



УДК 316.773.2:004.738.5

Интернет-мем как медиатекст

С. В. Канашина

Канашина Светлана Валериевна, преподаватель кафедры английского языка № 3, Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России, svetlanakanashina@yandex.ru

Статья посвящена интернет-мему, представляющему собой популярную единицу интернет-коммуникации. Будучи массово ориентированным медиапродуктом, функционирующим в Интернете, интернет-мем может рассматриваться как медиатекст. Характеристиками интернет-мема являются интертекстуальность, гибридность, интерактивность, шаблонность.

Ключевые слова: интернет-мем, мем, медиатекст, масс-медиа, интернет-коммуникация, интертекстуальность.

Internet Meme as a Media Text

S. V. Kanashina

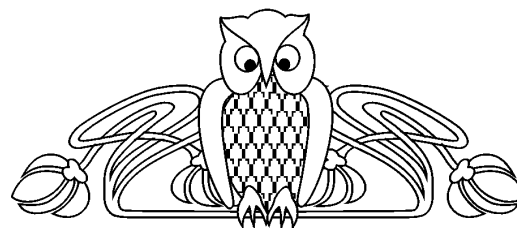
Svetlana V. Kanashina, <https://orcid.org/0000-0002-0712-8213>, MGIMO-University, 76 Vernadskogo Ave., Moscow 119454, Russia, svetlanakanashina@yandex.ru

The article looks at the internet meme which is a popular phenomenon of internet communication. Being a media product which is aimed at a large number of people and which functions on the internet, the internet meme can be regarded as a media text. The characteristics of the internet meme are intertextuality, hybrid nature, interactivity, stereotypical nature.

Keywords: internet meme, meme, media text, mass media, internet communication, intertextuality.

DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-107-112>

Текст является комплексным феноменом и выступает объектом научного осмысления с лингвистической, философской, семиотической и культурологической точек зрения. Традиционно текст понимается как целостное, завершенное произведение, передающее определенное смысловое содержание. В лингвистике пристальным изучением текста занимается специальное направление – лингвистика текста, большой вклад в которое внесли отечественные языковеды В. В. Виноградов, М. М. Бахтин, И. Р. Гальперин. Именно И. Р. Гальперин предложил каноническое определение текста: «Текст – это произведение речетворческого процесса, обладающее завершенностью, объективированное в виде письменного документа, литературно обработанное в соответствии с типом этого документа, произведение, состоящее из названия (заголовка) и ряда особых единиц (сверхфразовых единств), объединенных разными типами лексической, грамматической,



логической, стилистической связи, имеющее определенную целенаправленность и прагматическую установку»¹.

Бурное развитие масс-медиа в последние годы и, как следствие, кардинальные изменения лингвистического ландшафта привели к новому пониманию текста. Определение текста было пересмотрено и обогатилось под влиянием информационных и технологических изменений в обществе. В 1990-х появилось понятие «медиатекст», данный термин был заимствован из англоязычных научных работ для обозначения текстов, размещенных в СМИ. Как отмечает Г. С. Мельник, медиатекст – «конкретный результат медиапроизводства, медиапродукт – сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа, адресованное массовой аудитории»². Среди отечественных и зарубежных ученых, занимающихся проблемой медиатекстов, можно назвать Теун Ван Дейка, Алана Белла, Т. Г. Добросклонскую, Г. С. Мельник, О. В. Краснояррову.

Современные масс-медиа предлагают богатую панораму медиатекстов – от газетно-журнальных текстов до теле- и радиотекстов. Особое место в системе медиатекстов занимают интернет-тексты, каналом передачи которых выступает Интернет как средство массовой коммуникации. В рамках Интернета медиатексты также разнообразны и включают в себя тексты законов и других нормативных документов, блоги, курс социальных сетей, кулинарные рецепты, интернет-версии газетных и журнальных статей и т. д.

Среди всего множества медиатекстов в Интернете интересными для научного осмысления являются интернет-мемы, представляющие собой популярные единицы интернет-коммуникации. В широком смысле интернет-мем – единица, передающая культурную информацию от одного интернет-пользователя к другому. Интернет-мемы могут иметь различное оформление – от вирусного интернет-видео до знакомого всем слогана. В более узком понимании интернет-мем является феноменом интернет-коммуникации, передающим определенную культурную информацию и имеющим стандартизированную форму (картинка и текст в квадратной рамке).

На рис. 1 представлен интернет-мем, сочетающий в себе визуальный и вербальный компоненты. Этот мем основан на прецедентном феномене и содержит отсылку к мультфильму «Зима в Простоквашино», что обеспечивает комическую направленность мема. Данный пример отражает



минималистичность жанра интернет-мемов, которая предполагает компрессию информации и поверхностную интерпретацию коммуникативного сообщения. Кроме того, мем обладает визуализированностью, наглядностью и красочностью, которые обусловлены графическим компонентом.



Рис. 1

Термин «интернет-мем» восходит к термину «мем», предложенному британским ученым Р. Докинзом в 1976 г. в книге «Эгоистичный ген». Р. Докинз определял мем как единицу культурной информации, передающуюся от человека к человеку, и в качестве примеров приводил мелодии, устойчивые слова и выражения, моду и т. д.³

Интернет-мем может рассматриваться как современный медиатекст, потому что, во-первых, он является медиапродуктом и функционирует в системе СМИ, а именно Интернета. Во-вторых, интернет-мем – массово ориентированное текстовое произведение, т. е. адресован большому количеству людей.

Поскольку интернет-мем – сравнительно недавно возникшее явление (данный феномен появился приблизительно в начале XXI в.) и обладает нестандартной, оригинальной природой, сложно определить его место в системе медиатекстов.

Т. Г. Добросклонская предлагает следующую классификацию медиатекстов: новости, информационная аналитика и комментарий, текст-очерк, реклама, в которую интернет-мем не вписывается по своим жанровым характеристикам⁴.

В то же время О. В. Краснаярова 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)⁵.

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.

Выступая в качестве медиатекста, интернет-мем демонстрирует свойства, характерные для данного типа текстов. Среди характеристик интернет-мема как медиатекста можно выделить интертекстуальность, интерактивность, гибридность и шаблонность.

1. *Интертекстуальность* понимается как наличие между текстами связей, позволяющих текстам ссылаться друг на друга. Интертекстуальность является базовой характеристикой медиатекстов. Данная категория отчетливо прослеживается в интернет-коммуникации, потому что интернет-тексты образуют сеть, в которой все элементы взаимосвязаны. Как отмечает О. В. Краснаярова, «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»⁶.

Будучи частью интернет-коммуникации, интернет-мем также обладает интертекстуальностью, потому что он интегрирован в разнообразную и широкую систему интернет-дискурсов и выступает как часть более объемного дискурсивного образования, как часть целого. К примеру, интернет-мемы являются составным элементом дискурса социальных сетей, интернет-блогов, интернет-рекламы и т. д.

Кроме того, каждый интернет-мем является, с одной стороны, автономной единицей, передающей завершенную мысль, и, с другой – отдельным представителем массы однотипных интернет-мемов, многие из которых образуют серии. Таким образом, отдельный интернет-мем выступает как целое (автономная интернет-единица) и как часть (составной элемент серии однотипных интернет-мемов).

На рис. 2 и 3 представлены мемы из серии «Крестный отец». Данные примеры также демонстрируют комическую направленность жанра интернет-мемов. При этом юмор часто имеет нестандартный, оригинальный характер. В этих примерах наблюдается когнитивный диссонанс, основанный на комическом несоответствии серьезного, глубокомысленного вида Дона Корлеоне и бытового, тривиального дискурса. Необходимо отметить, что серийность подобных мемов обеспечивает узнаваемость и высокую тиражируемость данных единиц.

Интертекстуальность интернет-мемов косвенно прослеживается и в том, что многие из них основаны на прецедентных феноменах, т. е. содержат аллюзии, референции, эксплицитные и имплицитные отсылки к прецедентным именам, ситуациям, высказываниям и текстам. Таким образом, наблюдаются интертекстуальные связи между интернет-мемом и прецедентным фено-

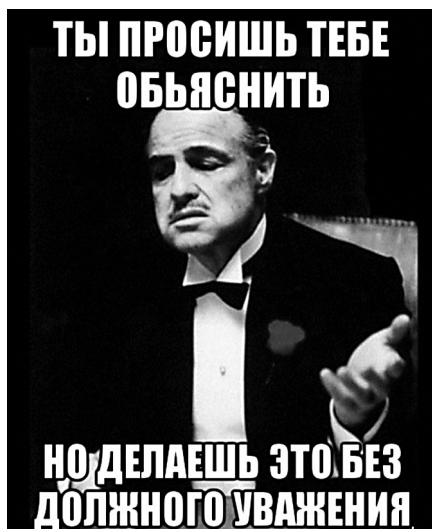


Рис. 2

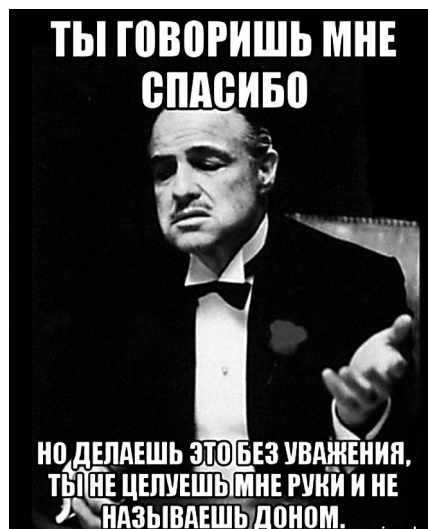


Рис. 3

меном. Например, мемы на рис. 2 и 3 основаны на прецедентном феномене и содержат отсылку к фильму «Крестный отец».

2. *Интерактивность* предполагает возможность взаимодействия субъектов в процессе коммуникации. Она реализуется как возможность обратной связи, диалогичность. По мнению А. А. Волковой, современные медиатексты отличаются интерактивностью, поскольку массовая коммуникация всегда предполагает открытость, призыв реципиента к обратной связи, ответной реакции⁷. Интернет-мемы, как и другие медиатексты, характеризуются интерактивностью.

Во-первых, интернет-мемы являются частью интернет-коммуникации, что обуславливает их открытость, публичность, доступность для любого интернет-пользователя. Интернет-мемы как жанр ориентированы на то, чтобы быть максимально интерактивными, что выражается в их стремлении достучаться до реципиента, не оставить равнодушным, заинтересовать.

Во-вторых, интерактивность интернет-мемов реализуется в возможности реципиента предоставить обратную связь в ответ на интернет-мем. Обратная связь реализуется в форме лайков, дизлайков, комментариев пользователей. Важно отметить, что реципиенты интернет-мемов, которые являются обычными интернет-пользователями, способны выступать и трансляторами мемов, т. е. могут тиражировать мемы, делиться ими с другими пользователями, обеспечивая бесконечный процесс репликации мемов. Популярность отдельного мема всегда выражена в его активном распространении в Интернете. Когда интернет-мем перестает быть популярным, процесс репликации, тиражирования останавливается и мем угасает, уходит в небытие.

На рис. 4 изображен мем, который называется Gangman Style. Прототипом мема стала одноименная песня корейского певца PSY, выпущенная в 2012 г. Песня стала очень известной и породила



Рис. 4

высоко тиражируемый мем с различными вариациями, включая многочисленные пародии. Циркуляция мема в Интернете была обеспечена тем, что интернет-пользователи обменивались им и способствовали вирусной популярности. Этот мем является одним из самых популярных за всю историю существования интернет-мемов и отражает их интерактивный характер, функционирование которых основано на интерактивном характере обмена информацией в Интернете.

В-третьих, интерактивность интернет-мемов прослеживается в том, что интернет-пользователь может выступать не только их пассивным реципиентом, но и создателем этих единиц, т. е. принимать активное участие во всем цикле создания интернет-мема. Жанр интернет-мема предполагает, что эти единицы создаются не специально обученными людьми, а обычными интернет-пользователями. Таким образом, любой человек может создавать собственные интернет-мемы и размещать их в интернет-пространстве. Это означает, что интернет-мемы выступают как



фольклорный, народный жанр, позволяющий современному человеку выразить свое творческое начало в этом интернет-жанре.

3. *Гибридность* представляет собой сочетание нескольких разнородных элементов в рамках одной единицы. В контексте медиатекста гибридность означает сочетание нескольких компонентов в рамках одного медиатекста. Речь, прежде всего, идет об интеграции вербальной, визуальной и аудиоинформации. Г. С. Мельник пишет, что «продуцируемые новыми медиа медиатексты моделируют и интегрируют в едином смысловом пространстве различные разнородные компоненты: вербальные, визуальные, аудиовизуальные и др.»⁸

Интернет-мем как медиатекст также имеет гибридный характер, выраженный в сочетании вербальной (текстовой) и визуальной (графической) информации. Таким образом, интернет-мем задействует не один канал передачи информации, а несколько, что позволяет говорить о его гибридной форме.

Гибридная форма интернет-мемов имеет большое значение в процессе передачи информации. Во-первых, семантика интернет-мемов значительно обогащается благодаря наличию не только вербальной, но и визуальной информации, т. е. отдельный мем может передать более емкое значение. Кроме того, 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.

На рис. 5 представлен мем, имеющий гибридную структуру, которая выражена в сочетании вербального и визуального компонентов. Гибридная форма позволяет добиться особого стилистического эффекта, построенного на гротеске и абсурде. Гибридное сочетание искаженной вариации картины «Мона Лиза» Леонардо да Винчи начала XVI в. и атрибутов современного мира создает причудливую художественную форму и комический эффект.

Гибридность интернет-мемов позволяет говорить о масштабном процессе конвергенции современных СМИ, при котором наблюдается «единообразное цифровое представление различных типов информации – текстовой, графической, аудио- и видео-»⁹.

4. *Шаблонность* является одной из ключевых характеристик любого медиатекста, потому что размещенный в СМИ он должен вписываться в определенный жанр и отвечать стилистическим, функциональным, дискурсивным требованиям этого жанра. Как отмечает Л. Г. Антонова, «медийные тексты особым образом макетируются»¹⁰, это означает, что любой медиатекст изначально существует в четких композиционных и структурных рамках и должен соответствовать определенному шаблону.



Рис. 5

Интернет-мем также обладает шаблонностью, которая реализуется в его стандартизированной форме (картинка и текст в квадратной рамке). Стандартизированная форма определяет жанровую принадлежность интернет-мемов. Это означает, что единицы, не обладающие традиционной для мемов формой, не могут рассматриваться как интернет-мемы. Кроме того, шаблонность интернет-мемов упрощает восприятие, поскольку минималистичная форма мемов не предполагает больших когнитивных затрат при интерпретации.

При этом шаблонный характер интернет-мемов прослеживается в их серийности. Многие интернет-мемы образуют серии, состоящие из длинного ряда однотипных мемов.

Среди известных можно упомянуть серию мемов «Ждун» (рис. 6). Прототипом мема стала скульптура голландской художницы Маргрит ван Бреворт, созданная в 2016 г. Скульптура представляет собой оригинальное существо серого цвета. Забавный вид скульптуры вызвал отклик у интернет-сообщества, в результате родился мем «Ждун», олицетворение ожидания и надежд на будущее.

Другая известная серия мемов называется «На доньшке» и изображает Диану Шурыгину (рис. 7). Мемы этой серии имеют комическую направленность и апеллируют к скандально известной истории, связанной с Дианой Шурыгиной.

Серия мемов «Филологическая дева» изображает британскую писательницу Вирджинию Вульф (рис. 8). Концепция этой комичной серии заключается в том, что девушка-филолог щепетильно относится к нормам русского языка и нетерпимо осуждает безграмотность.

Серия мемов «Великий Гэтсби» (рис. 9) основана на прототипе – одноименном фильме с участием Леонардо ди Каприо. Мемы данной серии также имеют комическую направленность и выражают идею самодовольства и успеха.



Рис. 6

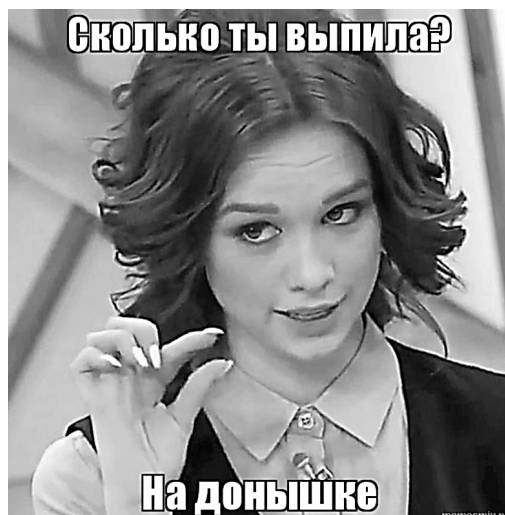


Рис. 7



Рис. 8

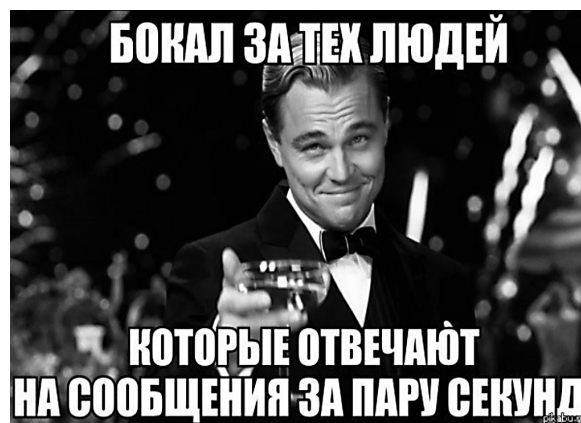


Рис. 9

Мемы из серии «Сердитый кот» (рис. 10) изображают британского кота по кличке Соус Тардар, который имеет характерный недовольный вид, что и способствовало появлению забавных мемов.

С другой стороны, шаблонная форма интернет-мемов отражает их принадлежность к массовой культуре, которая предлагает однотипные, стереотипизированные, духовно обедненные

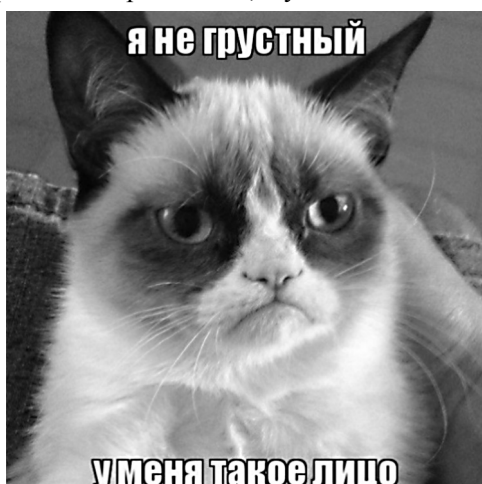


Рис. 10

культурные продукты. Шаблонность интернет-мемов говорит и об определенном примитивизме этих единиц.

Шаблонный характер интернет-мемов свидетельствует об общей тенденции современного информационного пространства к компрессии и редукции на структурном и смысловом уровнях. Минималистичные тексты со скудным содержанием вытесняют из медиaproстранства развернутые, объемные текстовые сообщения, которые требуют значительных умственных усилий для интерпретации. Можно полностью согласиться с А. Р. Голубевой и Т. А. Семилет в том, что «одно из явных направлений культурной инволюции современного информационного, массово-коммуникационного общества – сужение смысловой сферы публичного текста, ее свертывание, капсулирование, атомизация, фрагментация, клишированность, стремление к одномерности»¹¹.

Таким образом, интернет-мем представляет собой новый, оригинальный вид медиатекстов, сферой функционирования которого является интернет-пространство. Основными характеристиками интернет-мема как медиатекста являются 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. Интернет-мем выступает как современный медийный феномен, опосредованный интернет-средой.

Примечания

- ¹ Гальперин И. Текст как объект лингвистического исследования. М., 2007. С. 18.
- ² Мельник Г. Медиа́текст как объект лингвистических исследований // Журналистский ежегодник. 2012. № 1. С. 27.
- ³ См.: Докинз Р. Эгоистичный ген // Litres : [сайт]. URL:

- <https://www.litres.ru/raznoe/egoistichnyy-gen/> (дата обращения: 07.10.2018).
- ⁴ См.: Добросклонская Т. Медиа́текст : теория и методы изучения // Вестн. МГУ. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 32.
 - ⁵ См.: Красноярова О. Текст и медиа́текст : проблема дифференциации понятий // Вопр. теории и практики журналистики. 2015. Т. 4, № 1. С. 91.
 - ⁶ Там же. С. 96.
 - ⁷ См.: Волкова А. Медиа́текст в условиях конвергенции // Журналистский ежегодник. 2013. № 2, ч. 2. С. 26–28.
 - ⁸ Мельник Г. Указ. соч. С. 29.
 - ⁹ Волкова А. Указ. соч. С. 27.
 - ¹⁰ Антонова Л. Медиа́текст : подходы к анализу медиапродуктов // Медиалингвистика. 2015. Вып. 4. С. 148.
 - ¹¹ Голубева А., Семилет Т. Мем как феномен культуры // Культура и текст. 2017. № 3 (30). С. 195.

Образец для цитирования:

Канашина С. В. Интернет-мем как медиа́текст // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 107–112. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-107-112>

Cite this article as:

Kanashina S. V. Internet Meme as a Media Text. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2019, vol. 19, iss. 1, pp. 107–112 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-1-107-112>
