



А.А. Червяков

Вологодский государственный университет

К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕРНЕТ-МЕМЕ КАК ЯЗЫКОВОМ И СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ЯВЛЕНИИ

Правильное восприятие и использование в речи мемов указывает на успешную интеграцию говорящего в соответствующую лингвокультурную среду и социум в целом. Для успешного межкультурного общения человеку, использующему иностранный язык, необходимо не только владеть его грамматикой и лексикой, но также обладать экстралингвистическими знаниями, навыками и умениями, а также приемами адекватного поведения в области иноязычной культуры. Человек, способный понимать мем на иностранном языке, обладает языковой, культурологической и лингвострановедческой компетенциями. Для этого необходимо иметь представление о природе такого явления, как мем, истории происхождения, развития и распространения, типологии и грамматических особенностях интернет-мемов.

Мем, типология, грамматические особенности, восприятие, межкультурная коммуникация.

Актуальность статьи. В настоящее время почти каждый человек зарегистрирован в социальных сетях, которые оказывают значительное влияние на наше сознание и жизнь. Мемы, которым посвящена данная статья, стали частью социальных сетей, соответственно они влияют на нас, наше настроение, восприятие определенных явлений, отношение к другим людям, к окружающему миру в целом, к различным сферам нашей жизни, таким как здоровье, учеба, работа, увлечения и многие другие.

Теоретическая база статьи включает работы таких авторов, как Р. Докинз, Т. Бретт, Р. Броди, С. Блэкмор, М. Кронгауз и др. *Объектом* настоящего исследования является современная культурная информация и ее распространение в социальных сетях, *предметом* – мем как особая единица информации и его влияние на современное общество и процесс восприятия им окружающего мира.

Целью написания статьи является систематизация знаний по проблеме мема как языкового явления, в *задаче* входит описание его природы, истории происхождения, развития и распространения, процесса внедрения в интернет-пространство; типологии и особенностей интернет-мемов, примеров актуальных англоязычных интернет-мемов. Проведенное исследование направлено также на формирование и развитие иноязычной социокультурной компетенции пользователей Интернета.

В числе *методов* исследования можно выделить описание, дистрибутивный и компонентный анализ материала. *Теоретическая значимость* статьи заключается в том, что она вносит вклад в исследование современной культурной информации, обобщает и систематизирует знания относительно мема как языкового явления.

О природе языкового мема. Возникновение интернет-мема

Понятие «мем» возникло в конце XX века, его автором принято считать Ричарда Докинза. В своей

книге «Эгоистичный ген» Р. Докинз предложил идею о том, что вся культурная информация состоит из базовых единиц – мемов, подобно тому, как биологическая состоит из генов. Мемы и гены подвержены естественному отбору, мутации, искусственной селекции. Мемом, по словам Р. Докинза, считается любая мелодия, идея, манера, символ, слова и выражения, образ действия, которые распространяются между людьми и передаются от человека к человеку посредством речи, письма, видео, жестов, ритуалов, плакатов и т.д. Р. Докинз утверждает, что мемы – это своеобразные закономерности, которые влияют на свое окружение и способны к размножению, репликации. Мемы – элементы культуры, передаваемые через имитацию [8, с. 18–35]. Данная теория стала объектом споров среди биологов, социологов и ученых других дисциплин. Однако исследователь не предоставил удовлетворительного ответа на вопрос, как эти единицы культурной информации влияют на поведение человека и как они способны влиять на культуру, т.к. основной темой книги была генетика.

По словам Р. Броди, такое определение мема облегчает понимание человеческой психики. Однако оно также не дает ответа на вопрос, как это знание влияет на наше поведение и культуру. Р. Броди указывает, что мемы – это внутренняя репрезентация знания и их существование приводит к определенным последствиям во внешнем мире. Гены – скрытые внутренние единицы информации, заложенной в эмбрионе, и ее особенности имеют свой «результат»: при участии окружающей среды из нее развиваются организмы. Мемы же являются скрытой репрезентацией знания, которая также при воздействии среды имеет определенные проявления во внешнем поведении человека [6].

Рассмотрим когнитивистское определение. Оно было дано психологом-когнитивистом и философом Д. Деннетом. По Деннету, мем – комплексная идея, которая образует себя в виде чего-то конкретного и

запоминаемого, т.е. в сознании зарождаются такие формы, которые впоследствии материализуются в физическом мире и передадутся в сознание другим людям [9].

Р. Броди также утверждает, что существует возможность наблюдать, как мемы возникают, распространяются, как конкурируют друг с другом, как воздействуют на наше поведение, т.е. благодаря когнитивистскому определению мы можем понять, почему один мем стал популярнее другого. Автор указывает, что мем определяется как единица информации, которая содержится в нашем сознании и которая воздействует на события так, чтобы в сознании других людей возникало как можно больше его копий. Как мы видим, данное определение объединяет в себе свойства всех трех определений мема (биологического, психологического и когнитивистского) и раскрывает данное понятие. Автор также утверждает, что, если рассматривать образование как процесс передачи фактов и идей из поколения в поколение, то образование – процесс копирования мемов, ведь назначением данной системы является воспроизведение и копирование [6].

Дальнейшее развитие теория мемов получила в книге С. Блэкмор. Автор указывает, что «все то, чему вы научились, подражая другому человеку, есть мем. Мем – каждое слово в вашем языке, каждая крылатая фраза или выражение. Любая история, которую вы когда-либо слышали, и все известные вам песни – мемы. Мемы – это поведение, это повседневные факты, которыми наполнена наша жизнь. Они – это все, что скопировано» [7, р. 211–214].

С. Блэкмор объясняет, почему и ген, и мем можно назвать эгоистичными. По ее словам, мемы можно так назвать потому, что они копируют себя при первой же возможности и будут жить в нашем сознании, чтобы повториться, передаться другим людям. Согласно автору, мемы представляют собой инструменты, посредством которых мы мыслим, а наши умы – совокупность мемов.

В работе «Мемы в интернете: опыт деконструкции» [5] М.А. Кронгауз рассматривает понятие интернет-мема. Он утверждает, что, хотя понятие «мем» и восходит к определению Р. Докинза, интернет-мем отличается от него. Интернет-мем, по Кронгаузу, – это короткая информация (слово, фраза, изображение и т.д.), которая стала популярной мгновенно и которая воспроизводится в Интернете в различных ситуациях и контекстах. Таким образом, интернет-мем имеет сходства с мемом Р. Докинза: он также копируется, тиражируется в сознании людей, передается от одного коммуниканта к другому. М.А. Кронгауз считает, что интернет-мем популярнее своего научного источника, и часто эти понятия смешиваются в силу того, что ради экономии времени «интернет-мем» мы называем «мем». Выделяется четыре стадии существования мемов: 1) создание мема, что происходит на сайте, форуме, блоге, где возникает абсурдная ситуация, следствием которой становится обсуждение, 2) распространение, т.е. перемещение фразы на другие площадки, трансформация в новые контексты и ситуации, 3) использование – фаза стабильности, когда мемом пользуются, но он не вызывает живого об-

суждения, 4) исчезновение мема по причине утраты интереса к нему. Однако есть случаи, когда интернет-мем может сохраниться в языке и перестать быть мемом, что произошло, например, со смайликом, который сейчас уже не воспринимается как мем.

Интернет-мемы зарождаются в рамках особой аудитории, и именно на нее рассчитан комический эффект (студенты, представители определенных профессий, родители и т.д.). Для остальных носителей языка они, скорее всего, при первом знакомстве останутся непонятными, если не сопроводить их необходимыми пояснениями, и соответственно не вызовут смеховой реакции. Исследователи утверждают, что мем обладает культурной коннотацией, т.к. предоставляет адресату возможность идентифицировать прецедентный феномен, т.е. интернет-мемы сохраняют в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе, культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления мема. Эффективность коммуникации в этом случае напрямую зависит от умения интернет-пользователя осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить те ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект.

Традиционно в интернет-среде от пользователя к пользователю передавались анекдоты, шутки, ссылки на медиаобъекты развлекательного характера, но специальное внимание на данное явление обратили, когда по тому же принципу стали распространяться не только шутки, но и более сложные образования, в которых вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое, предназначенное для комплексного воздействия на адресата.

Языковая типология интернет-мемов

Логичной представляется следующая языковая типология интернет-мемов:

1) текстовые, представляют собой слово, словосочетание или фразу, например: *I too like to live dangerously, Keep calm and carry on*. Сюда же можно отнести своеобразные клишированные обороты, начинающие или оканчивающие высказывание: *Британские ученые выяснили..., Keep calm and..., What if... or...?* и др. Источниками появления подобных мемов нередко становятся высказывания обычных пользователей;

2) графические – изображения, картинки, которые вызвали интерес у большинства пользователей, например: *Ждун, Advice Dog*;

3) аудиальные – мелодия, песня, например: *Mr. Trololo*;

4) видеомемы – короткие комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей социальных сетей и передаются друг другу. Видеомемы могут просматривать неоднократно, а также коллективно. Их популярность оценивается количеством просмотров. Некоторые видеомемы задумываются и снимаются как пародии, а другие, напротив, становятся источником комизма неожиданно для героя видеозаписи, например: *This is Sparta!*

Важно отметить, что для адекватной интерпретации интернет-мемов необходимо совпадение составляющих культурного опыта коммуникантов. Несовпадение элементов апперцепционной базы автора и адресата (незнание адресатом соответствующих рекламных текстов, фразеологизмов, отсутствие необходимого, хотя бы предварительного, знакомства с литературными источниками, кинофильмами; незнание исторических или актуальных событий, лозунгов и т. п.) может привести к коммуникативному сбою – отсутствию комического эффекта. Возможность достижения комического эффекта при использовании интернет-мемов любого типа связана с включенностью адресата в культурный контекст, наличием у него определенных предварительных знаний. Этим обусловлена относительная недолговечность активности мемов.

Наиболее популярные мемы в англоязычном сегменте Интернета 2010-х годов

1. *Be like Bill*. В январе 2016 года Интернет получил нового героя – Билла. Данный мем широко расхочется в социальных сетях. На его официальную страницу подписано полтора миллиона пользователей. Секрет успеха мема – в простых жизненных советах, которые помогут каждому стать немного лучше. *Bill is on the internet. Bill sees something that offends him. Bill moves on. Bill is smart. Be like Bill* или *This is Bill. Bill is about to eat. Bill is just going to eat instead of taking a picture and post it all over Instagram. Bill is smart. Be like Bill*. Что касается грамматической характеристики данного мема, в нем наблюдается двучленная структура предложения, по функциональному критерию согласно цели высказывания предложения повествовательные, наклонение – изъявительное.

2. *Grumpy Cat*. «Сердитый котик» – настоящая кличка Соус Тардар – кошка, которая благодаря своей внешности стала интернет-знаменитостью после того, как брат ее хозяйки разместил фотографию кошки на сайте Reddit. Она набрала популярность благодаря вечно недовольному выражению морды. Она родилась в 2012 году в США, штат Аризона. По словам хозяйки, такая необычная внешность связана с карликовостью и врожденным неправильным прикусом. Кличка кошки происходит от названия соуса тартар, но название было написано с ошибкой, в итоге его решили оставить. После того как кошка стала достаточно популярной, хозяин решил создать ее страницу на Facebook, на которую уже подписался один миллион человек. В мае 2013 года «Сердитый котик» получил премию Webby Award в номинации «Мем года». Тардар снимается в рекламе кошачьего корма, от ее имени выпущено две книги. Рассмотрим несколько примеров данного мема. *I had fun once. It was awful. Love is in the air? Get out the gas mask. I like long walks. Especially when they are taken by people who annoy me. Why fall in love when you can fall asleep?* Как мы видим, правила английской грамматики соблюдены, однако в вопросительном предложении присутствует прямой порядок слов.

3. *Skai Jackson*. Обычная фотография юной звезды канала Дисней завоевала популярность среди многочисленных пользователей. Он описывает неловкую

ситуацию и адресован людям, которые испытывают психологический дискомфорт в определенных условиях. Например, *When u meet his mom and she says «Oh so you're the girl he's always on FaceTime with» but you got an android or When Noah tried telling his people that a flood was coming and they should get on the ark but they didn't listen so they ended up dying*. Можно сделать вывод, что в некоторых мемах соблюдаются правила английской орфографии, в некоторых предпочтительнее современный язык Интернета, допускающий отступления от них. Грамматическая структура предложения при этом сохраняется, предложения могут быть простыми и сложными.

4. *Keep Calm and Carry On*. Известное выражение «Keep Calm and Carry On» и его производные имеют давнюю историю. Эта фраза появилась на плакате, который был выпущен британским Министерством информации еще в 1939 году. В то время вся Европа была охвачена беспокойством об угрозе фашизма и начале Второй мировой войны, поэтому целью данного постера было поднять боевой дух британцев, внушить им оптимизм. Фоном плаката является изображение британского флага или красное поле, над слоганом расположена корона. Было отпечатано два с половиной миллиона копий, однако в сороковых годах он не был знаком практически ни одному жителю Великобритании. Также существует еще два плаката данной серии – *Freedom is in peril. Defend it with all your might* и *Your courage, your cheerfulness, your resolution will bring us Victory*. Автор данного плаката и слоганов неизвестен. В 2000 году владельцы книжного магазина супруги Мэнли нашли плакат, сложенный на дне коробки со старыми книгами, которые они приобрели на аукционе. Не зная истоков, пара повесила этот плакат в своем магазине. На следующий год они начали делать копии этого плаката и продавать его. По словам Мэри, было продано более сорока тысяч копий к марту 2009 года. В 2012 году в Имперском военном музее Англии было найдено около пятнадцати дополнительных копий. Знаменитый слоган стал очень популярен во всем мире. Его используют повсеместно: на чашках, подушках, сумках, игрушках, футболках. Попав в Интернет, известный плакат стал объектом различных юмористических вариаций, например *Keep Calm It's Only Garlic, Keep Calm and Caps Lock* и т.д.

5. *LOL – Laughing-Out-Loud*. Согласно статистике, проведенной группой студентов, использование интернет-сленга на 2003 год оказалось ниже ожидаемого. В мгновенных сообщениях аббревиатуры были использованы 90 раз, 76 из которых были LOL (0,6 % от общего числа слов). Со временем процент использования интернет-сленга повышался. В 2011 году акроним LOL был внесен в Оксфордский словарь, что свидетельствует о широком использовании аббревиатуры. Словарь дает значение «extremely funny» и поясняет, что данный акроним используется в интернет-общении и показывает, что человеку очень весело или он не воспринимает что-либо серьезно.

6. *Futurama Fry / Not Sure If...* Мем, изображающий персонажа из мультсериала «Футурама» по имени Фрай, который прищурил глаза, выражает подозрение в чем-то. Верхняя строчка начинается со слов

«Not sure if X», а нижняя – со слов «or just Y». Выражение лица мема появляется в конце одиннадцатой серии второго сезона, когда Фрай подозревает, что его обманывают. Мем быстро набрал популярность. Его можно встретить и в онлайн-дискуссиях, и в пабликах социальных сетей, в чатах, на форумах и в любых диалогах-переписках, где проявляется подозрение.

7. *I Too Like To Live Dangerously*. Существует множество мемов-скриншотов из знаменитых фильмов, к которым добавляют текст. Один из наиболее часто встречающихся – мем «Я тоже люблю рисковать». В декабре 2012 интернет-пользователь выложил фотографию, на которой человек нарушает правило «Do not touch», а внизу прикрепил картинку Остина Пауэрса с данной надписью. В 2013 году на Фейсбуке была создана группа, посвященная этому мему, где пользователи размещали фотографии, на которых они игнорируют правила.

8. *Philosoraptor*. «Задумчивый велоцираптор» или «Филосораптор» – мем, на котором изображен динозавр, погруженный в различные философские размышления или разгадывающий причудливые парадоксы. Название мема происходит от соединения слов Philosophy и Raptor. Данный мем отличается от других тем, что, помимо своей развлекательной функции, он также заставляет читателя задуматься над интересными вопросами. С точки зрения грамматики, текстовая часть мема содержит придаточные условия и вопросительные конструкции.

9. *Rage comics*. «Rage comics» – это веб-комиксы, на которых изображены персонажи, созданные наименее простыми редакторами, например MS Paint. Комиксы используются, чтобы поведать истории из реальной жизни, поделиться опытом. Существует несколько типов данных комиксов, среди них: «Forever alone», «Y U No Guy», «Trollface», «Okay Guy», «Cereal Guy» и др., каждый из которых имеет свои типичные свойства. Например, персонаж «Okay Guy» выражает недовольство, но в отличие от других персонажей данной серии он произносит «Okay» и не пытается изменить ситуацию. «Forever alone Guy» выражает одиночество и разочарование в жизни, а «Cereal Guy» хочет высказаться и вступить в дискуссию. Рассмотрим подробнее мем из данной серии под названием *Challenge accepted* – персонаж данного комикса изображается черно-белым, с решительным выражением лица и уверенно скрещенными руками. Эта серия состоит из классических 4-панельных комиксов с изображением реальных жизненных ситуаций, в которых персонаж сталкивается со сложной, а возможно, даже опасной задачей. В этих случаях герою требуется храбрость и решительность для решения различных ситуаций, но он выходит победителем в каждом случае. Данная серия комиксов появилась в 2010 году на форуме «The flood». Однако фраза стала популярна благодаря американскому телевизионному сериалу «Как я встретил вашу маму», в котором один из главных героев произносил фразу «Challenge accepted», когда кто-то утверждал, что сделать что-либо невозможно. Герой данного мема быстро завоевал популярность, эволюционировал на другие сайты, распространился по всему Интернету. Также появились подвиды данного комикса, одним из которых

является вариант, противоположный первоисточнику «Challenge denied». Например, *Exams? Challenge accepted; It is impossible to sneeze with your eyes open. Challenge accepted* и др. Выражение *Вызов принят* в значении *Я готов соревноваться/проявить характер* проникло и в русскоязычную среду.

Грамматические особенности интернет-мема

Выше уже отмечалось, что глобальная сеть Интернет имеет огромное влияние на все сферы жизни человека: профессия, учеба, общение и др. Все это способствовало появлению сферы виртуального общения, которая порождает новые модели вербального взаимодействия и имеет особые нормы речевого поведения пользователей. В свою очередь, эти новые модели требуют новых языковых средств или изменения старых, в связи с чем появляется интернет-сленг, которым пользуется «население киберпространства». В процессе общения в сети Интернет человек не может передать звук, движение, цвет, поэтому они заменяются вербальными аналогами – обилие восклицательных знаков, использование разнообразных шрифтов. Образ человека в чатах, социальных сетях и на форумах формируется на основе его высказываний, того, как он или она выражает свои мысли. Известно, что грамматические навыки и орфоэпические умения проявляются в спонтанной речи, которая ранее осуществлялась только в устной форме. В Интернете спонтанная разговорная устная речь фиксируется в письменной форме. Соответственно речевые и языковые ошибки также фиксируются в письменном виде. Впечатление о личности складывается исходя из ее языка, т.к. все ее речевые индивидуальные особенности оказываются на виду. В процессе интерактивного общения можно проследить определенные изменения языка на фонетическом, лексическом и грамматическом уровнях.

Поскольку виртуальное общение в основном рассчитано на визуальное, а не аудиальное восприятие информации, пользователи не могут определить интонационное оформление предложения, к которому относятся тон, темп, длительность и логическое ударение. Однако эта цель достигается графическими средствами. Например, для передачи повышенного тона используется клавиша Caps Lock (все буквы прописные). В качестве примера рассмотрим комментарий пользователя с форума, на котором обсуждалась игра, в которой игрок сражается с большим количеством врагов: *Now imagine it having been here for FIFTEEN YEARS, during which time, MORE characters have been introduced, MORE interesting stories have been told, MORE songs featured, and MORE people (even outside of the west) have joined the fray and continued to create fan media of the series*. Благодаря изменению шрифтов пользователи видят, какие слова находятся под логическим ударением, и точнее воспринимают комментарий собеседника.

Удлинение гласных, распространенность предложений свидетельствуют о длительности речи. Например, *Oh noooooo! I love her*. Таким образом, интернет-коммуниканты могут «слышать» сообщения друг друга.

Интернет-общение может вестись одновременно с несколькими людьми, поэтому быстрое реагирование

и скорость печатания приобретают значимую роль. В связи с этим существует тенденция к сокращению часто употребляемых слов. Например, *plz* вместо «please», *y/o* вместо «years old», *how r u?* вместо «how are you?». Предпочтение отдается кратким формам, таким как *I'll*, *He's*, *'cause*. Изобилие аббревиатур также часто встречается в английском интернет-сленге – *LOL*, *IMHO* («in my humble opinion»), *JK* («just kidding»), *OMG* («Oh my God»). Существуют и более сложные, используемые тогда, когда хочется выразить недовольство собеседником, например *KTHXBAI* («Ok, thanks, bye»), или, наоборот, выразить симпатию – *LYLAB* («Love you like a brother») / *LYLAS* («Love you like a sister»). Еще одним свойством английского интернет-языка является пренебрежение орфографическими правилами. Часто англоязычный текст в Интернете напоминает искаженную транскрипцию, демонстрируя прочную связь орфографии с фонетикой. Например, глагол *to be* заменяется на букву «b», *to see* – «с», а прилагательное *some*, заменяется сходным по произношению словом *sum*. Буквы, словосочетания, а иногда и целые тексты могут заменяться цифрами. Например, предлог *for* заменяется цифрой «4» (four), которая имеет почти идентичное произношение. Предлог *to* заменяется цифрой «2» (two) по тому же принципу. Использование одного регистра, в целях экономии времени, ведет к тому, что в тексте нет заглавных букв, поэтому можно встретить слова со строчной буквы, такие как местоимение *I*, названия стран, городов, имена собственные и др. Более того, использование сленга, неологизмов и диалектизмов также характерно для английского интернет-языка. Это происходит потому, что Интернет объединяет людей, говорящих на разных диалектах. Например, вместо *want to* используется сокращенная форма *wanna*, а *going to* заменяется на *gonna*.

Таким образом, интернет-сленг можно подразделить на три группы: 1) акронимы, 2) сокращения, 3) слова, в которых использованы цифры или символы. Акронимы – слова, сформированные из первых букв нескольких слов. В интернет-общении они используются для передачи некоторых фраз и выражений. Например, *BTW* («by the way»), *ASAP* («as soon as possible»), *FAQ* («frequently asked questions»). Сокращения предполагают усечение гласных, например *pls*, *tx*, *r* («are»). Слова, в которых использованы цифры или символы, выглядят следующим образом: *a very c%l concert*, где «с%l» заменяет «cool», *@ 7 o'clock*, где @ заменяет «at».

Проанализировав англоязычные социальные сети, можно сделать вывод, что существует тенденция к сокращению грамматических форм, что часто ведет к формальной грамматической ошибке. Из всей системы английских времен чаще всего используются времена групп *Indefinite* и *Continuous*, часто заменяющие времена группы *Perfect*. Например, *I met him today* вместо *I have met him today* или *I'm learning English for five years* вместо *I have been learning English for five years*. Также можно наблюдать нарушение порядка слов, отсутствие подлежащего в предложении. Например, *want to listen to this song*, *The USA is getting crazy?*

Таким образом, интернет-пользователи используют простые, нераспространенные предложения,

опускают члены предложения, не соблюдают грамматические правила. Такие же особенности прослеживаются и в собственно мемах: намеренное сокращение грамматических конструкций, использование аббревиатур, сокращений слов. Тем не менее, это не препятствует адекватному взаимопониманию коммуникантов, соответственно это может считаться специфической чертой виртуального общения.

Выводы

1. Мем преимущественно определяется как единица информации, которая содержится в нашем сознании и которая воздействует на события так, чтобы в сознании других людей возникало как можно больше его копий. Интернет-мемы представляют собой информацию (ссылки, тексты, картинки, разговорные конструкции), передаваемую пользователями друг другу через сеть, основной целью которых является развлечение. Первоисточники мемов разнообразны: предметы искусства, фильм, персонаж, чье-либо высказывание. Таким образом, мемы сохраняют в себе информацию, которая послужила источником для их появления. Следовательно, мем имеет культурную коннотацию, ведь эффективность коммуникации зависит от умения интернет-пользователя осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект.

2. Интернет-мемы представляют собой информацию (ссылки, тексты, картинки, разговорные конструкции), передаваемую пользователями друг другу через сеть, основной целью которых является развлечение. Мы узнали, что первоисточники мемов разнообразны: предметы искусства, фильм, персонаж, чье-либо высказывание. Таким образом, мемы сохраняют в себе информацию, которая послужила источником для их появления. Следовательно, мем имеет культурную коннотацию, ведь эффективность коммуникации зависит от умения интернет-пользователя осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект. Выделяются текстовые, графические, звуковые, видео- и комбинированные интернет-мемы.

3. Англоязычные интернет-мемы, как и любые другие, проходят следующие основные стадии: возникновение, пик популярности, использование, угасание. Характеристики происхождения, распространения, степени популярности могут варьироваться. Важно отметить, что большинство рассмотренных мемов находятся на третьей стадии развития мемов – стадии использования. Однако можно сделать вывод, что мемы угасают не так быстро. Некоторые остаются популярными в течение нескольких лет (*One does not simply..., Philosoraptor*), а некоторые еще только набирают популярность. Среди рассмотренных нами мемов есть те, которые прошли все четыре стадии и теперь имеют новый статус, например *LOL* и *Rage comics*, которые все чаще используются в качестве стикеров в социальных сетях.

4. Язык, используемый в мемах, имеет следующие типичные особенности грамматики: 1) использование графических средств для передачи фонетических осо-

бенностей речи, 2) сокращение форм слова, 3) отступление от грамматических правил и пунктуационных норм.

Литература

1. Бретт, Т. Руководство по мемам: путеводитель пользователя по вирусам сознания / Т. Бретт. – URL: <http://asocial.narod.ru/material/memes.htm> (дата обращения: 12.04.2023). – Текст : электронный.

2. Иванов, Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи / Л. Ю. Иванов. – Москва : Флинта – Наука, 2003. – 840 с.

4. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; перевод с английского под научной редакцией О. И. Шкаратана. – ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

5. Кронгауз, М. А. Мемы в интернете: опыт деконструкции / М. А. Кронгауз. – URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/> (дата обращения: 12.04.2023). – Текст : электронный.

6. Brodie, R. Virus of the mind: the new science of the meme / R. Brodie – URL: <https://media.evolveconsciousness.org/books/consciousness/Virus-of-the-Mind-The-New-Science-of-the-Meme-Richard-Brodie.pdf> (дата обращения: 12.04.2023). – Текст : электронный.

7. Blackmore, S. The Meme Machine / S. Blackmore. – Oxford University Press, 2000. – 464 p.

8. Dawkins, R. The Selfish Gene / R. Dawkins. – Oxford : Oxford University Press, 1976. – 224 p.

9. Dennett D. C. Breaking the Spell / D. C. Dennett. – URL: http://skepdic.ru/wpcontent/uploads/2012/11/Daniel_C_Dennett_Breaking_the_Spell_Religion.pdf (дата обращения: 12.04.2023). – Текст : электронный.

A.A. Chervyakov

ON INTERNET MEME AS LINGUISTIC AND SOCIAL AND CULTURAL PHENOMENON

Correct perception and use of memes in speech displays a person's successful integration into a linguistic and cultural surroundings as well as social surroundings in general. For successful intercultural communication a foreign speaker should not only learn grammar and lexis but also have extra-linguistic knowledge and skills of adequate speech and cultural behaviour. A person who is able to understand memes in a foreign language has linguistic and intercultural skills. It is necessary to understand the nature of memes, their history, development, distribution, classification and grammar features.

Meme, typology, grammar features, perception, intercultural communication.