

А.Т. Бактыгереева*

¹Международная образовательная корпорация (кампус КАУ), Алматы, Казахстан

Информация об авторах:

Бактыгереева Алия Темиралиевна – ассистент профессора, Международная образовательная корпорация (кампус КАУ), Алматы, Казахстан

<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: smm_bzb@bk.ru

МЕМ КАК ФЕНОМЕН В КРЕОЛИЗОВАННОЙ ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИИ

Аннотация. *Существующие типы и виды общения в мире виртуальной реальности обеспечивают глобальные межличностные и групповые коммуникации современного общества. Одним из способов передачи информации в интернете является феномен, имеющий название «мем». Распространение мемов в активно функционирующих чатах стало мощным фактором, формирующим общественное мнение и даже современную ментальность.*

Ключевые слова: *интернет, коммуникация, мем, речевой жанр, прецедентный феномен, комический эффект, креолизованный текст.*

Введение. В настоящее время интернет представляет собой коммуникативное пространство информационного общества, обеспечивающее практически неограниченные возможности получения, передачи и обработки информации официального, делового, научного и личного характера.

Мем представляет собой единицу культурной информации. Поскольку информация может быть передана посредством слов, звуков, рисунков и так далее, мем представляет собой именно эти характеристики. Мем не нуждается в сложных описаниях какой-либо темы, он может описать ее посредством визуальной картинки-реакции, которая отражает определенную универсальную эмоцию. То есть необязательно подробно расписывать свои собственные эмоции, достаточно отправить картинку, чтобы виртуальный собеседник понял твои чувства.

Материалы и методы. Для написания данной статьи были использованы основные материалы из книги «Эгоистичный ген» ученых Ричарда Докинза и популяризатора термина, как медиавирус, Дугласа Рашкофф. Именно Ричард Докинз стал основателем создания термина «мем» (от греч. *meme* – «подобное»), еще в начале 70 годов он предложил новую науку «меметику», изучающую причины возникновения мемов, механизмы их распространения, вопросы о степени восприимчивости людей к мемам и о способности разных людей к распространению мемов. Необходимо отметить, что меметика не была признана другими учеными. Докинз – автор именно термина, то есть он обратил внимание общественности на факт явления, хотя само оно существует с момента зарождения цивилизации, просто раньше его не анализировали. В дальнейшем эту теорию поддержал другой ученый Дуглас Рашкофф, который предложил

называть мемы медиавирусом. Рашкофф убежден, что медиа-вирусы распространяются с помощью СМИ и Интернета и могут существенным образом влиять на общество и процессы в нем (выборы, идеологию и пр.) [2].

Результаты и обсуждение. Мемы представляют собой вербальные, невербальные и гибридные образования, которые объединяет два ключевых признака: воспроизводимость и высокая скорость циркуляции в Интернете. По мнению К. Страйкера, мемы постоянно обновляются, смешиваются, мутируют, формируя все более сложный и специфичный вербально-визуальный язык интернет-сообществ [6].

В широком смысле мем – это некая «идея, образ, объект культуры (чаще нематериальной), который перенимается многими членами сообщества» [7]. При этом спонтанному распространению среди интернет-пользователей подвержена не всякая информация, а только та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей равнодушными 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 [1]. Так, мемы-персонажи являются усредненными портретами представителей некоторых профессий (Проницательный Психолог, Коварный Переводчик, Типичный программист, Злая Училка, Филологическая Дева) или социальных слоев (Типичный Иммигрант, Провинциальный мэн); нередко мемами становятся животные или фантастические персонажи (Котэ, Собака, Философоратор, Ктулху).

В современном интернет-пространстве можно выделить несколько типов активно функционирующих мемов: 1) текстовые мемы; 2) мем-изображения; 3) медиа-мемы; 4) креолизованные мемы. Текстовые мемы состоят из слова или фразы: «аффтар жжот», «йа криветко», «веселый гном», «горизонт завален» и пр.

Источник возникновения такого мема – фразы обычных пользователей или обычных лиц. Мемы-изображения существуют в двух основных разновидностях: а) изображение, в котором главное внимание обращено на визуальную часть; б) фотожаба – результат творческой переработки изображения посредством графического редактора.

Медиа-мемы – комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей, передаются друг другу, воспроизводятся для личного и коллективного просмотра.

Креолизованные мемы – разновидность текстов, которые состоят из вербальной (то есть словесной) и невербальной (не словесной) частей.

Следует отметить, что основная аудитория мемов – люди, пользующиеся интернетом, в частности, подростки. Свойства мемов: 1) социокультурная направленность – воздействие на культурно-социальный компонент адресатов, пользующихся интернет-пространством; 2) полимодальность – использование большого арсенала средств для передачи информации, позволяющего добиться большей четкости, выразительности и меткости передаваемой идеи; 3) политическая и/или социальная окрашенность – принадлежность к определенному политическому или социальному лагерю общества.

Восстановление культурных коннотаций и определенных ассоциативных связей оказывается необходимым и для достижения нужного коммуникативного эффекта при реализации речевых жанров пространства Интернета, объединенных комической направленностью [3]. Введение в их состав интернет мемов может преследовать разные цели: создание подтекста, актуализацию «фонových» знаний адресата, повышение экспрессивности, включение элементов игры, усиление оценки и пр. Дополнительные возможности используются с разной степенью частотности, однако можно выделить жанры, для которых включение в их структуру интернет-мемов является весьма вероятным или даже обязательным, – это интернет-комиксы, приколы, демотиваторы, эдвайсы, «веселые открытки».

Включение в структуру комического жанра интернет-мемов, с одной стороны, служит маркером того или иного жанра, с другой – усложняет задачу интерпретации содержания адресатом, так как для достижения комического эффекта необходима идентификация интернет-мема. С целью объяснения и предупреждения коммуникативных сбоев важным представляется анализ источника комизма 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), художественные тексты (Донки-Хот), фильмы (Это Спарта!), электронные ресурсы (например, bash.org), персонажи аниме, сериалов, фразы отдельных пользователей или известных медийных личностей и т.д. [8].

Интернет-мем очень значим для интернет-сообщества, если он: 1) упомянут в авторитетных источниках; 2) ключевые слова интернет-мема дают не менее 100 000 упоминаний в поисковых системах; 3) интернет-мем упоминается в литературных произведениях значимых писателей, или нашел отражение в других видах искусства, или был публично употреблен известным человеком, чему есть документальные подтверждения [http://ru.wikipedia.org/wiki/Википедия:гитерии_значимости_сетевых_субкультур_и_интернет-мемов].

Креолизованный мем – разновидность креолизованных текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной ... и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [5]. Креолизованные тексты можно описать как семиотически осложненные, организованные комбинацией естественного языка с элементами других знаковых систем. При этом вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, направленное на комплексное воздействие на адресата [5]. Креолизованные интернет-мемы становятся основой значительного числа комических интернет-жанров: эдвайсов, демотиваторов, приколов и др.

В особую группу выделяются эдвайсы (от англ. advice – совет). Первоначально эдвайсы действительно представляли собой советы интернет-пользователям в виде шаблона картинки с надписями сверху и снизу, содержащими глаголы в форме повелительного наклонения. Со временем структура

усложнилась: сначала они модифицировались в предложение, разбиваемое картинкой на две части, а потом и в два предложения, при последовательном прочтении которых возникает эффект неоправданного ожидания, что и определяет смеховую реакцию.

Заключение. Таким образом, мемы способны формировать общественное сознание, поскольку используются огромным количеством пользователей. В целом возможность достижения комического эффекта при использовании интернет-мемов любого типа в структуре комических речевых интернет-жанров связана с включенностью адресата в контекст, наличием у него определенных предварительных знаний. Этим обусловлена и относительная недолговечность активности мемов. Обычно 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» (баян, или боян) и вытесняется другими, более «свежими» мемами.

Мемы значительно отличаются по востребованности и устойчивости. Устойчивость мема может быть связана с его потенциалом генерирования различных интернет-жанров. Создание значительного числа текстов или иных образований на основе данного мема и их последующее воспроизведение на разных сетевых площадках позволяет мему сохраниться и при благоприятных условиях вновь актуализироваться.

Медиа-мемы, обладая вирусной природой (т.е. способностью быстро «заражать» аудиторию, легко переходить от одного «хозяина» к другому), не просто «инфицируют» сознание человека, но и меняют его поведение и ментальные установки.

В современном мире мемы являются одним из наиболее эффективных и мощных инструментов в руках интернет-технологов, обладающих серьезными возможностями воздействия на массовую аудиторию в контенте креолизованных текстов.

Литература:

1. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета // «Теория языка и межкультурная коммуникация». – 2012. – № 2. – С. 47-52.
2. Докинз Р. Эгоистичный ген. – М.: «Мир», 1993. – 318 с.
3. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор: сб. ст. 153. – М.: Гос. республ. центр русского фольклора, 2009. – С. 285-294.
5. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. – М.: «Наука», 1990. – С. 180-181.
6. Stryker C. Epic Win for the Anonymous. How Achan's Army Conquered the Web. – N.Y.: Overlook, 2011. – 304 p.
7. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникаций // «Научный диалог». – 2012. – № 3. – С. 161-173.
8. Щурина Ю.В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014. – № 6 (59). – С. 85-89.

References:

1. Nezhura E.A. *New types of creolized texts in the communicative space of the Internet // Theory of language and intercultural communication.* – 2012. – No. 2. – Pp. 47-52.
2. Dawkins R. *Egoistic gene.* – Moscow: «Mir», 1993. – 318 p.
3. Ksenofontova I.V. *Specifics of communication in conditions of anonymity: memetics, image boards, trolling // Internet and folklore: collection of art. 153.* – Moscow: State Republican Center of Russian Folklore, 2009. – Pp. 285-294.
4. Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. *Creolized texts and their communicative function // Optimization of speech impact.* – Moscow: «Nauka», 1990. – Pp. 180-181.
5. Stryker C. *Epic Win for the Anonymous. How 4chan's Army Conquered the Web.* – N.Y.: Overlook, 2011. – 304 p.
6. Shchurina Yu.V. *Internet memes as a phenomenon of Internet communication // «Scientific Dialogue».* – 2012. – No. 3. – Pp. 161-173.
7. Shchurina Yu.V. *Internet memes: the problem of typology // Bulletin of Cherepovets State University.* – 2014. – № 6 (59). – Pp. 85-89.

А.Т. Бактыгереева*

Халықаралық білім беру корпорациясы (ҚАУ кампусы), Алматы, Қазақстан

Автор жайлы ақпарат:

Бактыгереева Алия Темирәлиевна – профессор ассистенті, Халықаралық білім беру корпорациясы (ҚАУ кампусы), Алматы, Қазақстан
<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: smm_bzb@bk.ru

МЕМ КРЕОЛИЗДЕНГЕН ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИЯСЫНЫҢ ҚҰБЫЛЫСЫ РЕТІНДЕ

Аңдатпа. *Виртуалды шындық әлеміндегі қазіргі байланыстың түрлері мен араласу түрлері қазіргі қоғамның галамдық тұлғааралық және топтық байланысын қамтамасыз етеді. Интернетте ақпарат таратудың бір әдісі «мем» деп аталатын құбылыс. Белсенді жұмыс істейтін сөйлесу бөлмелеріне мембраналардың бөлінуі қоғамдық пікірді, тіпті қазіргі менталитетті қалыптастыратын күшті факторға айналды.*

Түйін сөздер: *Интернет, байланыс, мем, сөйлеу жанры, прецеденттік құбылыс, күлкілі эффект, кролизацияланған мәтін.*

А.Т. Baktygereyeva*

International Educational Corporation (Campus KAU), Almaty, Kazakhstan

Information about author:

Baktygereyeva Aliya – Assistant professor, International Educational Corporation (Campus KAU), Almaty, Kazakhstan
<https://orcid.org/0000-0003-8834-3141>, email: smm_bzb@bk.ru

MEM AS A PHENOMENON IN CREOLIZED INTERNET COMMUNICATION

Annotation. *Existing types and types of communication in the world of virtual reality provide global interpersonal and group communications of modern society. One way to transmit information on the Internet is a phenomenon called «meme». The distribution of memes in actively functioning chat rooms has become a powerful factor shaping public opinion and even modern mentality.*

Keywords: *Internet, communication, meme, speech genre, precedent phenomenon, comic effect, creolized text.*