

professors had to accept a different approach to writing research publications.

Second, some problems that are connected with language transfer became evident. Some learners tried to mechanically transfer Russian language rules in syntax and Russian collocations onto English structures and sentences. Thus, sentences or structures that do not sound naturally appeared: "Developing effective problem solving skills can be teaching students to decision making and planning results". I also have to mention that some professors used machine translators that did not contribute to using natural structures and word combinations. We tried to prevent this interference encouraging learners to regularly read authentic materials (research publications written by native speakers or more confident English users) and to use patterns that are typical in specific professional situations or writing genres. An interesting fact: learners who study English as their second foreign language and are confident users in the first one as well as researchers in linguistics showed more flexibility in understanding and acquiring vocabulary and grammar that is typical for English but has some difference with Russian lexical entries and grammar structures.

In conclusion, I want to emphasize that teaching English for specific academic and research purposes has some problems that are connected with individual specific purposes of learners, their language knowledge competence and foreign languages experience, differences in academic and research traditions. These problems can be solved using variety of methods and approaches of such sphere of teaching English as English for specific purposes, specifically English for academic purposes and English for research publications purposes.

УДК 81-115, 81'73.45

Ю.В. Щурина

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ: ПРОБЛЕМА ТИПОЛОГИИ

Статья посвящена проблеме типологии интернет-мемов, функционирующих в коммуникативном пространстве Интернета. Доказывается, что возможности классификации связаны с выбором адекватных критериев для описания мемов, отражающего их своеобразие.

Интернет-коммуникация, интернет-мем, комический эффект, речевой жанр, демотиватор.

The paper is devoted to the problem of typology of Internet memes functioning in the Internet communication. It is proved that the possibility of classification is related to the choice of adequate criteria to describe the meme reflecting their identity.

Internet communication, Internet meme, comic effect, speech genre, demotivator.

Интернет рассматривается как качественно новая информационно-коммуникативная среда, открывающая особые возможности для реализации интеллектуальных и творческих потребностей человека. Активное развитие коммуникативного пространства Интернета привело к появлению значительного количества исследований, посвященных данной проблематике. По мнению Е.И. Горошко, можно гово-

1. Взаимодействие российских вузов с международными фондами и организациями: мониторинг и оценка эффективности: Сборник материалов. – М., 2006.

2. Голобородько, А.Ю. Международная академическая мобильность как продукт постиндустриального общества и фактор профессионального развития молодого специалиста / А.Ю. Голобородько, Д.В. Колосов, Н.Г. Шабло. – URL: <http://www.t21.rgups.ru/archive/Arhiv2011s11>.

3. Мильруд, Р. Обучение языку в специальных целях: сущность, методика, рефлексия / Р. Мильруд. – URL: <http://iyazyki.ru/2013/05/english-special>

4. Сёмин, Н.В. Академическая мобильность в России: нормативно-методическое обеспечение / [Н.В. Сёмин и др.]. – М, 2007.

5. Dessibourg, O. La Suisse, carrefour de la circulation des cerveaux / O. Dessibourg // Le Temps. – 2012. – 15 Nov.

6. Flowerdew, J. Some thoughts on English for Research Publication Purposes (ERPP) and related issues / J. Flowerdew // Language Teaching / FirstView article / Feb. 2013. – P. 1 – 3. – URL: http://journals.cambridge.org/abstracts_S0261444812000523.

7. Hopkins, A. A genre-based investigation of the discussion sections in articles and dissertations / A. Hopkins, T. Dudley-Evans / English for Specific Purposes. – Elsevier. – 1998. – V.7. – Iss. 2. – P. 113 – 121.

8. Hutchinson, T. English for Specific Purposes: A learning-centered approach / T. Hutchinson, A. Waters. – Cambridge, 1987.

9. Jordan, R.R. English for Academic Purposes: A Guide and Resource Book for Teachers / R.R. Jordan. – Cambridge, 1997.

10. The Bologna Declaration 19 June 1999. Joint declaration of the European Ministers of Education. – URL: http://www.ehea.info/Uploads/Declarations/BOLOGNA_DECLARATION1.pdf

речь о формировании особой дисциплинарной парадигмы – лингвистики Интернета [2].

Теоретический обзор исследований как феномена интернета, так и коммуникативного пространства, возникающего на его основе, показал, что можно выделить пять основных подходов к его изучению:

1) построение и описание социальных прогнозов развития Интернета, где Интернет представлен, пре-

жде всего, как информационное хранилище, как единое информационное пространство;

2) изучение сетевой природы современного общества, основанного на интернет-технологиях;

3) рассмотрение Интернета как виртуального образа мира, а интернет-среды – как универсального коммуникативного пространства, в котором запускаются механизмы виртуализации социальности как неизбежного социального эффекта новых информационно-коммуникативных технологий;

4) описание Интернета, основанное на постмодернистских концепциях видения и понимания современного общества;

5) изучение Интернета с опорой на идею сверхобщества (глобализирующегося общества), где Интернет выступает как средство, которое делает возможным глобализацию информации, коммуникации, образования и экономики [3].

Сегодня очевидно, что требуются новые подходы к изучению Интернета. Так, в гуманитарных исследованиях Интернета особое внимание уделяется его «социальному» измерению: культурным, языковым и психологическим особенностям взаимодействия, закономерностям формирования и характеристикам функционирования виртуальных сообществ, принципам самовыражения личности и изменению виртуальной идентичности, стереотипам создания и восприятия социальных объектов, стратегиям осуществления познавательной и творческой деятельности в Сети и мн. др. Все это разнообразие в осуществлении социальных функций невозможно без функционирования языка в Сети, что является системообразующей характеристикой Интернета как глобального социального явления [3].

Существует значительное количество определений понятия «интернет-коммуникация». Наиболее удачным представляется определение И.Н. Розиной, которая рассматривает интернет-коммуникацию как использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах [7, с. 32]. Е.И. Горошко отмечает, что в этом определении учитываются такие важные составляющие процесса интернет-коммуникации, как коммуникативная цель, характер средства связи (электронный), форма представления информации (мультимедийная), антропоцентрический характер (человеческая составляющая), а также охват различных форм социальной коммуникации [3].

Базовыми, конститутивными характеристиками интернет-коммуникации выступают следующие категории: электронная форма существования текста, гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность, вариативность количества и эксплицированности коммуникантов [10, с. 59].

Можно выделить ряд сходных черт интернет-общения как своеобразной формы массовой коммуникации и всенародной карнавальной жизни средневековья в трактовке М.М. Бахтина [1]: выход за пределы официальных регламентаций и оформление

особым игровым образом [9]. Игра как одна из преобладающих форм коммуникации в интернет-пространстве определяет характерные качества самого общения: неутилитарный характер, двуплановость, положительная эмотивность и др. [9].

Возможности проявления игрового компонента в общении, как правило, связаны с использованием языка как средства достижения эстетических или творческих целей, которые чаще всего реализуются в виде установки на комический эффект. Свойства интернет-коммуникации определяют возможность возникновения новых, специфических источников комизма, природа которых обусловлена действием иных, отличных от используемых в традиционных сферах общения механизмов. Одним из таких источников (активность использования которого неуклонно растет) будем считать интернет-мемы.

Термином «интернет-мем» обозначают возникшее в первом десятилетии XXI века явление спонтанного лавинообразного распространения в интернет-среде некоторой информации посредством разнообразных способов, а также саму эту информацию [5]. Понятие «мем» впервые было введено Р. Докинзом, предложившим концепцию репликации по отношению к социокультурным процессам [4]. В широком понимании мем – это некая «идея, образ, объект культуры (чаще нематериальной), который перенимается многими членами сообщества» [11, с. 162]. Мемы могут представлять собой вербальные, невербальные и гибридные образования, которые объединяет два ключевых признака: воспроизводимость и высокая скорость циркуляции в Интернете. По мнению К. Страйкера, мемы постоянно обновляются, смешиваются, трансформируются, образуя все более сложный и специфичный вербально-визуальный язык интернет-сообществ [12].

Мем рассматривается как механизм передачи и хранения культурной информации. Очевидно, что спонтанному, неконтролируемому распространению среди интернет-пользователей некоей информации подвержена не всякая информация, а лишь та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей неравнодушными к ней, вызывает интерес или порождает ассоциации. Мемы отражают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей [6]. Так, мемы-персонажи представляют собой усредненные портреты представителей некоторых профессий (*Коварный переводчик, Злая Училка, Филологическая Дева*) или социальных слоев (*Типичный Иммигрант, Провинциальный мэн*); нередко мемами становятся животные или фантастические персонажи (*Котэ, Собака, Философоратор, Ктулху*).

Для достижения коммуникативного эффекта при реализации многих типов речевых жанров интернет-пространства, объединенных комической направленностью, оказывается необходимым включение интернет-мемов в структуру этих жанров. Использование интернет-мемов может преследовать разные цели: создание подтекста, актуализацию «фоновых»

знаний адресата, повышение экспрессивности, включение элементов игры, усиление оценочности и пр.

Актуальным представляется, прежде всего, исследование возможностей интерпретации подобных, «осложненных» присутствием в их структуре интернет-мемов жанров, основанной на активизации специфических средств образности и интертекстуальных взаимосвязях [6].

В целях объяснения и предупреждения коммуникативных сбоев при реализации соответствующих речевых жанров важным представляется вопрос о возможностях типологизирования интернет-мемов. В качестве основания для классификации могут быть предложены различные критерии:

- 1) способ выражения мема (вербальный, невербальный или гибридный);
- 2) источник возникновения мема;
- 3) структура мема.

Первое основание позволяет выделить следующие типы активно функционирующих в современном интернет-пространстве мемов:

- текстовый мем;
- мем-изображение;
- медиамем;
- гиф;
- креолизованный мем.

Текстовые мемы могут быть выражены посредством: а) слова: *Внезапно, Медвед, Анонимус, Упячка* и др.; б) выражения / фразы: *Аффтар жжот, Горизонт завален, Дотянулся проклятый Сталин, Йа криветко!;* в) текстовых фрагментов, начинающих или оканчивающих сообщение: *Это неловкое чувство, когда..., Мне одному кажется, что...,...Занавес!* и т. д.

Источники возникновения текстовых мемов весьма разнообразны: актуальное событие, горячая новость в СМИ (*иранские ракеты, челябинский метеорит, папа Римский увольняется*); предмет искусства или артефакт материальной культуры (*Джоконда*); художественные фильмы (*Это Спарта!*); персонажи аниме, сериалов (*Армен*); анекдоты, художественные тексты; компьютерные игры; фразы отдельных пользователей или известных медийных личностей и т.д.

Текстовые мемы используются как в разных видах интернет-общения (на форумах, в блогах, в чатах и т.п.), так и в качестве текстового компонента различных жанров, таких как интернет-комиксы.

Мемы-изображения существуют в трех основных разновидностях:

- 1) узнаваемое изображение, в котором главное внимание обращено на визуальную часть, – *Ктулху, совы, Омской птицы, Facerpalm* (человек, закрывающий лицо руками, – обозначает «стыд»);

- 2) так называемая «фотожаба» – результат творческой переработки изображения при помощи графического редактора. Наиболее известные изображения, ставшие основой значительного количества «фотожаб», – *Свидетель из Фрязино, Гном (или Гнум), Толстый китайский мальчик, Аленка*. В «фо-

тожабе», помимо визуальной составляющей, определенное внимание уделяется сюжету, комическому переосмыслению образа или ситуации;

- 3) обобщенный образ, воплощающий представление о персонаже: *Котэ, Собака* и др.

Медиамемы представляют собой комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей, передаются друг другу, широко распространяясь в Сети. Специфика их использования заключается в возможности неоднократного воспроизведения, повторного неоднократного просмотра. Примечательно, что некоторые медиамемы становятся таковыми неожиданно для их героя (напр., мем Mr. Trololo, источником которого является видеозапись выступления эстрадного певца Э. Хила).

Узнаваемость медиамема служит основой для его дальнейшего использования: так, отсылки к мему *Очки надо?* (ролик с китайцем, торгующим в автобусах смешными очками) используются в рекламе. При этом текстовая часть видеомема может подвергаться лексическим и грамматическим трансформациям. Отметим, что возможность достижения необходимого коммуникативного эффекта (узнавания и достижения комизма) при таком «вторичном» использовании мемов в значительной степени зависит от совпадения элементов апперцепционной базы автора и адресата, в противном случае идентификация мема может не произойти.

Гифы (гифки) представляют собой анимированные картинки, короткие невербальные зарисовки, фиксирующие, как правило, некую эмоциональную реакцию (от ужаса до восторга; весьма популярны гифы, буквально демонстрирующие *фейспалм* (стыд)) – и поэтому чаще всего используемые в комментариях. Источники гифов отражают культурный кругозор создающих их пользователей: зарисовки из жизни, спортивные события, ситуации с домашними животными, события из жизни известных личностей (напр., *Райан Гослинг отказывается есть*) и пр.

Креолизованный мем – разновидность креолизованных текстов, «фактура которых состоит из двух негомогенных частей (вербальной ... и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [8, с. 180].

Источниками креолизованных интернет-мемов служат различные комические интернет-жанры: комиксы, эдвайсы, демотиваторы и др., например, *Филологическая Дева, Скучающий Ботан, Злая училка, Злой Школьник, Улыбчивый кавказец, Котэ*. Это мемы, представляющие собой узнаваемые изображения на стандартном заданном фоне, сопровождаемые надписями. При этом изменяемой частью является надпись, а фон и изображение остаются, за редким исключением, стандартными [6]. При прочтении сопровождающих изображение надписей часто возникает эффект неоправданного ожидания, что и определяет смеховую реакцию. В качестве задающей сюжет фразы могут использоваться прецедентные тексты, неожиданная концовка которых вызывает

комизм. Для достижения комического эффекта необходимо узнавание адресатом соответствующих текстов (см. рис. 1).



Рис. 1. Мем «Филологическая Дева»

Данный мем «Филологическая Дева», ориентированный на студентов-филологов, отсылает адресата к прецедентному тексту *Ведь, если звезды зажигают – значит – это кому-нибудь нужно?* (В. Маяковский).

Использование креолизованных интернет-мемов характерно и для демотиваторов. Используемые в них образы и персонажи (*Капитан Очевидность*, *Котэ*, *Собака*, *Суровые челябинские комары* и др.), многократно повторяясь, становятся интернет-мемами, обретая относительную независимость от источника (см. рис. 2).



Рис. 2. Мем «Капитан Очевидность»

Отметим, что наиболее популярные лица зачастую становятся самостоятельными мем-персонажами, упоминания о которых, выходя за пределы интернет-среды, распространяются и в других сферах коммуникации (прежде всего, в обыденном общении). Впоследствии мемы с высокой частотностью могут подвергаться трансформациям, вызывая комический эффект.

Немаловажным представляется рассмотрение такого параметра интернет-мемов, как их структура. По структуре можно выделить следующие основные типы интернет-мемов:

- 1) двусоставные мемы;
- 2) компаративные мемы;
- 3) метамемы.

В наибольшей степени в современной интернет-коммуникации распространены **двусоставные мемы**, представляющие собой двухчастное высказывание (завязка + панчлайн – неожиданное остроумное завершение), которое вступает в сложные смысловые отношения с сопутствующим визуальным материалом. Чаще всего текст обрамляет шаблонное изображение (*звездное небо*, *обиженный школьник*, *улыбчивый кавказец* и пр.). К двусоставным мемам можно отнести и демотиваторы, например, рис. 3.

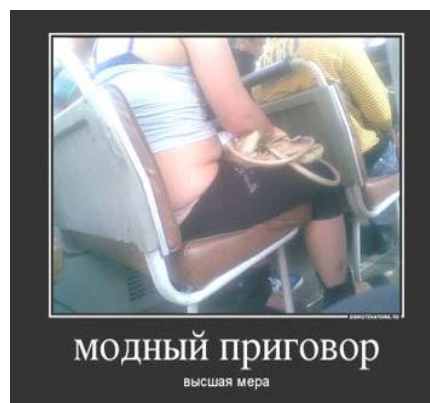


Рис. 3. Двусоставный мем

Данный демотиватор представляет классическую структуру двусоставного мема: изображение задает сюжет; первая строчка – завязка, вторая – панчлайн.

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 преходящим; типичным является взаимодействие элементов, их сопоставление между собой. Компаративные мемы, как правило, иллюстрируют множественность универсума и/или его принципиальное несовершенство. Одним из распространенных мемов такого типа можно считать мем «*Ожидание – реальность*», например, см. рис. 4:



Рис. 4. Мем «Ожидание – реальность»

Метамемы – мемы, выполняющие референтную функцию, – напрямую отсылающие к другим мемам. Их идентификация и интерпретация требует значительных усилий от адресата, общности соответствующих пресуппозиций. Метамемы обыгрывают другие существующие структурные типы мемов. Такого рода метамемам полностью посвящены паблики «*Нечеткие приколы*» и др.

В целом, возможность достижения комического эффекта при использовании интернет-мемов любого типа связана с включенностью адресата в контекст, наличием у него определенных предварительных знаний, необходимых для узнавания мема. Этим обусловлена и относительная недолговечность активности функционирования интернет-мемов. Распространение мема занимает от нескольких дней до нескольких лет, включая процесс его внедрения в традиционные сферы общения. Затем процесс репликации замедляется или прекращается, мем попадает в категорию «старый мем» (*бойн*) и вытесняется другими, более актуальными мемами. Мемы значительно отличаются по востребованности и устойчивости. Устойчивость мема может быть связана с его потенциалом генерирования новых структур. Создание значительного числа текстов или иных образований на основе данного мема и их последующее воспроизведение на различных сетевых площадках позволяет мему сохраниться и при благоприятных условиях вновь актуализироваться. Для адекватной интерпретации интернет-мемов необходимо совпадение составляющих культурного багажа участников коммуникации, общность пресуппозиций.

Литература

1. Бахтин, М.М. Творчество Ф. Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М.М. Бахтин. – М., 1990.
2. Горошко, Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы / Е.И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. – Орел, 2007. – Вып. 5. – С. 223 – 237.
3. Горошко, Е.И. Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е.И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. – М., 2012. – С. 9 – 52.
4. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М., 1993.
5. Ксенофонтова, И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И.В. Ксенофонтова // Интернет и фольклор: Сб. ст. – М., 2009. – С. 285 – 294.
6. Нежура, Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета / Е.А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2. – С. 47 – 52.
7. Розина, И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика / И.Н. Розина. – М., 2005.
8. Сорокин, Ю.А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю.А. Сорокин // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180 – 181.
9. Сычев, А.А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект / А.А. Сычев. – URL: <http://www.abc-globe.com/sichev.htm>.
10. Шипицина, Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Л.Ю. Шипицина. – М., 2010.
11. Щурина, Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Научный диалог. – № 3. Филология. – Екатеринбург, 2012. – С. 160 – 172.
12. Stryker, C. Epic Win for the Anonymous. How 4chan's Army Conquered the Web // C. Stryker. – Overlook, 2011.