслаждаться жизнью.

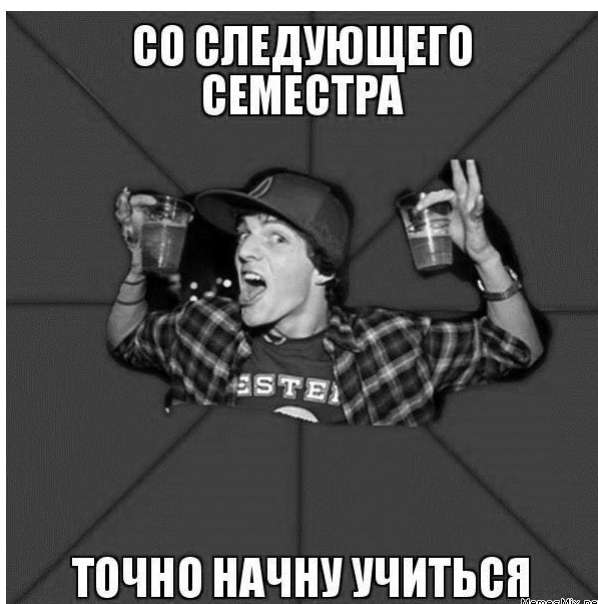


Рисунок 1 – Мем «Веселый студент»

В мем-группе «Злая училка» (Рисунок 2) осуществляется запрос на позитивное взаимодействие со стороны учителя. Учитель предстает в мемах в образе диктатора, оказывающего негативное воздействие на учащихся.

В мем-группе «Родители» отрицается покушение на свободу личности ребенка. Вербальные контексты, представленные здесь, воспроизводят типичные ситуации взаимоотношений «отцов и детей» в пространстве дома (проверка домашнего задания, совместная трапеза, «провода» в школу, контроль за чистотой в комнате и т. д.).

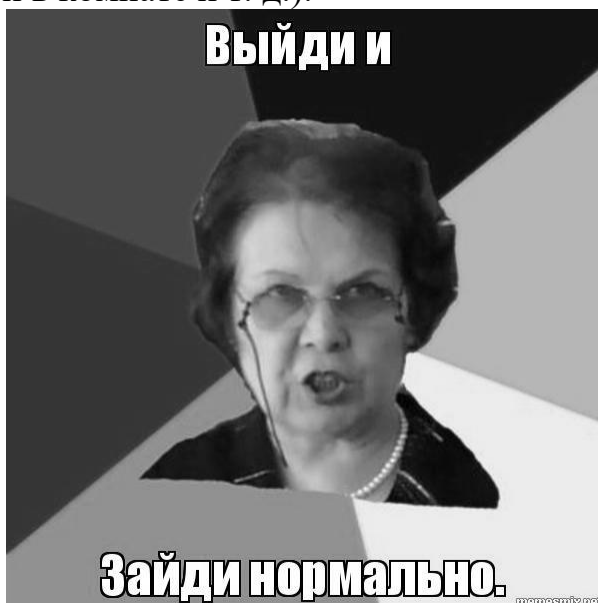


Рисунок 2 – Мем «Злая училка»

Родители представлены в роли непогрешимых морализаторов, обличителей пороков, с высоты своих лет отчитывающих несмышленных отпрысков (Рисунок 3). Воспроизводимые в мемах фразы варьируются от обыденных наставлений, советов и рекомендаций до реплик императивного характера, не допускающих обсуждения и существования альтернативных вариантов.



Рисунок 3 – Мем «Родители»

Количество мем-групп в сети Интернет постоянно растет, при этом многие из них отражают интересы тех или иных социальных категорий пользователей. Ярким примером могут служить мем-группы «Типичный парень», «Типичная баба», «Когда с дедом», «Бабуля», «Девушка-блондинка», «Типичный полицейский», «Пожарный», «Водитель», «Геймер» и др.

Важнейшими социолингвистическими характеристиками креолизованных мемов являются: 1) их актуальность в рамках определенной социальной группы, сформированной по параметру возраста, пола, уровня образования, профессиональной или субкультурной принадлежности, а также совокупности ряда признаков; 2) в мемах, объединенных в мем-группы, отражаются ценности, установки и языковые предпочтения тех или иных социальных категорий интернет-пользователей; 3) наиболее удобной площадкой для распространения мемов является социальная сеть, откуда мем может проникнуть в общее интернет-пространство.

Одной из важных функций мемов является реализация социопрагматических потребностей пользователей, привлечение внимания к определенной проблеме. Многие мемы возникают как живой отклик на актуальные события. В качестве примера в главе рассмотрены мемы, посвященные падению челябинского метеорита, ситуации на Украине (2013–2014 гг.), внесению поправок в Конституцию РФ (2020 г.) и пандемии коронавируса (2020–2021 гг.).

Анализ мемов, посвященных падению челябинского метеорита (Рисунок 4), показал, что они не только привлекают внимание общественности к какому-либо событию, но и – абсолютно независимо друг от друга – сглаживают остроту восприятия ситуации, заставляя смеяться над во многом обоснованными страхами людей, переводя произошедшее из категории серьезного в категорию игрового.



Рисунок 4 – Мем «Метеорит»

Практически все важные события, связанные с ситуацией на Украине, оперативно комментируются, интерпретируются, осмысляются в сети Интернет как в виде обычных фотографий, так и в виде креолизованных интернет-мемов (Рисунок 5). При этом используются не только фотографии с мест событий, но также иконические компоненты, восходящие к различным мем-группам.



Рисунок 5 – Мем, дающий интерпретацию событий 2014 г.

Анализ показал, что в информационном противостоянии, присущем сегодняшней политической ситуации в мире, интернет-мемы не только служат дополнением к новостному контенту, но и оказывают самостоятельное воздействие путем распространения в социальных сетях.

Внесение поправок в Конституцию РФ, предложенное президентом В. В. Путиным в послании Федеральному собранию 15 января 2020 года, стало событием, получившим широкий резонанс в интернет-сообществе. Анализ 140 интернет-мемов, посвященных этому событию, позволил прийти к выводу, что внесение поправок вызвало неоднозначную эмоциональную реакцию у большинства интернет-пользователей. С одной стороны, в сети Интернет активно обсуждалось предложение В. Терешковой об «обнулении» президентского срока (Рисунок 6).

**Терешкова: «Обнулить сроки  
Путину просили простые люди!»**

**Простые люди:**



Рисунок 6 – Мем, посвященный внесению поправок в Конституцию РФ

С другой стороны, негативную реакцию вызвал тот факт, что список поправок было непросто найти. Пользователи социальной сети Twitter стали предлагать свои поправки и интерпретации уже внесенных поправок в игровом контексте, о чем свидетельствуют вербальные компоненты интернет-мемов: «Рамзан К. предложил внести извинения в конституцию»; «– Две мясных котлеты гриль, специальный соус сыр, огурцы, салат и лук, все на булочке с кунжутом – это тоже в конституцию добавлять? – Да» и т. д.

Несмотря на бурную реакцию на данные события, спустя непродолжительный промежуток времени внимание пользователей переключилось на распространение новой коронавирусной инфекции на территории России и мире в целом (Рисунок 7).

**КОГДА ЛЮДИ ДЕЛАЮТ ИЗ  
ТЕБЯ МЕМ ВМЕСТО ТОГО,  
ЧТОБЫ БОЯТЬСЯ**



Рисунок 7 – Мем, посвященный ситуации с коронавирусом

Анализ 439 интернет-мемов (211 из которых являются англоязычными), посвященных пандемии коронавируса, показал, что интернет-мемы не просто функционируют внутри виртуального пространства, выполняя информативную и развлекательную функции. В них предпринимается попытка повлиять на сознание людей путем создания определенного взгляда на проблему и побудить их к определенным действиям. Использование слов «паника», «дефицит», «ограничение», «локдаун», «эпидемия», «заболевание», «массовый», «отсутствие» и их аналогов на английском языке приводят к формированию эмоционального напряжения у реципиента. При этом противоположные установки резонируют, из-за чего возникает повышенный интерес к данной проблеме.

Безусловно, пандемия коронавируса явилась наиболее травмирующим событием 2020 года. В большом количестве креолизованных мемов наблюдается стремление сгладить ее травмирующий эффект.

В главе отмечается, что посредством интернет-мемов в современном коммуникативном пространстве дается оценка политическим ситуациям в стране и мире, выражается отношение к политическим деятелям, их поступкам и заявлениям. В работе рассмотрены интернет-мемы, посвященные таким политическим фигурам, как Дженнифер Псаки, Владимир Кличко, Владимир Путин, Дональд Трамп.

Большой интерес представляет интерпретация интернет-пользователями крупных политических событий. В качестве примера рассмотрено отражение в мемах президентских выборов в США 2016 и 2020 гг. С помощью мемов можно проследить, как особенности размещенных в сети материалов, связанных с кандидатами в президенты, повлияли на отношение к ним пользователей.

Предвыборная президентская кампания в США 2016 г. вызвала значительный резонанс как в англоговорящей среде, так и в русскоязычном кластере. Активный интерес выразился в появлении и распространении в интернет-пространстве большого количества мемов (см. Рисунок 8).



## Рисунок 8 – Мем, посвященный президентским выборам 2016 г.

Русскоязычные мемы, посвященные Х. Клинтон, в большинстве своем носили критический, иронический или негативный характер, что обусловлено ее постоянной критикой России, российской внешней политики, действий президента В. В. Путина.

Несмотря на ироничный характер мемов, посвященных Д. Трампу, негатив в них был выражен не столь ярко. Довольно часто его сравнивали с лидером ЛДПР, называя «американским Жириновским». Большое внимание при этом было уделено волосам Д. Трампа и его взаимоотношениям с женой.

Многие интернет-мемы, распространявшиеся в русскоязычном сегменте сети Интернет, носили явно импортированный характер. Их вербальный компонент представлял собой перевод с английского на русский язык или сохранял свой оригинальный вид. При этом заимствовались и переводились именно те интернет-мемы, которые были близки и понятны российскому пользователю.

Создание мемов на политические темы не только отвечает стремлению пользователей выразить отношение к тому или иному событию, процессу, деятелю, но и способствует формированию общественного мнения.

В работе предложено подразделить креолизованные мемы на три основных группы, в зависимости от выполняемых ими функций:

**1. Рекреативные.** Мемы характеризуются ориентацией на развлечение, на эмоциональную реакцию (удивление, смех, узнавание, негодование и т. д.). Главная их особенность в том, что они основаны на стереотипах, устойчивых представлениях большинства адресатов о различных событиях, ситуациях, нормах и т. д. Как правило, в мемах этого типа воспроизводится повседневная реальность.

**2. Публицистические.** Основной задачей данных интернет-мемов является выражение отношения к тому или иному известному деятелю, событию. Их авторы стремятся повлиять на мнение адресата, воздействовать на его сознание, мировоззрение, картину мира. В центре внимания мемов находятся яркие личности (в основном, политики) или события, получившие широкий резонанс.

**3. Комбинированные.** Данная группа мемов представляет собой гибридный тип по отношению к первым двум. Интернет-мемы появляются как реакция на какое-либо значимое социальное событие. В них отражено многообразие мнений и интерпретаций, в том числе противоположных. Задачей таких мемов является экспликация различных точек зрения на проблему. В основе таких мемов, как правило, лежат события в сфере спорта, природные явления, уголовные деяния, получившие широкий резонанс, и т. д.

Первая группа мемов наиболее ярко реализует стремление интернет-пользователей к языковой креативности, творческое отношение к языку, желание экспериментировать с языком. Игра со словом в мемах осуществляется через широкое использование паронимов, омонимов,

создание неологизмов. Вербальная составляющая при этом может быть минимальной: «Стрессия», «Не смотри, я не наквашена», «Чувство собственного отстоинства», «Понетленник», «Слезоточивый ВАЗ», «Чувство недообнимания», «Я спился с пути», «Терпение и труд, все, перекур», «Я за тебя пережираю», «Путевка в жалкие страны», «Я вполне уравнобешенный», «Высплюсенье», «Рабочие нудни», «Недоспатки» и др. (Рисунок 9).



Рисунок 9 – Мем «Все будет хорошо»

Иконический компонент мема значительно усиливает эффект, помогая расшифровать сообщение и облегчая восприятие информации. Практически все интернет-мемы подобного рода легко воспринимаются и понимаются аудиторией за счет взаимодействия вербального сообщения и сопровождающего его визуального ряда.

В большом количестве мемов используется прием буквального прочтения устойчивого выражения. Например: «Картошка в мундире» – изображен картофель в армейском мундире, «Облака плывут» – облака, плывущие в бассейне, «Деловая колбаса» – колбаса одета в деловой костюм, «Напряженный момент» – клей «Момент» представлен в напряженном состоянии, «Аккумулятор сел» – аккумулятор сидит за решеткой, «Хурма вяжет рот» – хурма вяжет из шерсти рот, «Часы встали» – часы встают утром с кровати, «Голубой вагон бежит, качается» – вагон голубого цвета бежит на беговой дорожке и поднимает штангу, «Мелочь пузатая» – монеты достоинством в рубль, пятьдесят и десять копеек с большими животами, «Хозяйственное мыло» – мыло прибирается в комнате и т.д. (Рисунок 10).

Картошка в мундире



## Рисунок 10 – Примеры мемов с языковой игрой

В целом, можно говорить о том, что стремление все большего количества пользователей сети Интернет наполнить виртуальное пространство результатами своих лингвистических экспериментов, в том числе в виде креолизованных мемов, стало закономерным.

**В заключении** подводятся итоги проведенного исследования, обобщаются его результаты, намечаются перспективы дальнейшего изучения интернет-мемов как средства визуализации общения.

Перспективным представляется лингвосомиотический анализ образов, привлекаемых к созданию мемов, исследование механизмов влияния креолизованных мемов на картину мира участников интернет-коммуникации, а также анализ глубины проникновения образов и идей, содержащихся в креолизованных мемах, в повседневную жизнь современного человека (с позиций лингвоэкологии). Одним из направлений может стать изучение функционирования мемов в рекламных текстах с точки зрения использования их социопрагматического и лингвокреативного потенциала.

Содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора.

### **Статьи в ведущих рецензируемых журналах и изданиях, определенных перечнем ВАК Минобрнауки РФ:**

1. Часовский, Н. В. Самопортрет студента в Интернете (на примере мема «Веселый студент») / Н. В. Часовский // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2014. – № 10 (339). – С. 151–153.

2. Часовский, Н. В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации / Н. В. Часовский // Ученые записки Забайкальского гос. ун-та. Серия: Филология, история, востоковедение. – 2015. – № 2 (61). – С. 124–127.

3. Голованова, Е. И. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ / Е. И. Голованова, Н. В. Часовский // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2015. – № 5 (560). – С. 135–141.

4. Часовский, Н. В. Отражение избирательной кампании президента США в интернет-мемах [Электронный ресурс] / Н. В. Часовский // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2017. – № 4 (27). – С. 148–154. – URL: <http://tlic.kursksu.ru/index.php?page=6&new=27>.

5. Часовский, Н. В. О взаимовлиянии виртуального и реального миров в современном коммуникативном пространстве / Н. В. Часовский, П. В. Часовский // Вестник Челябинского гос. ун-та. – 2019. – № 1 (423). – С. 151–158.

### **Другие публикации:**

6. Часовский, Н. В. Модель коммуникативного поведения студента ЧелГУ в социальных сетях / Н. В. Часовский // Филологические проекции

Большого Урала: материалы межрегион. студ. конф. – Пермь: Изд-во Пермского ун-та, 2013. – С. 238–241.

7. Часовский, Н. В. Игровые интенции мем-групп (на примере восприятия челябинского метеорита) / Н. В. Часовский // Челябинский гуманитарий. – 2013. – № 1 (22). – С. 55–59.

8. Часовский, Н. В. Игры со словом в Интернете (на примере креолизованных текстов) / Н. В. Часовский // Слово в традиционной и современной культуре: сб. тезисов межвузов. науч. конф. студентов, аспирантов, молодых ученых. – Екатеринбург: Изд-во Урал. фед. ун-та, 2014. – С. 89–91.

9. Часовский, Н. В. Литературные образы в интернет-мемах / Н. В. Часовский // Литература в контексте современности: Жанровые трансформации в литературе и фольклоре: сб. материалов VII Всерос. науч. конф. с междунар. участием. – Челябинск: Энциклопедия, 2014. – С. 188–191.

10. Часовский, Н. В. Реализация креативной функции языка при создании креолизованных мемов / Н. В. Часовский // Челябинский гуманитарий. – 2017. – № 3 (40). – С. 47–51.

11. Часовский, Н. В. Особенности коммуникации подростков в социальной сети «Instagram» [Электронный ресурс] / Н. В. Часовский // Новейшая филология: итоги и перспективы исследований: сб. ст. междунар. науч.-практ. конф., посв. памяти Б. И. Осипова и М. П. Одинцовой / отв. ред. О. В. Золтнер. – Омск: Изд-во Омского гос. ун-та, 2019. – С. 353–355. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

12. Часовский, Н. В. Визуальная репрезентация социальных проблем в интернет-мемах / Н. В. Часовский // Россия в международном диалоге: сб. материалов II Междунар. науч. конгресса. – Челябинск: Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2019. – С. 174–178.

13. Голованова, Е. И. Актуализация прецедентных феноменов в интернет-мемах / Е. И. Голованова, Н. В. Часовский // IX Лазаревские чтения «Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: память культуры и культура памяти»: сб. материалов междунар. науч. конф. – Челябинск: Челябинский гос. ин-т культуры, 2020. – С. 302–304.

14. Часовский, Н. В. Тема пандемии коронавируса в интернет-мемах / Н. В. Часовский // Вопросы романо-германской и русской филологии: межвузов. сб. науч. ст. – Пятигорск: Пятигорский гос. ун-т, 2020. – С. 159–162.

15. Часовский, Н. В. Формирование образа кандидата в президенты США в виртуальном пространстве в эпоху пандемии / Н. В. Часовский // Ученые записки Ульяновского гос. ун-та. Серия: Лингвистика. – 2021. – Вып. 1 (26). – С. 116–120.