

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ
КОММУНИКАЦИИ

**ФУНКЦИИ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ
КОММУНИКАЦИИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по специальности 45.05.01 Перевод и переводоведение
очной формы обучения,
группы 04001405
Моисеенко Виктории Сергеевны

Научный руководитель
Кандидат филологических наук,
Доцент
Дехнич О.В.

Рецензент
Кандидат филологических наук,
Заведующий кафедрой
иностранных языков
БГТУим. В.Г.Шухова
Беседина Т.В.

БЕЛГОРОД 2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
ГЛАВА 1. ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК СОВРЕМЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ.....	6
1.1. Понятие интернет-дискурса	6
1.2. Меметика как современная наука.....	9
1.3. Интернет-мем как явление в современном интернет-дискурсе.....	14
Выводы по Главе 1.....	34
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ- МЕМОВ.....	36
2.1. Особенности вербального компонента интернет-мема.....	36
2.2. Особенности невербального компонента интернет-мема.....	54
Выводы по Главе 2.....	61
Заключение.....	63
Список использованной литературы.....	65
Список источников фактического материала.....	71

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации и стремительного технологического прогресса интернет-коммуникация стала вполне обычным явлением для современного человека. Это очень разнородный аспект межличностного и межкультурного общения, а следовательно, она является благоприятной средой для развития множества уникальных языковых феноменов, существующих только в ее пределах.

Возникновение, развитие и распространение в интернет-среде подобного рода языковых явлений привело к тому, что интернет-язык стал объектом пристального изучения. Однако он, как и любой другой живой язык, находится в постоянном изменении, именно из-за этого пространство Интернета, в котором происходит общение между рядовыми пользователями можно назвать чем-то вроде среды, порождающей все новые жанры, и способствующей образованию всё новых феноменов и явлений, в том числе, свойственных только этой информационной среде. Одним из таких явлений стал интернет-мем, единица информации, состоящая двух компонентов: вербального и невербального. В настоящее время интернет-мемы – это непрерывно развивающееся социальное, культурное и лингвистическое явление.

Актуальность темы работы обусловлена тем, что с каждым годом интернет-язык всё больше взаимодействует с языком повседневным. При их столкновении трансформируется стандартная лексика: слова, используемые людьми на постоянной основе приобретают новый оттенок, новый смысл, а язык стремится к упрощению. Например: слова пишутся слитно, знаки препинания не ставятся, начало предложения не выделяется заглавной буквой, и тд. Однако, несмотря на высокую популярность исследований по данной теме как в России так и за рубежом, феномен интернет-коммуникации в целом, и интернет-мемов в частности, все еще остается малоизученным. Таким образом, сейчас явление мемов в

электронной-коммуникации является наименее изученным аспектом, даже несмотря на то, что мемы оказывают огромное влияние на формирование интернет-языка.

Объектом исследования данной работы является интернет-мем как феномен интернет-коммуникации.

Предмет исследования – функции мемов в современной интернет-коммуникации.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение явления интернет-мема в интернет-коммуникации, а также определение и выявление их особенностей и функций в современном интернет-дискурсе.

В ходе работы предполагается решить следующие **задачи**:

1. Выполнить теоретический анализ литературы по проблеме исследования.
2. Определить сущность понятий «интернет-коммуникация», «интернет-дискурс» и «интернет-мем».
3. Исследовать структурную, жанровую и языковую специфику интернет-коммуникации.
4. Проанализировать существующие классификации интернет-мемов.
5. Описать прагматические и языковые особенности интернет-мема.
6. Проанализировать отобранные интернет-мемы на основе различных классификаций и рассмотреть вербальные и невербальные особенности интернет-мемов.
7. Отобрать интернет-мемы и провести анализ вербального и невербального компонентов интернет-мема с опорой на данные, полученные в ходе теоретического исследования.

Материалом данного исследования послужили интернет-мемы, отобранные методом сплошной выборки в сети Интернет.

В качестве **теоретической базы исследований** послужили работы таких ученых, как Р. Броуди, М.И. Громова, Р. Докинз, Ю.В. Щурина, Д.

Рашкофф, Н.А.Ахренова, Е.Н. Галичкина, Е.И. Горошко, О.А. Гулевич, Т.В. Жеребило, Е.Н. Лысенко и другие.

Практическая ценность работы заключается в том, что работы состоит в том, что в дальнейшем ее результаты могут быть использованы для более глубокого изучения влияния интернет-мемов на общение как в информационной среде, так и в повседневной жизни.

Методы исследования включают в себя: контент-анализ, сравнительно-сопоставительный метод, контекстуально-интерпретивный метод, метод количественного анализа.

У исследовательской работы традиционная структура. Работа включает в себя две Главы, с выводами после каждой, а также Введения, Заключение, Списка использованной литературы и Списка источников фактического материала. Во **Введении** определяется объект, предмет, цель и актуальность данной работы. **Глава I** посвящена определению терминов используемых при общении в информационной среде, их отличительным особенностям и возможным типам классификации. В **Главе II** непосредственно осуществляется распределение интернет-мемов на группы и их анализ в соответствии с типами классификаций, представленными в Главе I. В **Заключении** формируются выводы по теме исследования.

ГЛАВА I. ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК СОВРЕМЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Понятие интернет-дискурса

История Интернета началась в конце 50-х годов XX века, а именно, с разработки новейшей системы защиты и создания единой сети для хранения данных принадлежащих США. Для этой цели в 1957 году было создано Агентство перспективных исследований Министерства обороны США – ARPA, а интернет, который мы знаем сегодня, изначально задумывался как его военная разработка – сеть ARPANET.

На сегодняшний день интернет представляет собой «глобальную социально-коммуникационную компьютерная сеть. Эта сеть предназначена для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» (Соколов, 2002).

К интернету подключены миллионы компьютеров по всему миру при помощи самых разных каналов, от сверхбыстродействующих спутниковых магистралей передачи данных до медленных коммутируемых телефонных линий.

Рассматривая интернет с точки зрения теории коммуникаций, можно выделить три его основные функции:

1. Коммуникационно-пространственная функция, согласно которой интернет является глобальным коммуникационным каналом, обеспечивающим передачу информации в любую точку мира;

2. Коммуникационно-временная функция, в которой интернет выступает общедоступным банком данных;

3. Коммуникационно-социализирующая функция, где интернет является пространством для общения и самореализации как для отдельно взятой личности, так и для группы людей (Соколов, 2002:208)

Несмотря на то, что современные пользователи интернета уже давно знакомы с коммуникацией посредством мировой сети интернета, данное явление все еще находится на раннем этапе изучения. В качестве доказательства можно привести тот факт, что до сих пор не существует единого термина для обозначения этого феномена.

Например, в отечественной науке существует целый ряд терминов, которые были предложены различными учеными для обозначения данного явления. К этим терминам относятся: компьютерно-опосредованная коммуникация, интернет-коммуникация, компьютерный дискурс, виртуальная коммуникация, интернет-дискурс и другие.

Тем не менее, филолог Елена Игоревна Горошко отмечает, что направление интернет-дискурса достаточно быстро развивается и получает терминологическое оформление (Горошко, 2012).

В работе филолога Натальи Александровны Ахреновой «интернет-дискурсом» обозначается «процесс создания текста, основанный на прагматических, социокультурных, а также психологических факторах». Кроме того он рассматривается как целенаправленное действие социального характера, которое включает в себя взаимодействие людей, а также механизмов их сознания» (Ахренова, 2009:7).

Как отмечает О.А.Гулевич, под интернет-дискурсом также можно понимать особый тип общения образовавшийся в интернет-пространстве. Этот тип общения может быть как ориентирован как на общение простых пользователей друг с другом, ведение блогов, дневников, так и на принятие участия в интернет-дискуссиях), так и статусно-ориентированным (ведение официальных блогов и аккаунтов в социальных сетях) (Гулевич, 2007).

Стоит отметить, что, подобно другим типам дискурса, в интернет-дискурсе встречаются свои характерные жанры (чаты, компьютерные

форумы, личные страницы, и так далее). Е.И. Горошко отмечает, что в этих жанрах могут реализовываться и специфические, и общие свойства современного интернет-дискурса (Горошко, 2007).

Так, Н. А. Ахренова выделяет среди специфических свойств интернет-дискурса его особую лексическую подсистему, имеющую свои собственные языковые особенности и обладающую определёнными характерными культурными и социальными характеристиками: например, можно добиться расположения, доверия со стороны другого пользователя если использовать знакомую ему лексику. Это поможет установить с собеседником контакт или подобрать нужную аудиторию. Некоторым пользователям даже можно объяснить сложные понятия простым языком, и, таким образом, сделать их простыми (Ахренова, 2009: 14).

Кроме того, Н. А. Ахренова утверждает, что специфика интернет-дискурса, в основном, обусловлена специфической сферой его зарождения и распространения. Проявление этой специфики можно обнаружить в любой его области: по наличию характерных графических и орфографических, лексических, грамматических. Этим обусловлено зарождение нового вида дискурса — устно-письменного интернет-дискурса (Ахренова, 2009).

Это означает, что лексика Интернета обладает чертами как письменной разновидности языка, так и устной речи. Эта лексика хоть и сохраняет некоторые черты жаргона или профессиональной лексики, но в целом использует общеупотребительные слова. Формируется она по принципам образования неформальной лексики. Данный факт обусловлен как особенностями применения данной лексики, так и социокультурными факторами ее зарождения и распространения в мировой сети.

По словам филолога Елены Николаевны Галичкиной, виртуальный дискурс является некой разновидностью публичной речи. Причем она может идти как в форме монолога, так и в виде диалога. Галичкина выделяет такие характерные черты интернет-коммуникации как комбинирование различных лексических единиц, которые не должны относиться к одинаковому стилю и

регистру, и должны быть образованы согласно установкам и целям общения во всемирной сети (Галичкина, 2001).

В качестве еще одной отличительной черты виртуального дискурса Е.Н. Галичкина выделяет то, что для данного вида интернет-коммуникации не работает схема «Агент-клиент», ввиду того, что отношения между коммуникантами зачастую равноправные (Галичкина, 2001).

Для виртуального дискурса также характерно отсутствие видимой социальной, гендерной и возрастной градации (а этого практически невозможно избежать в подавляющем большинстве видов дискурса). Эта градация заменяется определённой разработанной моделью поведения. Например, на уровне интернет-форума присутствует разделение на «модераторов-посетителей». Модераторы форума отличаются от остальных пользователей тем, что наделены определенными регулируемыми правами на данном форуме, а также именно модераторы занимаются установлением правил и политики этого ресурса.

Как отмечает А.Е. Жичкина, дискурс в виртуальной среде интернета создан искусственно, не естественно, а, следовательно, является условным, не имеющим каких-либо определенных пространственных или временных ограничений (Жичкина, 2004). С его помощью происходит взаимодействие между пользователями интернета, и оно не зависит от их положения на карте мира или часового пояса. Общение ограничено лишь техническими средствами пользователей (есть ли у них компьютер с доступом в мировую сеть), или же человеческим фактором, например, нахождением пользователя в сети или на каком-либо ресурсе.

1.2. Меметика как современная наука

Прежде чем начать подробнее рассматривать мем, его функции и влияние на общество, необходимо разобраться, что же он собой представляет.

Понятие мем получило широкое распространение с развитием соцсетей. О.А. Гулевич описывает понятие интернет-мема так: «мемом считается краткая передача информации в текстово-графическом, музыкальном или видео формате» (Гулевич, 2018).

Согласно одной из формулировок, мем – это единица культурной наследственности, аналогичная гену и внутренняя репрезентация знания, передаваемая от одного лица другому посредством разговора, текста, изображений и т. д.

Создателем термина «мем» является английский биолог и этолог Ричард Докинз. Одной из самых известных его книг является «Эгоистичный ген» (1976). В этой книге ученый рассуждает о том, что отличает человека от иных живых существ на Земле, и приходит к выводу, что главное отличие — это культура. Там же впервые появился и термин «мем», который сегодня известен во всем мире.

Ученый провел наблюдение за эволюцией человека и сделал выводы, что на ранней стадии развития, человеку для выживания требовались сила и выносливость, однако с умственным развитием, закрепленные в генах физические данные постепенно уступили интеллекту (Докинз, 2013).

Следовательно, по мнению ученого, должно было существовать что-то, отвечающее за интеллектуальное развитие человека. Какая-либо передача информации из поколения в поколение, закрепляющая интеллектуальные способности на генном уровне (Докинз, 2013). Именно эту передачу информации он и окрестил мемом.

Таким образом, термин был предложен в качестве обозначения аналогов генов в информационном пространстве, потому что и те и другие являются единицами информации, которые размножаются и мутируют, соревнуются в эффективности и конкурируют за место в среде носителей.

Докинз в первую очередь подчеркивал способность мемов к самовоспроизведению или репликации. Он утверждал, что мемы распространяются от одного человека к другому через процесс имитации. Сильные мемы, обладающие высокой выживаемостью в культурной среде, самовоспроизводятся и копируются людьми из поколения в поколение, в то время как слабые – отсеиваются и забываются. (Докинз, 2013).

Высказывания Докинза оформились в теорию о сознании и культуре, которую американский информатик Дуглас Хофштадтер в 1983 году назвал меметикой (по аналогии с генетикой). Уже через пять лет слово «меме» включили в Оксфордский словарь со значением «элемент культуры или системы поведения, передающийся от одного индивидуума к другому посредством имитации или другим негенетическим способом».

В своём современном виде меметика появилась в 1996 год, практически одновременно с выходом в свет книг исследователей Линча и Броуди, а также зарождения электронного журнала «Журнал меметики — эволюционные модели передачи информации», в котором затем стали публиковаться и обсуждаться темы только что появившегося нового сообщества.

Меметика как наука занимается изучением мемов, но не в плане прямого изучения картинок и надписей, а в плане изучения передаваемой ими информации и эмоций. Сам термин «меметика» является транслитерацией древнегреческого слова, означающего «имитатор, притворщик». В своей книге Р.Докинз пишет, что мемы: «распространяются «...», переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией» (Докинз, 2013).

Однако, в этой науке довольно высок уровень обобщения, в связи с чем возникает достаточно много вопросов и проблем, связанных с применением меметики и ее дальнейшим оформлением в науку. Сами исследователи мемов спорят о том, что такое «единица информации» и где же она существует.

Интерналисты утверждают, что она находится в сознании человека, а экстерналисты уверены, что в культуре.

Так, будучи экстерналистом, Л. Шифман определяет мем как призму, которая позволяет высветить важные аспекты современной культуры, а также как группу цифровых элементов с определенными характеристиками, содержанием и формой (Shifman, 2012:190).

Интерналист Р. Броуди в своей книге «Психические вирусы» изучает мем с точки зрения когнитивистики психологии, а затем предлагает собственное определение: «Мем – единица информации, которая содержится в сознании. Мем воздействует на события таким образом, чтобы в сознании других людей возникло большее количество его копий» (Броуди, 2007).

На интерналистов и экстерналистов меметическое движение разделилось практически сразу. Интерналисты следуют определению мемов, данному Докинзом, а экстерналисты определяют мемы в качестве наблюдаемых артефактов культуры и поведения.

Многие ученые считают, что научный статус меметики носит спорный характер. Они также критикуют ее как псевдонауку с «непроверенными, необоснованными или некорректными заявлениями». Например, Луис Бенитес-Брибьеска называет меметику «псевдонаучной догмой» и, среди прочего, «опасной идеей, представляющей угрозу серьезным исследованиям проблем сознания и культурной эволюции» (Benitez-Bribiesca, 2001:29).

Многие ученые в области семиотики заявляют, что мем является примитивной трактовкой понятия знака, то есть является вырожденным знаком, способным только к копии.

В то же время, меметика имеет ряд сторонников. Как отмечает в своей статье парапсихолог и скептик Сьюзан Блэкмор: «Идея мемов как культурного аналога генов спорная, и большинство биологов до сих пор отвергают её. Тем не менее, меметика может многое рассказать о природе человека» (С. Блэкмор, 2009).

Российский генетик Сергей Георгиевич Инге-Вечтомов так высказался о сходстве передачи информации: «Хотя мы и не знаем пока закономерностей этого сигнального наследования, но очень много общего между наследованием в популяциях и передачей вот такой вот информации негенетическим путём» (Инге-Вечтомов, 2007)

Таким образом, перед современной меметикой возникает ряд вопросов и проблем, связанных как с ее применением, так и дальнейшим оформлением в науку. Однако, следует отметить, что все эти вопросы можно решить, потому что с генетикой была аналогичная ситуация. Мировое сообщество отказывалось принимать ее как науку до открытия ДНК именно по той же самой причине, что и меметика сейчас.

Основными вопросами стоящими перед меметикой на данный момент могут выступать:

1. Проблема измерения. Как измерить мем и как зафиксировать факт его самовоспроизведения, передачи и распространения. Каким образом можно измерить мем как единицу культурной эволюции.

Именно в попытках решить этот вопрос ученые условно разделились на интерналистов — тех, кто вслед за Докинзом понимает мем как единицу информации, существующую в мозге; и тех, кто понимает мемы как внешние, наблюдаемые культурные артефакты, — экстерналистов.

2. Насколько отличаются биологическая и культурная эволюции.

3. Третья проблема касается места меметики в корпусе научного знания.

Л.Ю Иванов указывает на то, что здесь содержатся наиболее ощутимые противоречия, потому что «научность» меметики оценивается по тому, как она соотносится со смежными науками (Иванов, 2003). В этом плане меметика вступает в конфликт с антропологией, этологией, социологией, лингвистикой, а более поздние работы — с нейронауками и кибернетикой.

В свою очередь Ю.Ю. Данилова замечает, что вопросы, связанные с происхождением культур, языка, а также усложнением социального поведения человека в процессе развития человечества, рассматриваются меметикой лишь с точки зрения репликации мема в той или иной его форме. Таким образом для меметики важен скорее механизм процесса изменения идеи, слова, звука, манеры поведения, но не его объект, причины или условия (Данилова, 2015).

1.3. Интернет-мем как явление в современном интернет-дискурсе

Разные источники дают разные определения мема. Здесь будет приведено несколько вариантов описания данного термина, на основании которых можно будет вычлнить наиболее часто описываемые характеристики, и создать более четкое понимание данного термина.

С.В. Ильясова рассматривает интернет-мем в качестве современного медиатекста, Это связано с тем, что он действительно является медиапродуктом и функционирует в системе СМИ, а именно в Интернете, а также с тем, что передача информации посредством интернет-мемов ориентирована в основном на широкий круг людей (Ильясова, 2012).

Однако, С.В. Бондаренко отмечает, что определить его место в системе медиатекстов довольно сложно. Это связано с тем, что интернет-мем является сравнительно недавно возникшим явлением (он появился приблизительно в начале XXI в.), которое обладает нестандартной, оригинальной природой (Бондаренко, 2004).

Это можно заметить на примере классификаций созданных медиалингвистами Татьяной Георгиевной Добросклонской, в классификацию которой интернет-мем не вписывается по своим жанровым характеристикам, и Ольгой Валентиновной Краснояровой. О.В.Красноярова различает следующие медиатексты: газетно-журнальный печатный текст,

телевизионный текст, радиотекст, кинопродукция, текст мобильной коммуникации (СМС, чат), интернет-текст и тексты альтернативной коммуникации (слухи, уличные объявления) (Красноярова, 2015:85).

Согласно данной классификации медиатекстов, интернет-мем относится к интернет-текстам. Таким образом, современные лингвисты признают значимость Интернета как современного средства массовой коммуникации и как платформы для функционирования медиатекстов.

Согласно Б.Я. Мисонжникову, в качестве медиатекста, интернет-мем демонстрирует свойства, характерные для данного типа текстов. Среди характерных черт медиатекста можно выделить следующие (Мисонжников, 2000:82).

1. **Интертекстуальность.** Под интертекстуальностью понимается наличие между текстами связей, позволяющих текстам ссылаться друг на друга. Она является основной характеристикой медиатекстов.

Данная категория отчетливо прослеживается в интернет-коммуникации, потому что интернет-тексты образуют сеть, в которой все элементы взаимосвязаны. Как отмечает О. В. Красноярова, «всемирная паутина, в принципе лишенная единого смыслового центра, без сомнения представляет собой множественность текстов, смыслов, открытых для творческой продуктивной игры смыслопорождения, открытых для множественности полифонических диалогов, пронизывающих медиaprостранство. И конечно, ни у кого не вызывает сомнения, что медиатекст интертекстуален» (Красноярова, 2015).

2. **Интерактивность** предполагает возможность взаимодействия субъектов в процессе коммуникации. Она реализуется как возможность обратной связи, диалогичность. Современные медиатексты отличаются интерактивностью, поскольку массовая коммуникация всегда предполагает открытость, призыв к обратной связи, ответной реакции.

Интернет-мемы, как и другие медиатексты, характеризуются интерактивностью. Во-первых, они являются частью всемирной интернет-

коммуникации, что обуславливает их открытость, публичность, доступность для любого пользователя. М.М. Лукина отмечает, что сам жанр был ориентирован на то, чтобы быть максимально интерактивными: «это выражается в их стремлении не оставить реципиента равнодушным, заинтересовать его» (Лукина, 2010:348).

Во-вторых, интерактивность интернет-мемов реализуется в возможности реципиента предоставить обратную связь в ответ на интернет-мем. З.Э Саидова выделяет такие формы выражения как: лайки, дизлайки, классы, системы оценок основанных на плюсах и минусах, а также различные комментарии пользователей (Саидова, 2017). Важно отметить, что пользователи способны выступать не только реципиентами, но и трансляторами мемов, т. е. могут тиражировать мемы, делиться ими с другими пользователями, обеспечивая бесконечный процесс репликации мемов.

Популярность любого отдельно взятого мема всегда выражена в его активном распространении в Интернете. Когда интернет-мем перестает быть популярным, процесс репликации, тиражирования останавливается и мем угасает и забывается.

В-третьих, интерактивность интернет-мемов прослеживается в том, что любой пользователь Интернета может выступать не только их пассивным реципиентом, но и активным создателем этих единиц.

Жанр интернет-мема предполагает, что эти единицы создаются не специально обученными людьми, а обычными интернет-пользователями. Таким образом, любой человек может создавать собственные мемы и размещать их в о всемирной паутине. Это означает, что интернет-мемы выступают в качестве фольклорного, народного жанра, позволяющего современному человеку выразить свое творческое начало.

3. Гибридность представляет собой сочетание нескольких разнородных элементов в рамках одной единицы. В контексте

медиатекста гибридность означает сочетание нескольких компонентов в рамках одного медиатекста.

С.В. Канашина отмечает, что гибридная форма интернет-мемов имеет большое значение в процессе передачи информации (Канашина, 2017). Во-первых, благодаря наличию не только вербальной, но и визуальной информации, семантика интернет-мемов значительно обогащается. Кроме того, М.С. Одинцова считает, что наличие вербального и визуального компонентов в интернет-меме влияет на прагматику интернет-мемов, т. е. позволяет эффективно воздействовать на реципиента, потому что графические возможности мема делают его красочным, выразительным и ярким (Одинцова, 2010).

4. **Шаблонность** является одной из ключевых характеристик любого медиатекста, потому что он должен вписываться в определенный жанр и отвечать его стилистическим, функциональным, дискурсивным требованиям. Это означает, что любой медиатекст изначально существует в четких композиционных и структурных рамках и должен соответствовать определенному шаблону.

Т.Г. Добросклонская утверждает, что таким образом можно заявить, что интернет-мем является новым, оригинальным видом медиатекстов, сферой функционирования которого является интернет-пространство (Добросклонская, 2008). Его основными характеристиками выступают интертекстуальность, интерактивность, гибридность и шаблонность.

Популярность и массовость феномена интернет-мемов позволяет говорить о том, что они полностью интегрированы в систему современных медиа и являются одним из самых востребованных медиапродуктов современности.

Конечно же, это не единственное определение термина. Например, общепринятой становится трактовка мема в узком специфическом значении как обитающей в сети репродуцируемой единицы культурной информации, фиксирующей новый, исторически беспрецедентный социально-культурный

феномен. Профессор университета в Лондоне Гарольд Тимблби утверждает, что явления, порожденные сферой информационного общения стали переломным моментом в истории человеческой коммуникации, которая не менялась в течение пяти тысяч лет, а все ее разнообразие форм сводилось к различным вариантам традиционного вербального и невербального общения (Thimbleby, 1996).

В современных исследованиях понятие «мем» рассматривается не только в качестве единицы культурной передачи, как считали Р. Докинз и когнитивист Дуглас Хофштадтер, но и в качестве жанра в цифровой культуре.

Говоря о природе мема, В. Лавров пишет: «Популярные мемы, как правило, достаточно лаконичны и не содержат прямой значимой информации» (Лавров, 2006). Типичный мем не несет ценную информацию непосредственно, не утверждает напрямую, а вызывает определенные ассоциации, как бы намекает. Можно утверждать, что мем не несет конкретной информации, а лишь актуализирует, структурирует и меняет приоритеты, создавая новую картину реальности.

Для успешного распространения мема не важно его понимание. Многие мемы по своей природе абсурдны, бессодержательны, иррациональны или же не могут быть поняты логически.

Интернет-мем в большинстве случаев действует как ассоциация. Иногда это происходит случайно, а иногда за оболочкой бессмыслицы намеренно скрываются медиавирусы.

В связи с этим вызывает интерес сама структура мема. С одной стороны, он содержит в себе некую информацию, несет сообщение, вовлекает в дискуссию. С другой, мем – это почти всегда эмоция. Эмоциональные мемы лучше запоминаются и распространяются, то есть выполняют свою эволюционную функцию.

Рассматривая понятие «мем» в массовой коммуникации, Дуглас Рашкофф сравнивает быстрое распространение мемов в медиа с распространением

вирусов в живых организмах. Отсюда он выводит новое название мемов – «медиавирус». Это мемы и мемокомплексы, которые циркулируют в инфо-среде и изменяют восприятие локальных и глобальных событий (Рашкофф, 2003).

Интернет-мемы можно рассматривать в качестве так называемых прецедентных феноменов. Однако, Ю.А. Мельникова отмечает, что не вся информация развлекательного характера подвержена распространению, это характерно только для тех единиц информации, которые породили ассоциации и вызвали интерес широких масс (Мельникова, 2017).

Так что же такое мем сегодня? Говоря простыми словами это эмоции, передаваемые по сети. Л.Ю. Иванов определяет, что мемы представляют собой идеи, которые копируются и передаются от человека к человеку, но при этом эволюционируют, приспособляясь к окружающей информационной среде (Иванов, 2000).

Несмотря на то, что самой распространенной и привычной формой мема в интернет-среде является картинка с текстом, понятие «мем» гораздо шире. В.Н. Березин выделяет, что в качестве мемов может выступать любой символ, идея, образ, включая манеру одеваться, говорить, действовать, а также различные видео сюжеты, музыкальные файлы и прочее (Березин, 2003).

С.В. Канашина отмечает, что одной из функций мема является передача какой-либо мысли в доступной и яркой форме, заменив собой то, для чего могут потребоваться несколько десятков слов (Канашина, 2019).

Для того, чтобы идея стала мемом, она должна содержать в себе нечто, что заставит носителей её воспроизводить. Примером может являться удачно зарифмованный телефонный номер в рекламе: «8-800-555-35-35, - проще позвонить, чем у кого-то занимать!» Его гораздо легче запомнить, чем аналогичный номер в рекламе, сложенной прозой.

Как можно заметить, в силу того, что понятие мема и интернет-мема может быть рассмотрено в самых разных научных плоскостях (социологии,

психологии, лингвистики, и др.), все больше исследователей обращает внимание на этот феномен, поэтому предпринимаются попытки исследовать характеристики мемов и создать их типологии, охватывающие самые различные аспекты.

Сейчас мы подробно рассмотрим уже разработанные классификации интернет-мемов, потому что мемы, как и другие произведения искусства, поддаются классификации по разным критериям.

Дуглас Рашкофф в своей работе «Медиавирус. Тайные послания в популярной культуре» делит медиавирусы на три категории (Рашкофф, 2003):

- Преднамеренно созданные (так называемые «форсед мем», которые создаются маркетологами или юзерами для раскрутки бренда или самих себя)
- Кооптированные (такие, которые вроде бы возникают спонтанно, но моментально подхватываются заинтересованными сторонами и раскручиваются с какой-либо целью)
- Самозарождающиеся (абсолютно народное творчество).

Согласно классификации Е.Е. Анисимовой, по **семиотическому признаку** мемы стандартно делятся на визуальные, аудиальные, текстовые и смешанные.

- Визуальные — самые массовые. Это как обычные веселые картинки, так и демотиваторы, эдвайсы, комиксы, фотожабы, фейсы и прочее-прочее.
- Аудиальные — песни, слоганы, девизы. Например, песня группы Грибы «Между нами тает лёд»
- Текстовые — любые словесные выражения, неологизмы («Нитакыйкаквсе»), стихотворения, слоганы, существующие в текстовом виде. Стишки-пирожки, например.
- Смешанные — к ним можно отнести видеомемы, потому что они сочетают в себе визуальные и аудиальные признаки. По некоторым

источникам к смешанным (креолизированным) мемам относятся картинки с текстом, потому что они совмещают в себе и визуальный, и вербальный контент (Анисимова, 2003).

Следует сделать примечание, что, как отмечает Д.А.Удод: «Креолизированные тексты — это тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» (Удод, 2013).

Другие исследователи, создавая классификацию интернет-мемов, исследователи также опираются в основном на такие параметры, как форма, структура и функции интернет-мемов. По этой причине кроме классификации предложенной Дугласом Рашкоффым, существует множество других, например (Рашкофф, 2003):

- 1) по способу выражения мема (вербальный, невербальный или гибридный);
- 2) по источнику возникновения мема;
- 3) по структуре мема;
- 4) по хронологии;

Видео-мемы – видеосюжеты носящие комический характер, которые размещаются в социальных сетях и передаются посредством программ мгновенного обмена сообщениями или же другими средствами связи.

Согласно Ю.Н. Щуриной, большую популярность видео-мемам обеспечивает то, что они могут неоднократно воспроизводиться и просматриваться коллективно.

Креолизированный мем – является разновидностью креолизированных текстов. Этот термин разработан Юрием Александровичем Сорокиным и Юрием Федоровичем Тарасовым. Авторы определяют креолизированные тексты как «тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» (Сорокин, Тарасов, 1990:180).

Несмотря на то, что мем «Филологическая дева» направлен на узкий круг филологов, его часто используют пользователи далекие от филологии. Тем не менее узкая направленность данного интернет- мема повышает его значимость, и способствует осознанию его «элитарности», иными словами, предназначенности только для «избранных». Креолизованные мемы были созданы на основе другого комического жанра, жанра демотиваторов (Щурина, 2012:168).

Как отмечает Ольга Васильевна Лутовинова, демотиваторы зародились в США в качестве ответной реакция на агитацию школьников и студентов с помощью мотиваторов, представлявших собой плакаты, мотивирующих на успешную учебу. Плакаты были скучны, а из-за этого неэффективны, что вызывало лишь стремление пародировать их, а не подражать. Это привело к появлению демотивационных постеров, которые вместо позитивного посыла несли негативный (Лутовинова, 2016:2).

Гифы – анимированные картинки, короткие невербальные зарисовки, изображающие определенную эмоциональную реакцию (например, гиф *facepalm* изображает человека, закрывающего лицо рукой, и выражает стыд). (Щурина, 2014:87).

Компаративные мемы основаны на сопоставлении нескольких изображений, объектов, точек зрения на ситуацию и т.д. Комический эффект определяется несовпадением идеального с реальным, либо конфликтом вечного с проходящим; типичным является взаимодействие элементов, их сопоставление между собой, (например, мемы типа «ожидание/реальность») (Щурина, 2014:88).

Метамемы – мемы, выполняющие референтную функцию, то есть данный вид мемов напрямую отсылает читателя к другим мемам. Их идентификация и интерпретация требует значительных усилий от адресата (Щурина, 2014:88).

Метамемы можно встретить в таких пабликах Вконтакте, как «Двойные мемы». Уникальность двойных мемов состоит в том, что если кликнуть на

превью (первую, маленькую картинку в новостной ленте), то откроется совершенно другое изображение.

Интернет-мемы предлагают классифицировать также на основе их **хронологии**. Так, Наталья Сергеевна Кирдеева и Анастасия Николаевна Романюк выделяют три хронологических категории (Кирдеева, Романюк, 2015:9):

- 1) доказавшие свою состоятельность и внесенные в словари
- 2) популярные на данный момент
- 3) устаревшие

Как можно понять из названия, к первой группе относятся мемы, **доказавшие свою состоятельность и внесенные в словари**. Примером одного из самых известных мемов подобного типа является «Captain Obvious» или «Сар». Капитан Очевидность является вымышленным персонажем, напоминающем супергероя из комиксов. Главная его способность заключается в желании утверждать очевидные вещи. Из-за такой особенности среди пользователей интернета появилась фраза: «Спасибо, Капитан Очевидность» для ситуаций, когда необходимо поблагодарить кого-то за только что сказанную банальную и очевидную для всех вещь.

Несмотря на то, что этот мем появился очень давно, он, тем не менее до сих пор не утратил своей актуальности и был внесен в словарь «Urban Dictionary» (Кирдеева, Романюк, 2015:9).

К популярным на данный момент интернет-мемам можно отнести мем-персонажа «Thanos», который является главным антагонистом недавно вышедшего фильма Avengers:Endgame (Мстители: Финал).

К устаревшим интернет-мемам относится, например, мем «Carl», возникший благодаря тому, что главный герой сериала «The walking dead» (Ходячие мертвецы), обращаясь к своему сыну, каждый раз в конце фразы добавляет его имя.

Такая привычка стала высмеиваться не только создателями сериала, но и зрителями, что превратило эту фразу в интернет-мем. Наталья Сергеевна Кирдеева и Анастасия Николаевна Романюк указывают на то, что использование подобных устаревших мемов может производить не комический эффект, а указывать на несовременность использующего их человека (Кирдеева, Романюк, 2015:12).

В качестве основных характеристик интернет-мемов С.В. Канашина выделяют следующие: вирусность, реплицируемость, эмоциональность, серийность, мимикрия, минимализм формы, полимодальность, актуальность, юмористическая направленность, медийность и фантазийный характер (Канашина, 2017:3).

Разберем каждую из них по-отдельности:

Вирусность - это возможность интернет-мема с большой скоростью распространяться по Интернету, становясь популярным и реплицироваться большим количеством. Распространение мемов среди пользователей можно сравнить с распространением вирусов (Канашина, 2017:3).

Реплицируемость – это свойство мема воспроизводиться и размножаться. Мем, подобно гену, является самовоспроизводящейся единицей, которая может формировать бесконечную систему единиц, в которой ежедневно появляются новые компоненты. Часть единиц при копировании «мутирует», т.е. изменяется, таким образом, что вся система обновляется (Канашина, 2017:3).

Актуальность – интернет-мемы привязаны к определенному социальному и культурному контексту. В основном они появляются в качестве ответной реакции на возникающие события, такие как, например, президентские выборы в США, Олимпийские игры в Лондоне 2012 года и другие.

С помощью мемов люди свободно и при этом анонимно выражают собственное мнение по поводу определенных вопросов, а также демонстрируют отношение к происходящим событиям и явлениям жизни.

Утрата актуальности события влечет за собой прекращение появления мемов, и последующее угасание уже существующих мемов, затрагивающих данную тему.

Так, например, во время проведения Чемпионата мира по футболу 2018 года появилось множество мемов связанных как с ним, так и его главным маскотом, волком Забивакой; когда же прошло определенное время, мемы посвященные этому событию были заменены более новыми и злободневными.

Юмористическая направленность мемов выражается в том, что сами интернет-мемы относятся к жанру сетевого юмора. В основном этот юмор основывается на эффекте обманутого ожидания, т.е. на непредсказуемости и неожиданности. Однако, естественно, встречаются мемы и без юмористического содержания, очень часто они даже апеллируют к негативным эмоциям реципиента (Канашина, 2017:4).

Медийность проявляется в вовлеченности интернет-мема в систему средств массовой коммуникации, а именно Интернета. Мемы отражают такие особенности интернет-контента, как визуализированность, анонимность, стирание границ между интернет-пользователями, детабуизация (поляризация тем-табу). (Канашина, 2014).

Н.В. Виноградова отмечает, что темами табу являются религия, физиология и смерть, а детабуизация проявляется в том, что в мемах часто отражены такие неоднозначные вопросы, как атеизм, богатство, проблемы свободомыслия, политических убеждений и так далее (Виноградова, 2004).

Мемы могут передаваться горизонтально – между представителями поколения, и вертикально – от поколения к поколению. Яркими представителями вертикальных мемов, являются религиозные мемы, а среди горизонтальных наиболее широко распространены мемы геймерской среды.

Кроме того, по мнению Ю.В. Щуриной, относительная недолговечность активности мемов обусловлена необходимостью наличия предварительных знаний для достижения комического эффекта.

Распространение мема занимает от нескольких дней до нескольких лет, в зависимости от обстоятельств его распространение. Независимо от того, стал мем популярным или нет, после распространения процесс репликации замедляется или полностью останавливается. Наступает период пресыщения: мем вытесняется другими, более новыми и актуальными мемами.

Иногда мем остается известным лишь узкой аудитории пользователей всемирной сети. Его процесс репликации также замедляется или прекращается, а сам мем попадает в категорию «старый мем» (боян) и вытесняется другими, более актуальными мемами (Щурина, 2012:170).

Выводы по Главе 1

В качестве феномена современного общества интернет-коммуникация характеризуется своей массовой ориентированностью, доступностью, интерактивностью и популярностью среди молодой аудитории. Развитию интернет-коммуникации способствовало становлению такой дисциплины, как виртуальное жанроведение.

Интернет-мем является целостной, неделимой единицей информации, несущей в себе культурную информацию, отражающей явления современной действительности, а так же представляющей собой вербальные, невербальные или гибридные образования. Таким образом, интернет-мем можно охарактеризовать как тип комического креолизованного текста.

Как и любой другой креолизованный текст, интернет-мемы состоят из двух компонентов – вербального и невербального. Их отличительными характеристиками являются: вирусность, емкость, актуальность, краткость, эмоциональная окрашенность, а также способность к копированию и распространению в интернет-среде.

Ввиду своих особенностей, интернет-мем выполняет ряд функций в интернет-коммуникации, а также влияет на сознание интернет-пользователей и на языковую систему, в которой он существует.

Кроме того интернет-мемы могут быть разделены на группы по хронологии, способу выражения мема, источнику возникновения, по структуре, а также по эффекту воздействия.

Современные интернет-мемы выполняют множество функций, среди которых можно выделить коммуникативную, когнитивную, эстетическую, эмотивную и некоторые другие функции. Все эти функции связаны со способностью интернет-мемов влиять на сознание людей подобно вирусам. Мемы создают иллюзию причастности к сообществу и являются неким способом самовыражения для современных интернет-пользователей.

Таким образом, являясь неделимым сочетанием вербальной и невербальной составных частей, интернет-мем представляет собой интересный материал для изучения возможностей как каждого из его компонентов по отдельности, так и их взаимодействия в целом.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

2.1. Особенности вербального компонента интернет-мема

Вербальный компонент интернет-мема является наиболее значимым с точки зрения лингвистики.

В ходе исследования в англоязычном сегменте сети было собрано 87 интернет-мемов различного формата (преимущественно изображения). Собранный корпус мемов был проанализирован согласно различным типологиям.

Наиболее распространенными в нашем корпусе типами интернет-мемов по способу выражения являются креолизованный мем (62 единицы) и текстовый мем (25 единиц).

Рассмотрим **креолизованные мемы**. Например:



Рис. 2.1.

Meine Respektierung (Моё уважение) – уникальный случай исконно русского мема, распространившегося за границу ввиду своей вирусности.

История мема берет свое начало с 2015 года, когда социальная сеть ВКонтакте выпускает очередной стикерпак под названием «Лёва», в котором совершенно обычный человек занимается привычными бытовыми действиями, среди которых – знаменитое снятие шляпы с головы. Конечно, Лёва всего лишь снимал шляпу – ни о какой подписи «моё уважение» ещё и речи не было, но нарисованный человечек настолько вдохновил пользователей Интернета, что со временем один из пользователей превратил его в новый мем.

Просто прифотошопив к стикеру соответствующую надпись с намеренной грамматической ошибкой, он иронично отметил не только сам способ выражения уважения, но и основной возраст тех, кто его выражает с помощью мемов.

Со временем «моё уважение» всё продолжало разлетаться по Интернету и видоизменяться, захватывая уже самых разных персонажей – от Чака Норриса до лягушонка Пепе.

Несмотря на то, что фраза может быть написана на любом языке, или же отсутствовать вовсе, смысл мема всегда один и тот же – полное уважения приветствие или же выражение уважения в сторону поста или аргумента собеседника.

Разновидности мема «Meine Respektierung»



Рис 2.1.1



Рис 2.1.2

Следует также заметить что, несмотря на то, что в Интернете появились вариации данного мема без грамматической ошибки, или вовсе без надписи, основная часть мемов «мое уважение» все же характеризуется наличием умышленного искажения слова, для придания ситуации особого эффекта).

Помня о влиянии интернет-мемов на развитие новых тенденции в языке, нельзя не отметить обилие в них окказионализмов, так называемого индивидуального словотворчества.

Ниже приведены примеры **окказионализмов** в мемах:



Рис.2.2



Рис.2.3

Как можно заметить, в основном в интернет-мемах действуют непродуктивные способы словообразования, а одним из наиболее частотных средств словообразования является каламбурный способ.

Самыми продуктивными способами образования окказионализмов в интернет-мемах оказались контаминация, при которой два слова сливаются в одно (рис 2.3) и субституция, или образование по аналогии с узуальным словом (рис 2.2).

Характерной чертой контаминации является то, что у всех окказионализмов есть общая часть или буква, за счёт которой происходит наложение одного слова на другое.

Для креолизованных мемов, да и вообще, интернет-мемов в целом, также характерно **использование особого сленга**. Например:

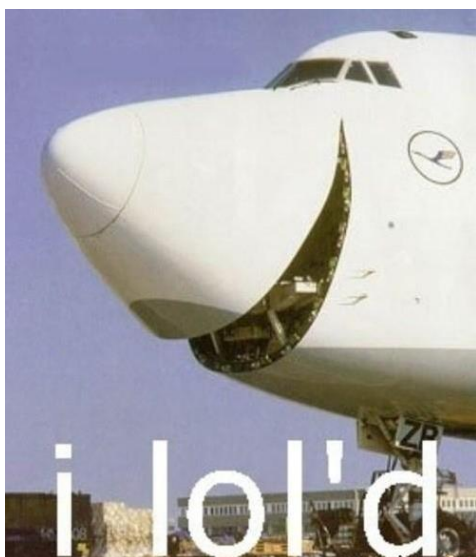


Рис. 2.4



Рис. 2.5

Chan (тян, чан) – приставка, добавляющаяся к именам девушек как уменьшительно-ласкательное имя. В основном это слово стало популярно благодаря аниме.

LOL'd – форма прошедшего времени акронима LOL, означающего laugh out loud — громко, вслух смеяться.

Интернет-мемам также присущ ряд **фонетических особенностей**. К ним можно отнести звукоподражание и омонимию.

Хорошим примером **звукоподражательных мемов** являются:

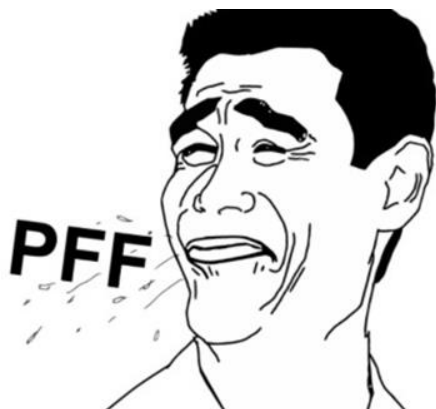


Рис. 2.6



Рис. 2.7

Pff – это звук, обозначающий фырканье, то есть пренебрежение, указание на несущественность чего-либо. В редком случае он обозначает недовольство словами, сказанными собеседником.

Mwa – данное междометие выступает звуковым сопровождением поцелуя или воздушного поцелуя и довольно часто используется в различных чатах. В русском языке используется аналог «чмок».

Рассмотрим пример:



Рис. 2.8

Языковая игра данного мема строится на использовании омонимов «axe» в значении названия геля для душа, и «axe» в значении оружия. Эта фраза фигурировала в фильме «Влестелин колец», где персонажи выражают свою готовность помогать одному из главных героев и поддерживать его заявляя при этом:



Рис 2.9

В данном случае омонимы являются абсолютными, так как все составляющие их морфем полностью совпадают по звучанию, однако расходятся по значению, что и создает комический эффект в данном меме.

На уровне **грамматики** были зафиксированы такие **особенности** мемов, как эллиптические конструкции, риторические вопросы, повторяющиеся конструкции, инверсия, намеренное допущение ошибок и параллельные конструкции.

Рассмотрим далее подробнее:

Чаще всего **риторические вопросы** и их подобиya встречаются в мемах с философствующим раптором, несмотря на то, что это не единственный их источник.

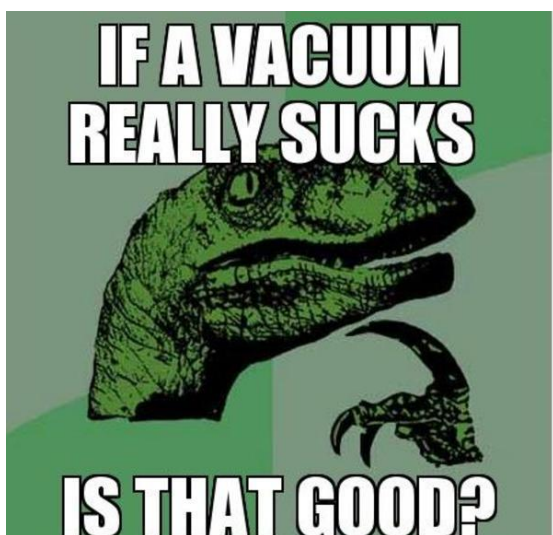


Рис.2.10

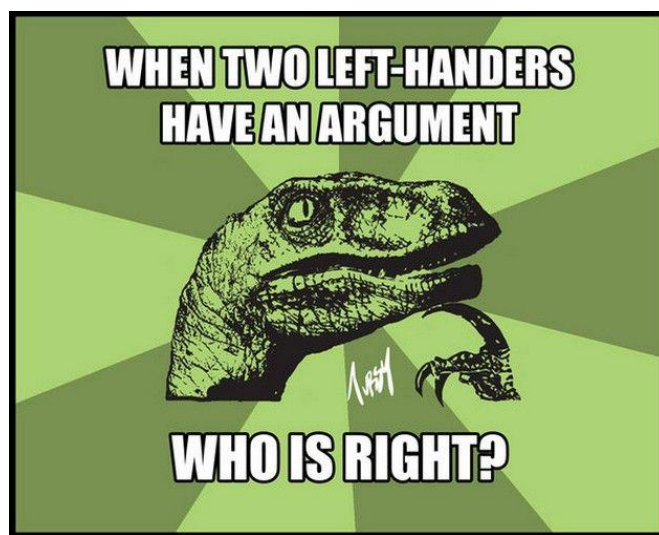


Рис.2.11

Philosoraptor (Филосораптор) — название данного мема произошло благодаря слиянию слов «Философ» и «Велоцераптор». Он представляет собой мем-эдвайс с головой динозавра.

Картинка стала использоваться как эдвайс-мем в 2009 году. Раптор-философ выдаёт глубокомысленные, иногда парадоксальные изречения о смысле жизни и не только. Чаще всего это игра слов или каламбурь.

Повторяющиеся синтаксические конструкции, также относятся к особенностям интернет-мемов. Характерной чертой таких мемов является то, что, как правило, основная часть конструкции остается неизменной в каждом подобном меме, а дополнительная часть конструкции варьируется. Это особенность, сближает мемы с традиционными поговорками, такими как пословицы, например.

Пример таких пословиц в русском языке являются: с кем поведешься – так тебе и надо; тише едешь – дальше уедешь.

Примерами мемов могут выступать картинки серии «one does not simply ...» («нельзя просто так взять и ...»):



Рис. 2.12

Следует принять во внимание, что первый компонент «one does not simply» - фиксированная часть высказывания, а надпись внизу картинке - вариативная. Вариативный компонент может изменяться в зависимости от речевой ситуации. например:



Рис. 2.13

Инверсия также не редкое явление среди интернет-мемов.

Частым мем-персонажем подобных мемов становится зеленое существо маленького роста с длинными ушами, магистр ордена джедаев из саги «Звездные войны».

Например:



Рис. 2.14

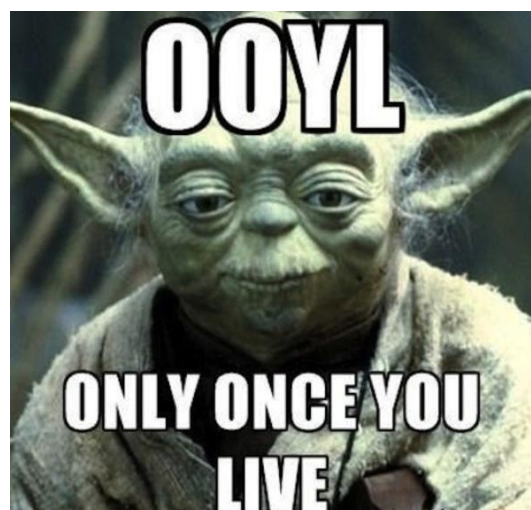


Рис.2.15

Мем-персонаж Мастер Йода имеет особую манеру речи: он выстраивает предложение с помощью инверсии и меняет обычный порядок слов в предложении. Этим и обосновывается частое использование данного приема в мемах с мастером Йодой.

OOYL – также является прямой отсылкой на аббревиатуру YOLO, (You Only Live Once).

Намеренное допущение ошибок (пунктуационных, синтаксических, грамматических или орфографических) в интернет-мемах используется с целью иронизирования над неграмотными или не совсем образованными людьми, например:

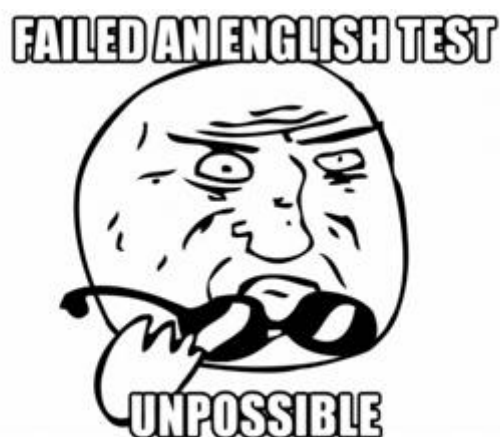


Рис.2.16

Автор мема высмеивает человека, который считает невозможным то, что он не сдал тест по английскому языку, хотя делает ошибки в элементарном слове.

Следует также отметить, что иногда в мемах нарочно допускают ошибки для имитации живой речи и большей запоминаемости самого интернет-мема.

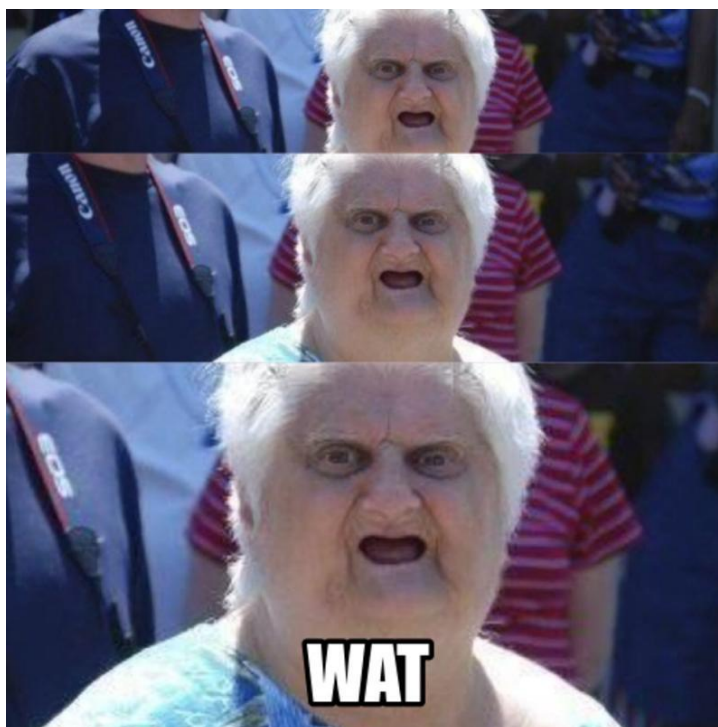


Рис. 2.17

К лексическим особенностям интернет-мемов следует отнести такие особенности, как добавление научной терминологии, активное использование ругательств и жаргонной лексики.

Научная терминология часто встречается в мемах типа «love is in the air», где далее идет научное обоснование химических элементов присутствующих в воздухе, объяснение любви как результата взаимодействия определенных гормонов в организме, или любое другое научное обоснование, опровергающее утверждение «любовь витает в воздухе»:



Рис. 2.18

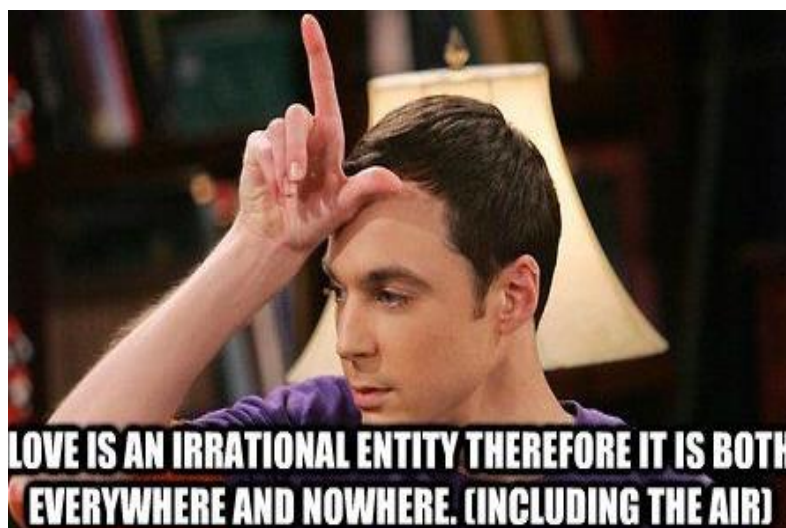


Рис. 2.19

По определению О.С. Ахмановой, жаргон – это «язык, состоящий из более или менее произвольно выбираемых, видоизменяемых и сочетаемых элементов одного или нескольких естественных языков и применяемый (обычно в устном общении) отдельной социальной группой с целью языкового обособления, отделения от остальной части данной языковой общности» (Ахманова, 2004:144).

Жаргонная лексика охватывает социальные и профессиональные группы. Рассмотрим следующий пример употребления жаргонизма в интернет-мемах:



Рис.2.20

Жаргонизм «butthurt» означает «попаболь» и выражает исключительно сильную негативная реакция в ответ на оскорбление, высказывание, троллинг или сарказм со стороны другого пользователя интернета. Как правило, «баттхертящий» человек теряет все способности к контролю своих

действий и незамедлительно начинает проявлять негатив всеми доступными способами.

В «Словаре языка Интернета.ру» дается следующее определение данному жаргонизму: очень сильная эмоция, от фрустрации и душевных страданий и до негодования, злости и гнева, которая возникает при общении в сети Интернет вследствие оскорблений, неприятных и острых тем для разговора и пр.

Данный жаргонизм получил широкое распространение в Интернете и стал общеупотребительным, о чем свидетельствует его появление в словаре «Oxford Dictionary».

Среди **стилистических особенностей** интернет-мемов мы отметили использование метафор и сравнений, рифмы, гиперболы, антитезы, аллюзий и олицетворений.

Рассмотрим более подробно каждую из особенностей.

Метафорой, по определению Т.В. Жеребило, является перенос названия, действия или признака с одного предмета на другой на основе их сходства (Жеребило, 2010).

В интернет-мемах метафоры используются довольно часто, так как прием скрытого сравнения также используется для создания комического эффекта. Например, мем «Slowpoke»:



Рис. 2.21



Рис.2.22

Данный интернет-мем построен с помощью метафоры, которая передается посредством образа мем-персонажа Slowpoke (Слоупок) изображенного на рисунке.

По словарю М.А. Кронгауза, этот персонаж передает образ человека, который реагирует медленно или с опозданием (Кронгауз, 2016:59).

Такое определение ему дано не случайно. Слоупок — это розовый монстр из вселенной покемонов (карманных монстров). Он представляет очень медлительное туповатое существо, которое со временем стали сравнивать с некоторыми пользователями.

В обычном разговоре можно услышать фразу: «Да он слоупок». Это означает, что до него не сразу дошел смысл слов или он опоздал с каким-то действием или высказыванием.

Сравнение является основным компонентом компаративных мемов. Например:

WHO WOULD WIN?

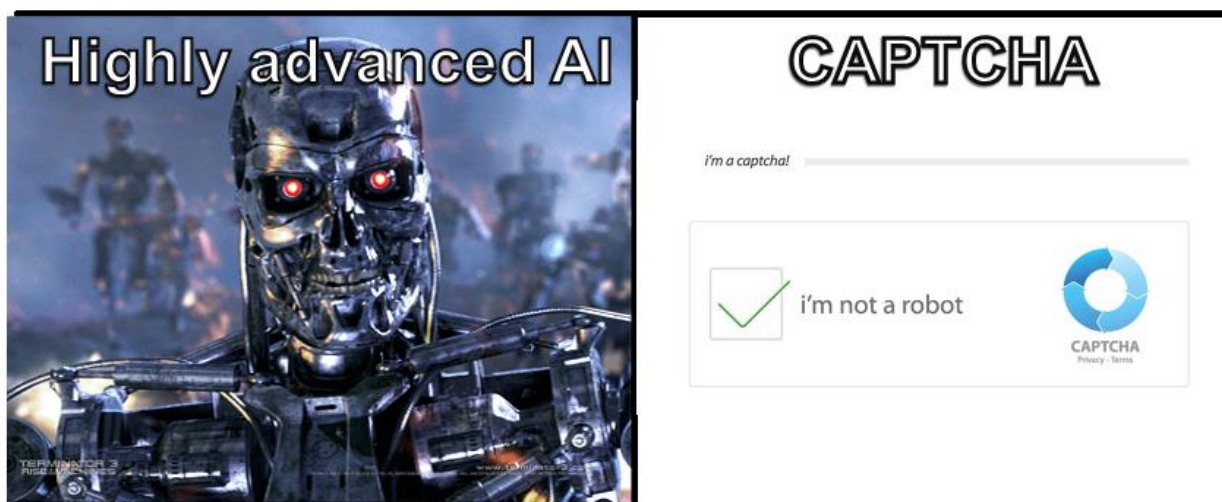


Рис. 2.23

В данном компаративном меме с помощью фотографий сравнивается образ одной из машин, оснащенных искусственным интеллектом, терминатора из фильма «Терминатор 3: Восстание машин», и компьютерного

теста для определения того, кем является пользователь: человеком или компьютером.

Для создания комического эффекта мем сопровождается риторическим вопросом: кто победит?

Гиперболой, по определению О.С. Ахмановой, является «фигура речи, состоящая в заведомом преувеличении, усиливающем выразительность, придающем высказываемому эмфатический характер (Ахманова, 2004: 96).

Примерами мемов, использующих гиперболу можно назвать практически все мемы с Чаком Норрисом, способности которого постоянно являются предметом шуток и нередко подвергаются гиперболизации:

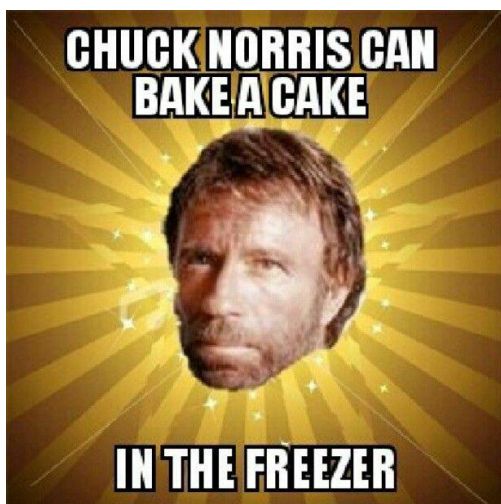


Рис. 2.24



Рис.2.25

Проявляется это в том, что мемы приписывают Чаку Норрису сверхспособности. В шуточных фактах он представлен непобедимым, неуязвимым человеком, который даже способен нарушать законы физики.

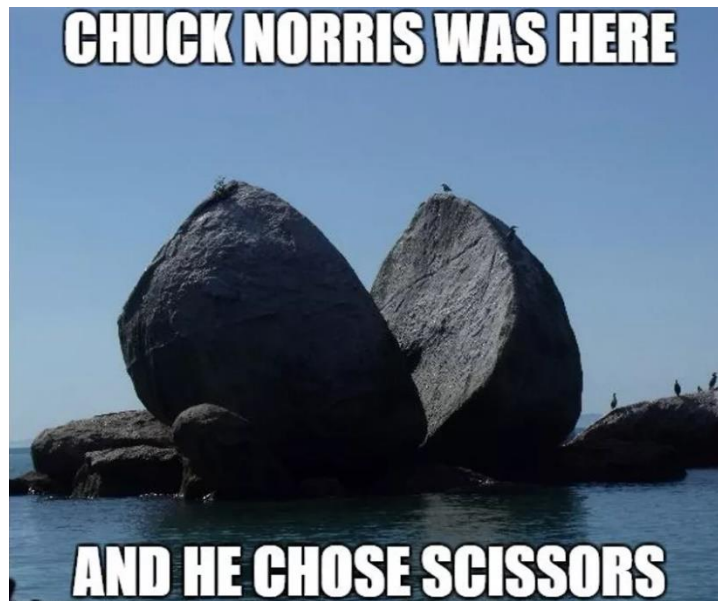


Рис.2.26

Антитеза или **противопоставление** зачастую используется в интернет-мемах, поскольку является достаточно простым и эффективным приемом создания комического эффекта.

В словаре Т.В. Жеребило антитеза определяется как «стилистический прием противопоставления понятий, положений, образов, состояний, гипотез, предметов и т.п.» (Жеребило, 2010).

Рассмотрим пример:

When I wear a tight shirt



How I feel



How I look

Рис. 2.27

Этот мем стал достаточно популярным ввиду того, что очень часто наши ожидания оказываются совершенно напрасными, а результат оказывается неудовлетворительным.

Подобные мемы затрагивают именно столь злободневную для пользователей тему. Многие могут узнать себя в подобных фото и от души посмеяться над знакомой ситуацией.

Олицетворение представляет собой перенесение свойств и признаков с одушевленного объекта на неодушевленный. Этот прием также широко распространен в среде интернет-мемов.

Одним из самых известных примеров являются мемы серии «Countryballs» (Канртиболлз), где страны изображаются в виде живых шаров, которые благодаря приему олицетворения обретают возможность говорить или передавать признаки одушевленных объектов. Этот интернет-мем послужил основой для многочисленных комиксов о взаимоотношении стран и языков:

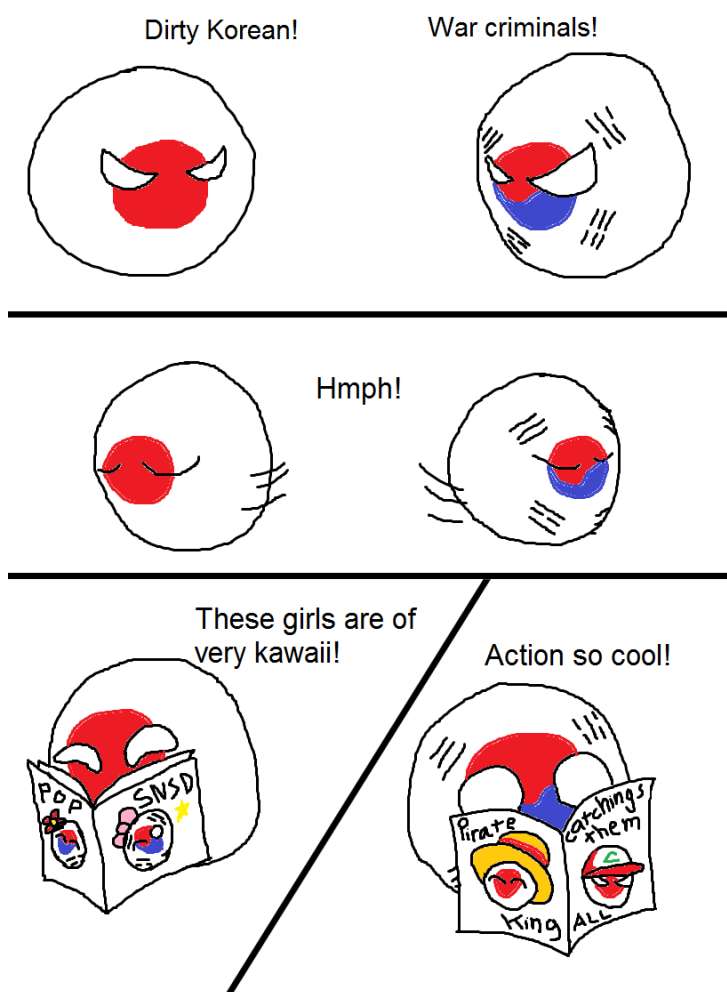


Рис. 2.28

Обратимся ко второму выявленному типу – **текстовым мемам** (25 единиц). Их можно классифицировать в зависимости от источника возникновения. Например мемы, возникшие из литературных произведений и фильмов, политических или культурных событий, а также бытовой сферы жизни.

Рассмотрим каждый из источников возникновения подробнее:

К мемам, источником которых послужили **фильмы и литературные произведения** можно отнести фразу «you come to me and you say ... but you don't ask with respect» фразу произнесенную Вито Карлеоне в фильме 1972 года The Godfather («Крестный отец»), или фразу «perfectly balanced, as all things should be» из фильма Avengers:Endgame (Мстители: Финал).

Как уже было упомянуто ранее, любой из текстовых мемов может легко быть прикреплен к картинке, и использован в любой ситуации, включая разговорную речь, или отправку СМС-сообщения.

Примером текстового мема ставшего креолизированным текстом. :



Рис.2.29

Данные мемы могут использоваться не только в текстовом формате, но и быть частью текста креолизированного типа мемов, а также употребляться в разговорной речи.

К мемам появившимся в результате изменения **политической жизни** или **культурной ситуации** можно отнести фразу «make America great again» ставшая популярной еще в то время, как являлась не мемом, а слоганом республиканской партии в США.

Мемы, источником которых послужила **бытовая сфера** являются наиболее многочисленными. Среди них можно выявить наиболее популярные, такие как: «Made my day»; «This awkward moment...»; «No time to explain».

Примеры мемов источником которых послужила бытовая сфера:



Рис. 2.30



Рис.2.31

2.2. Особенности невербального компонента интернет-мема

Интернет-мем – это тип креолизованного текста, а следовательно, комплексное явление, требующее междисциплинарного подхода при изучении. Многие дисциплины заинтересованы в изучении невербального компонента интернет-мемов. Среди них можно выделить межкультурную коммуникацию, культурологию, социологию и другие науки.

Среди особенностей вербального компонента интернет-мемов можно выделить тип шрифта, расположение текста по отношению к изображению, тип изображения, способы возникновения мемов, типы персонажей интернет-мемов, их возраст и пол. По этим критериям и проводился анализ в данной исследовательской работе.

Итак, что касается оформления надписи в интернет-меме, на основании проанализированных 20 примеров было выявлено, что в 60% случаев (12 интернет-мемов) используется шрифт **Comrast**. Шрифт **Impact** используется реже, и составляет 25% случаев (5 мемов). В остальных случаях были использованы различные шрифты, включая **Arial**, **a_MachinaOrto** и **Lobster**.

Наиболее распространенным цветом букв в интернет-мемах являются белые буквы с черным контуром. Реже используются полностью черные или

полностью белые буквы. При этом в 80% проанализированных мемов надпись была сделана верхним регистром.

Что касается расположения надписи, то практически всегда (в 75% проанализированных интернет-мемов) высказывание разбивается на две части (завязка и неожиданное остроумное завершение). Завязка помещается наверх, а остроумное завершение вниз. Тем самым создается впечатление обрамления изображения текстом, что, несомненно, привлекает к нему внимание, а также обуславливает двусоставную структуру интернет-мема.

Подобные тип шрифта и расположение надписи удобны для восприятия, а значит, интернет-мем будет легко понят интернет-пользователи и сможет быстро распространиться в интернет-пространстве.

В остальных 25% случаев шрифт не всегда характеризовался удобочитаемостью, а также его цвет, регистр и расположение надписи различались в каждом отдельном случае.

Нами были рассмотрены непосредственно изображения, использованные при создании интернет-мемов. Всего было рассмотрено 33 мема, содержащих фотографии, кадры из фильмов, мультфильмов и сериалов, а также рисунков. Результаты анализа представлены в таблице 2.1, представленной ниже:

Таблица 2.1

Тип изображений в интернет-мемах

Фотография	17 (51,5%)
Кадр из сериала, фильма, мультфильма	9 (27,3%)
Рисунок	7 (21,2%)

В процессе анализа были получены данные, которые указывают на то, что большая часть интернет-мемов (более половины) основана на различных фотографиях (51,5%), 27, 3% мемов основаны на кадрах из фильмов,

мультфильмов и сериалов, а в качестве невербального компонента в остальных интернет-мемах выступают различные рисунки (21,2%).

После анализа типов изображений, были проанализировали типы персонажей интернет-мемов. Всего был проанализирован 91 мем, где и рассматривались персонажи. Данные анализа приведены в таблице 2.2.

Таблица 2.2

Типы персонажей интернет-мемов

Люди	46 (50,5%)
Животные	18 (19,8%)
Персонажи мультфильмов, аниме	15 (16,5%)
Отсутствие персонажа (надписи, СМС, твиты)	9 (9,9%)
Неодушевленные предметы и объекты	3 (3,3%)

Ниже будут приведены примеры интернет-мемов, в которых либо отсутствовал персонаж, либо являлся неодушевленным предметом или объектом.

Неодушевленный предмет в качестве персонажа:



Рис. 2.30



Рис. 2.31

Примеры мемов с отсутствием действующих персонажей:



Рис. 2.32

“Describe yourself in 3 words”



Рис.2.33

Таким образом, в результате анализа типов персонажей интернет-мемов мы выяснили, что подавляющее большинство изображений – это изображения людей (50,5%), изображения животных встречаются в 19,8%) случаев. Доля персонажей мультфильмов и аниме составляет 16,5%). На изображениях животных основаны лишь 15,8% интернет-мемов. В 9,9% случаев в интернет-мемах отсутствовали центральные персонажи, а в 3,3% случаев ими выступали неодушевленные предметы или объекты.

Учитывая то, что в интернет-мемах в большинстве изображений фигурировали люди, мы посчитали целесообразным проанализировать их возраст. Напомним, что изображения людей нам встретились 46 раз. Результаты анализа возраста персонажей-людей содержатся в таблице 2.3.

Таблица 2.3

Возраст персонажей интернет-мемов

Дети	7 (15,2%)
Взрослые	33 (71,7%)
Пожилые	6 (13,1%)

Результаты анализа возраста персонажей интернет-мемов показали, что чаще всего в интернет-мемах фигурировали изображения людей зрелого возраста (71,7%). Количество изображений детей (15,2%) немногим больше количества изображений пожилых людей (13,1%) использованных в интернет-мемах,

Примеры мемов с пожилыми людьми:



Рис. 2.34



Рис.2.35

Примеры мемов с детьми:

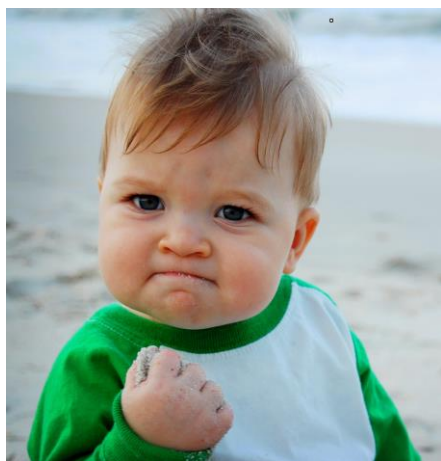


Рис.2.36



Рис.2.37

В мемах, где главными мем-персонажами становятся либо люди пожилого возраста, либо совсем еще дети часто заметно отсутствие какого-либо текста.

Целесообразным будет также проанализировать принадлежность персонажей-людей к определенному полу. Результаты данного анализа отображены в таблице 2.4.

Таблица 2.4

Половая принадлежность персонажей интернет-мемов

Мужской	31 (67,3%)
Женский	15 (32,7%)

Результаты анализа половой принадлежности персонажей отображают, что в интернет-мемах чаще используются изображения мужчин (67,3%). Женщины же являются героями мемов в 32,7% случаев.

Помимо прочего, мы провели анализ способов воздействия интернет-мемов на пользователей. Для этого было изучено 62 интернет-мема разного содержания. Результаты анализа представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Способ воздействия интернет-мемов на пользователей

Развлекательные мемы	43 (69,4%)
Философские мемы	4 (6,4%)
Общественно-политические мемы	7 (11,3%)
Познавательные мемы	8 (12,9%)

Исходя из результатов анализа интернет-мемов по способу воздействия на пользователей, мы выяснили, что наибольшая часть (69,4%) интернет-мемов обладает однозначно развлекательной направленностью. Таким образом большинство мемов созданы для того, чтобы повеселить пользователей, поднять им настроение.

Гораздо реже встречаются интернет-мемы направленные на познавательную деятельность (12,9%), философские размышления (6,4%) или общественно-политическое воздействие (11,3%).

Стоит отметить, что на основе классификации приведенной в Таблице 2.5 было обнаружено, что далеко не каждый интернет-мем представляется возможным однозначно отнести к какому-либо критерию.

Существует очень много мемов воздействующих на реципиента комплексно, например, развлекательное воздействие в меме сочетается с познавательным или общественно-политическим. Ввиду сложности классификации подобных смешанных мемов, они не были представлены в таблице.

Итак, мы провели анализ невербального компонента отобранных интернет-мемов по следующим критериям: тип изображения, тип персонажа, а также половая принадлежность и возраст персонажей интернет-мемов. Результаты анализа показали, что чаще всего в интернет-мемах фигурируют фотографии людей, преимущественно взрослых мужчин. Кроме того, по способу воздействия на реципиента мемы в основном несут на себе развлекательную функцию.

По способу воздействия было установлено, что в большинстве случаев интернет-мемы несут в себе развлекательную функцию (69,4%), реже – познавательную (12,9%) и общественно политическую(11,3%). Наиболее малочисленной группой оказались философские мемы, встретившись лишь в 6,4% случаев.

Выводы по Главе 2

Мы изучили общие характеристики интернет-мемов, особенности вербального и невербального компонентов и получили следующие результаты:

1. Наиболее распространенная модель интернет-мема включает в себя следующие признаки: комический по способу воздействия интернет-мем, выполняющий развлекательную функцию с изображением взрослого человека (преимущественно мужского пола).

2. Вербальный компонент интернет-мема, является наиболее значимым с точки зрения лингвистики, и характеризуется высоким содержанием выразительных средств и стилистических приемов, среди которых преобладают графо-фонетические и лексические средства стилистики..

Комический эффект интернет-мемов обусловлены необычным употреблением выразительных средств языка.

3. В большинстве случаев интернет-мемы создаются на основе различных забавных фотографий, реже – рисунков и кадров из фильмов или сериалов. Преобладающий тип персонажей в интернет-мемах – люди, среди них большую половину составляют взрослые мужчины, изображения женщин, детей и пожилых людей встречаются реже.

Также наблюдается стремление пользователей использовать всевозможные преимущества отдельного языка (в нашем случае английского) для того, чтобы придать тексту комичность и оригинальность с целью сделать Интернет-мем наиболее популярным и узнаваемым.

Несомненно, изучение невербального компонента интернет-мема требует комплексного, междисциплинарного подхода, однако, ввиду специфики дипломной работы и ограничений по объему, нам удалось провести анализ лишь по нескольким, наиболее очевидным, критериям, поэтому данный вопрос остается потенциально открытым для дальнейших исследований.

Заключение

В настоящей работе были выполнены все поставленные задачи. Мы комплексно изучили понятие интернет-коммуникации и пришли к выводу, что интернет-коммуникация – это глобальное, доступное и многоаспектное явление, характеризующееся отсутствием ограничений и анонимностью.

Одним из жанров интернет-коммуникации является креолизованный текст, то есть текст, фактура которого состоит из двух негетерогенных частей – вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык).

Интернет-мем является ключевым понятием нашего исследования, поэтому в данной работе были рассмотрены англоязычные интернет-мемы и особенности их функционирования. Интернет-мем представляет собой сложное вербальное и/или невербальное образование, которое имеет культурную ценность, отличается высокой скоростью циркуляции в сети Интернет и способностью к репликации, а также предназначено для комплексного воздействия на адресата.

Будучи новой разновидностью паремий, интернет-мемы оказывают значительное влияние на формирование интернет-языка.

Проанализировав типологии интернет-мемов, мы выявили, что данные единицы можно классифицировать по различным критериям: по хронологии, способу выражения мема, источнику возникновения, по структуре, а также по эффекту воздействия.

Для интернет-мемов характерны такие особенности, как звукоподражание, языковая игра, основанная на омонимии, эллиптические конструкции и риторические вопросы, повторяющиеся синтаксические конструкции, инверсия, намеренное допущение ошибок, игра слов, параллельные конструкции, использование научной терминологии и нецензурной и жаргонной лексики, метафора, сравнение, рифма, гипербола, антитеза, аллюзия и олицетворение.

В данной работе были изучены лингвостилистические особенности вербального компонента, а также общие характеристики невербального компонента интернет-мемов. Вербальный компонент мы изучили наиболее подробно, так как он является значимым с лингвистической точки зрения.

Что касается невербального компонента интернет-мемов, то в рамках нашей работы нам удалось изучить лишь общие характеристики (визуальные характеристики надписи (шрифт, цвет, расположение), типы изображений, типы и характеристики персонажей), поскольку более обстоятельное изучение требует более широкого, междисциплинарного подхода.

Для анализа был составлен корпус из 196 интернет-мемов, преимущественно в формате изображений.

Таким образом, на сегодняшний день интернет-коммуникация является базой для появления и развития различных явлений, одним из которых является интернет-мем. Интернет-коммуникация представляет собой жанропорождающую среду, а интернет-мем является частью этой среды, входя в структуру креолизованных текстов, которые, в свою очередь, являются типом комических жанров интернет-коммуникации.

Интернет-мемы представляют собой относительно новый объект изучения в лингвистике, и они требуют дальнейшего к себе внимания, поскольку они достаточно активно участвуют в формировании развивающегося интернет-языка. Перспективным будет более глубокое исследование мемов в сопоставительном аспекте (разные языки) и в аспекте перевода.

Список использованной литературы

1. Benitez-Bribiesca L. Memetics: A dangerous idea // *Interciecia*. — 2001. — Т. 26, № 1. — С. 29—31. — ISSN 0378-1844
2. Shifman L. An anatomy of a YouTube meme // *New Media & Society*. — 2012 — P. 187-203.
3. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пос. для студ. фак. ин. яз. 93 вузов. — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 128 с.
4. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дисс. ... д. филол. н. М., 2009. 36 с.
5. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста// *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. — 2013. — № 2 (20).— С. 28–33.
6. Белинская Е. П., Жичкина А. Е. «Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.
7. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. — М., 2003. — 174 с.
8. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ: дис. ... д-ра социол. наук. Ростов н/Д, 2004.
9. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. / Р. Броуди. — М.: Поколение, 2007. — 304 с.
10. Виноградова Н. В. Компьютерный сленг и литературный язык: проблемы конкуренции // *Исследования по славянским языкам*. № 6. Сеул, 2001. С. 203-216.

- 11.Виноградова Т. Ю. Специфика общения в интернете // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. Казань, 2004. С. 63-67.
- 12.Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: дис. канд. филол. наук. – Астрахань, 2001. – 212 с.
- 13.Горошко Е.И. Интернет-коммуникация: проблема жанра//Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 4. – Орел, 2006.
- 14.Горошко Е.И. От психолингвистики 2.0 к психолингвистике 3.0: Vadis/Е.И. Горошко//Язык и сознание: психолингвистические аспекты. – М.: Калуга, Эйдос, 2009. – С. 272-289.
- 15.Горошко Е.И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики (кол. моногр.)//Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М.: ФЛИНТА, Наука, 2012. – 323 с.
- 16.Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров // Жанры речи. Вып.5. Саратов, 2007. С.370-389.
- 17.Громова М. И. Интернет-мем как лингвокультурема современного филологического анализа // Мова. – 2015 – № 23 – С. 27-31.
- 18.Гулевич О. А. Психология коммуникации. М. Элит-Полиграф, 2007. – 384 с.
- 19.Гулевич О. А. Психология межгрупповых отношений. - М.: Издательство Юрайт, 2018. С. – 86-89.
- 20.Данилова Ю. Ю. Мем как структурное, функциональное и визуально- коммуникативное целое / Ю. Ю. Данилова, Д. Р. Нуриева // Наука и мир. – 2015. – № 1 (17). – С. 37-40.
- 21.Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. – М.: Флинта: Наука, 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://libed.ru/kniginauka/476442-1->

- dobrosklonskaya-medialingvistika-sistemniy-podhod-izucheniyu-yazika-smimoskva-2008-oglavlenie-predislovie-glava.php (дата обращения: 02.06.2019).
22. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. — Пер. с англ.— М.: АСТ:CORPUS, 2013. Стр. 472.
23. Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов / Т.В. Жеребило. – Назрань: Пилигрим, 2010 – 488 с.
24. Жичкина А.Е. Современные исследования виртуальной коммуникации: проблемы, гипотезы, результаты//Образование и информация: культура: Социол. аспекты: труды по социологии образования. Том 5. Вып. 7/под ред. В.С. Собкина/в соавт. с Е.П. Белинской. – М.: Центр социологии образования РАО, 2000. – С. 395 – 430.
25. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов. Вестник экономики, права и социологии: Культура. Культурология. – 2015. – С. 195-200.
26. Иванов Л.Ю. Язык в электронных средствах коммуникации/Л.Ю. Иванов//Культура русской речи. – М.: ФЛИНТА, Наука, 2003.
27. Иванов Л.Ю. Язык интернета: заметки лингвиста//Словарь и культура русской речи. – М., 2000. – С. 8-10.
28. Ильясова С. В., Каллистратидис Е. В. Языковая игра в сетевых языках // Интернет-коммуникация как новая речевая формация М., 2012. С. 220-236.
29. Канашина С. В. Детабуизация в интернет-мемах на лингвистическом и тематическом уровнях // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – 2014 – № 20 (706). – С. 90-101.
30. Канашина С. В. Интернет-мем как медиатекст // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2019 Т. 19, вып. 1 С. 107–112.

- 31.Канашина. С. В. Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. - 2017 - № 28 (277). - С. 84-90.
- 32.Кирдеева Н. С. Интернет-мемы в английском языке / Н. С. Кирдеева, А. Н. Романюк // Иностранные языки в экономических вузах России. Всероссийских научно-информационный альманах. Санкт-Петербург, 2015. СПбГЭУ, 2015. – С. 9-13.
- 33.Колокольцева Т.Н., Лутовинова О.В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. моногр/науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. – М.: ФЛИНТА, 2014. – 328 с.
- 34.Красноярова О. В. Текст и медиатекст: проблема дифференциации понятий // О.В. Красноярова // Вопросы теории и практики журналистики. - 2015. - Т. 4, № 1. С. 85-100. - DOI: 10.17150/2308-6203.2015.4(1).85-100.
- 35.Кронгауз М. А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. – 2012. – № 11. – С. 127-132.
- 36.Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
- 37.Лутовинова О. В. Демотиватор как вид сетевого творчества // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2, Языкозн. – 2016. – № 3. С. 28-36.
- 38.Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Социология. – 2017. – № 4. – С. 410–424.
- 39.Мельникова А. Ю. Хайп как новый способ презентации молодежи в виртуальной среде // Культура и общество. – 2017. – № 4 (67). – С. 79- 81.
- 40.Мисонжников Б. Я. Отражение действительности в тексте // Основы творческой деятельности журналиста. - СПб.: Знание, СПБИВЭСЭП, 2000. -С.82 - 97.

- 41.Одинцова М. С., Антонова Н. В. Особенности идентичности людей, активно общающихся в сети Интернет // Журнал практического психолога. 2010. №4. С. 37-58.
- 42.Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. М.: Ультра.Культура, 2003
- 43.Саидова З.Э. Мем как универсальный феномен интернет-культуры (на материале русского, английского и чеченского языков)//Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2017. №1. – С. 175-178.
- 44.Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учеб. пособие. СПб.: Михайлов, 2002.
- 45.Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М. : Высшая школа, 1990. – С. 180–186.
- 46.Сьюзен Блэкмор «Третий репликатор эволюции: гены, мемы — что дальше?»31 июля 2009 года. Журнал Нью-Сайентист (New Scientist), выпуск 2719
- 47.Удод Д. А. Креолизованный текст как особый вид паралингвистически активного текста [Электронный ресурс] // Современная филология: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). — Уфа: Лето, 2013. — С. 97-99. — URL <https://moluch.ru/conf/phil/archive/78/3254/> (дата обращения: 04.06.2019).
- 48.Улуханов И.С. Смысл и значение в словообразовании // РЯШ. 1996. №2. с.21-23.
- 49.Что такое мемы. – URL: <http://memepedia.ru/about-memes> (дата обращения: 01.06.19).
- 50.Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. – 2014 – № 6 (59) – С. 85-89.

- 51.Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестник Новгородского Университета. – 2012 б. – №57. – С. 82-86.
- 52.Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации//Филология. – 2012. - №3. – С. 160-172.
- 53.Лавров В. Что такое мемы и стоит ли их опасаться?/ Познавательный журнал «Школа жизни.ру» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-17885/>

Список источников фактического материала

1. 9GAG: Go Fun The World [Electronic resource]. – URL: <https://9gag.com/>
2. (access date: 01.06.2019).
3. Мемерепедия: Энциклопедия мемов [Электронный ресурс]. - URL:
4. <https://memeredia.ru/> (дата обращения: 02.06.2019).
5. Meme Generator: Create Your Own Meme [Electronic resource]. – URL:
6. <https://memegenerator.net/> (access date: 02.04.2018).
7. Know Your Meme: Internet Meme Database [Electronic resource]. – URL:
8. <http://knowyourmeme.com/> (access date: 01.06.2019).
9. Pinterest [Electronic resource]. – URL: <https://www.pinterest.com/> (access
- 10.date: 04.06.2019).
- 11.Lurkmore: Энциклопедия мемов [Электронный ресурс]. - URL:
- 12.<http://lurkmore.to/> (дата обращения: 06.06.2019).