

УДК 81'373.48

Некоторые особенности юмористических интернет-мемов в русскоязычной виртуальной коммуникации

Гуторенко Лидия Сергеевна

Аспирант 3 года обучения,
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;
e-mail: Lidia_gut@mail.ru

Аннотация

Цель данного исследования – рассмотрение характерных особенностей, свойственных креолизированным юмористическим текстам (интернет-мемам) в русскоязычной сети Интернет, на основании чего производится обзор понятия «юмор» и его отличительных черт в трудах отечественных и зарубежных лингвистов, а также анализируются примеры интернет-мемов на русском языке. Учитывая тенденцию к глобализации, свойственную современной коммуникации в киберпространстве (чему способствует использование английского языка в качестве международного и что приводит к интернациональному характеру многих юмористических интернет-мемов), не следует забывать об отличительных чертах, свойственных именно русскоязычной традиции комических креолизированных текстов в виртуальном пространстве, среди которых можно упомянуть юмористическую поэзию в сети Интернет, использование особых графических шаблонов, философский и экзистенциальный настрой многих юмористических текстов, направленных в адрес читателя и его повседневной жизни, частое (в сравнении с другими культурами) использование произведений художественной литературы и классического кинематографа в качестве прецедентных источников. Теоретической основой данного исследования стали труды отечественных и зарубежных ученых, исследующих понятия «креолизированный текст», «интернет-мем», а также особенности юмора в современной коммуникации. Материалами в рамках данного исследования послужили популярные шаблоны интернет-мемов, носящие интернациональный характер (такие, как «Филосораптор», «Аткрытка», «Цианид и счастье»), а также те, которые были созданы русскоязычными пользователями (например, стихотворные формы «пирожки», «порошки», «экспромт», проекты «Словач», «Это разочаровательно», «Mr Freeman», «Бозон Хихигса» и т. д.).

Для цитирования в научных исследованиях

Гуторенко Л.С. Некоторые особенности юмористических интернет-мемов в русскоязычной виртуальной коммуникации // Культура и цивилизация. 2017. Том 7. № 2А. С. 247-206.

Ключевые слова

Русскоязычные интернет-мемы, интернет-коммуникация, креолизованные тексты, юмор в сети Интернет.

Введение

Активное развитие сети Интернет и то, что виртуальное общение становится неотъемлемой частью повседневной реальности, накладывает свой отпечаток и на другие аспекты нашего существования, придает специфику всем средствам массовой коммуникации [Мечковская. 2006], что обуславливает актуальность исследования особенностей виртуальной коммуникации в целом и юмористических текстов в сети Интернет в частности.

Характерной чертой юмористического текста как такового является его доступность читателю, и в случае, если целевая аудитория стремится охватить максимальное число пользователей, помимо злободневной тематики должны быть использованы понятные массовому читателю приемы, в том числе лингвистические. Аллюзии, языковая игра, интертекстуальность создают у адресата положительное впечатление о своей интеллектуальности и внетекстовой эрудиции, заодно сближая читателя с автором текста. Однако используемые при этом средства должны быть понятны пользователю, поскольку действие юмора основывается на неожиданности (если исходить из лингвистических теорий юмора, в которых в основе порождения комического эффекта лежит конфликт, вызывая бисоциативный шок, который выражается в смехе [Koestler, 1964; Raskin, 1985; Attardo, Raskin, 1991]), а любые сложные мыслительные операции и дополнительные комментарии приведут к значительному снижению перлокутивного эффекта. Другим обязательным условием юмористического текста является его краткость [Курганов, 1997; Лендваи, www; Шмулевич, 2015], что также исключает возможность дополнительных комментариев и, с другой стороны, способствует достижению большего комического эффекта. При этом следует помнить, что целевая аудитория может быть разной, и юмористические тексты, не предназначенные для конкретного адресата, останутся им не понятными и не позволят автору добиться ожидаемого результата, что происходит при несовпадении социальной категории (профессии, возраста, уровня образования) в рамках одной культуры либо при отличной от автора культуре читателя.

С одной стороны, подобные факторы следует учитывать при межкультурной коммуникации, с другой стороны, если речь идет об авторе, пишущем для представителей собственной культуры и стремящемся охватить максимальную аудиторию, то использование

доступных пониманию читателя и при этом максимально разнообразных лингвистических и экстралингвистических средств и приемов позволяет ему добиться максимального перлокутивного эффекта.

Для примера приведен юмористический текст, написанный физиками: «Ученые долго думали – в чем измерять частоту? Так и не придумали. Вот и пишут – Hz». В данном случае использование профессиональной терминологии минимально, поскольку внутри самого текста уже содержится подсказка о том, что частота измеряется в герцах и имеет соответствующую аббревиатуру. С другой стороны, корректная интерпретация языковой игры, основанной на полисемии понятий «сопротивление» и «колебание» и соответствии латинского Hz русской аббревиатуре «хз»¹, не представляет сложностей для массового читателя. В приведенном примере также иллюстрируется двусмысленность высказывания, написанного на одном языке и прочитанного носителем другого, что Д.В. Бондаревский [Бондаревский, 2010] характеризует как иконичность².

При использовании более специфической терминологии шутка перестанет быть понятной широкому кругу читателей: например, название одной из юмористических публичных страниц в социальной сети Facebook – «Бозон Хихигтса» – не будет понятно пользователю с нетехническим образованием, поскольку ему незнакомо понятие «Бозон Хигтса».

Исследования отечественных ученых

Как указывает А.А. Сычев, «ироническое высказывание может быть понято другими как совершенно серьезное, если оно не маркировано соответствующим символом» [Сычев, www]. Аналогично в случае агрессивного поведения в Интернет-коммуникации графический символ улыбки («смайлик») смягчает сообщение, в то время как при его отсутствии текст воспринимается как однозначно оскорбительный.

Аналогично визуальное оформление текста в сети Интернет служит дополнительной «подсказкой» для читателя, помогающей не только интерпретировать текст как юмористический, но и определить его конкретные жанр и специфику, поскольку виртуальное сообщество выработало определенные визуальные шаблоны (например, шрифт, цвет, графические составляющие), соответствующие тому или иному типу комического текста.

Не только в сфере комических текстов, но и в общем добавление графических элементов в настоящее время все чаще становится частью текстообразования. «Уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий весьма высок» [Березин, 2003, www, 162]. Таким образом, способ подачи информации, ориентирующий

1 Хрен знает.

2 Термин, введенный Ч. Пирсом, обозначающий метафоры, схемы, чертежи, диаграммы, рисунки и т. п., обладающие сходными свойствами с тем объектом, с которым они соотносятся.

на визуальное восприятие, становится все более популярным, в том числе в силу своей доступности адресату, что привело к формированию понятия визуальности в современной науке [Зенкова, 2004].

Н.С. Громова указывает, что в современном мире в условиях временного дефицита у человека нет возможности анализировать осложненный вербальный текст, что также способствует возрастанию популярности поликодовых текстов, объединяющих по смыслу, структуре и функциям элементы из различных семиотических систем, что способствует более быстрому восприятию информации. При этом, воспринимая информацию, размещенную в Сети, пользователь не может абстрагироваться от невербальной информации, а воспринимает все составляющие целостно, а «наличие гипертекста способствует появлению новых коннотаций и формированию нового дискурса» [с. 144]. На то, что креолизованному тексту свойственны обе основных черты гомогенного текста, а именно целостность и связность, указывает Е.Е. Анисимова [Анисимова, 2003].

Шаблоны, пользующиеся наибольшей популярностью, часто являются международными и носят характерные узнаваемые названия, таким образом внося значительный вклад в успех у аудитории готового юмористического креолизованного текста.

Термин «креолизованный текст» был предложен Ю.А. Сорокиным и Е.Ф. Тарасовым для обозначения таких текстов, которые содержат в себе поликодовые составляющие (вербальные и невербальные). Как отмечает Д.В. Бондаревский [Бондаревский, 2010], подобные тексты получили широкое распространение в печатных и электронных СМИ, стали частью как политического, так и рекламного дискурса. В рамках данной статьи следует отметить, что они широко употребляются также среди пользователей сети Интернет.

Набравшие популярность персонажи комических высказываний, макеты оформления, готовые креолизованные тексты становятся интернет-мемами³. Воспроизводимость наиболее известных составляющих частей мемов (графических или вербальных) во многих текстах позволяет говорить о прецедентном характере юмора в сети Интернет. Данная особенность была отмечена Ю.В. Щуриной [Щурина, 2012, www] при анализе частного проявления виртуальных креолизованных текстов – демотиваторов⁴, и было отмечено, что она «проявляется как в широком распространении ссылок на те или иные демотиваторы..., так и в цитировании текстового компонента демотиваторов в различных сферах общения вне интернет-коммуникации (в первую очередь, в межличностном неофициальном общении)».

3 Термин «мем» (англ. *memе*, от греч. Μίμησις «имитация») впервые упоминается в книге Ричарда Докинза «Эгоистичный ген» 1976 года и обозначает «идею, поведение, стиль или значение (узус), которое получает распространение между представителями культуры».

4 Креолизованный текст, содержащий изображение в центре в черном обрамлении и подпись в нижней части, которая изначально, исходя из названия данного вида текстов, написана в упадническом духе либо саркастически.

Примеры используемых шаблонов для креолизованных интернет-мемов с вербальным и визуальным компонентом

Например, несколько лет назад одним из популярных международных шаблонов оформления был так называемый «Филосораптор»⁵, изображающий голову динозавра с поднесенной ко рту лапой на зеленом фоне. Данный шаблон предполагает текст в виде риторического вопроса, внутри которого содержится конфликт на основе двойной интерпретации слов, например: «Если черный и белый – это цвета, то черно-белый телевизор – цветной?». В данном случае можно видеть подобную языковую игру (использование слова «цветной» как очевидного продолжения однокоренного слова «цвет» без учета конкретного значения словосочетания «цветной телевизор»).

Использование другого популярного международного графического шаблона, носящего название «Цианид и счастье»⁶, предполагает циничный и часто черный юмор. Данный шаблон в большей степени соответствует классическим комиксам, поскольку на нем представлены примитивные изображения человеческих фигур, нарисованных с помощью векторной графики в различных позах и ситуациях и произносящих юмористические реплики. В одном из примеров в левой части рисунка персонаж-врач сообщает лежащему в постели персонажу-пациенту, что его ждет встреча со Всевышним, при этом в правой части рисунка под таблицей «Выписка» изображен дежурный, чье имя подписано как «Всевышний Н.А.»; таким образом, показана игра слов, основанная на словарной интерпретации слова-омонима к фамилии последнего персонажа.

Еще один известный международный макет в русскоязычной традиции называется «Аткрытка»⁷ и включает в себя шрифт, цветовой фон и проработанное графическое изображение человеческих фигур. Пользователю предоставляется возможность выбора из множества шаблонов наиболее подходящего к его тексту с целью большей визуализации и замены фатической функции, невозможной при письменном общении. В одной из «аткрыток» на голубом фоне в правой нижней части изображены довольные пожилые мужчина и женщина, а в текстовой части написано: «Бабка и Дедка учли ошибку и испекли Кубик». В приведенном примере видно соответствие графической составляющей и текста, в то время как последний отсылает читателя к известной всем сказке про Колобка, укатившегося от Бабки с Дедкой, что является примером интертекстуальности. И.В. Арнольд [Арнольд, 1993] трактует этот термин следующим образом: «Включение в текст либо целых других текстов с иным субъектом речи, либо их фрагментов в виде цитат, реминисценций и аллюзий», а согласно Г.Г. Слышкину аллюзия является одним из пяти основных типов прецедентных текстов [Слышкин, 2008, 38].

5 Philosoraptor.

6 Cyanide and happiness.

7 Someecards.

Игра слов в интернет-мемах на русском языке

Несмотря на популярность международных графических шаблонов, некоторые отечественные сайты разрабатывают собственные, также завоевывающие популярность. Так, актуальный проект «Словач», занимающийся поиском неологизмов и окказионализмов в социальных сетях, основанных на языковой игре, предпочитает использование собственного макета, где основными составляющими являются шрифт, бежевый фон (похожий на старую бумагу), буква «С» с пририсованным к ней языком в верхней средней части изображения, под которой крупным шрифтом и с ударением написано определяемое слово. Далее более мелким шрифтом следует определение, являющееся «триггером» [Арнольд, 1985], т. е. переключателем, актуализирующим второй скрипт посредством противоречия либо полисемии и, таким образом, вызывающим юмористический эффект. Например, определением слова «хандроид» будет «разряжающийся вечно телефон на платформе Андроид»: добавление единственной буквы в начале приведенного слова позволяет провести параллель со словом «хандра». Неологизмами проекта «Словач» являются близкие для всех повседневные реалии, создаваемые пользователями в гедонистических или лудических целях, что делает юмор доступным.

Другим проектом, рассматривающим подобным образом неологизмы в юмористических целях, является «Это разочаровательно». Традиционное оформление представляет из себя слегка измененное слово, словосочетание или фразу, написанную белым шрифтом на фоне изображения в темных тонах. Как правило, графическая составляющая иллюстрирует различные повседневные проблемы, позволяя, таким образом, посмеяться над собственными трудностями. Примерами текстов могут служить следующие высказывания: «я спился с пути»; «свобода самовырождения», «свиновата ли я?», «рабочие нудни» и т. д.

Специфика оформления интернет-мемов и их популярность

Как видно из приведенных примеров, графическое оформление текста является важной составляющей, работой над которой часто занимаются отдельные проекты. Пользователь, имеющий целью написание отдельных юмористических текстов, выбирает готовый популярный макет оформления, соответствующий специфике планируемого текста. В том случае, если пользователь собирается выпускать большое количество текстов с собственной графикой и стремится добиться популярности в виртуальном сообществе, визуальная составляющая продумывается легко доступной и узнаваемой, запоминающейся и не перегруженной. Примером успешного отечественного проекта в данном случае будет являться культовый анимационный персонаж Mr. Freeman, появившийся вначале в анимационном сериале в 2009 году. Помимо успешно подобранной графической составляющей (черно-белый персонаж, напоминающий привидение), произносимые Mr. Freeman тексты были составлены на злободневные темы с неприкрытым сарказмом в адрес зрителя, что привлекло внимание массовой аудитории и принесло популярность проекту.

Популярность таких юмористических жанров, как ирония и сарказм, может быть связана с эстетикой постмодернизма, центральное место в которой «занимает комическое в его иронической ипостаси: иронизм становится смыслообразующим принципом мозаичного постмодернистского искусства», а одной из основных черт постмодернизма является «стеб и ирония, пародийно-игровое конструирование, или мифотворчество на некогда сакральном материале прошлых культур, явление типично отечественное» [Общая характеристика эстетики постмодернизма, www].

Специфика интернет-мемов с частичной креолизацией (вербальный компонент несет основную информационную нагрузку)

В то же время, если основным смысловым акцентом креолизованного текста является вербальная составляющая, выбирается лаконичное визуальное оформление, не перегруженное графическими деталями. Так, проект ADME ограничивается цветом шрифта и фона, тонкой рамкой и подписью в виде названия проекта в средней нижней части изображения, в некоторых случаях ключевой момент шутки акцентируется желтым цветом для большей наглядности. Примерами текстов проекта ADME будут: «Фразу «все мужики одинаковые» определенно придумала какая-то китайка, которая потеряла своего мужа в толпе»; «Мы с мужем живем в достатке: то он меня достает, то я его». Гендерные противоречия пользуются большой популярностью в качестве темы юмористических высказываний как в устных анекдотах, так и в коммуникации в сети Интернет. В приведенных примерах юмористический эффект достигается за счет языковой игры. В данном случае виден также «закон пуанты» (расщепление метафоры) [Курганов, 1997, 30-34], который заключается в переосмыслении метафоры, ее сознательной интерпретации в буквальном значении. Л.В. Попова называет данное явление «двойной актуализацией фразеологизма», или же «дефразеологизацией» [Попова, 1968]. О потенциальной двусмысленности вводимого в контекст фразеологизма, его двойной актуализации также писали А.В. Кунин [Кунин, 1971], Л.В. Орлецкая [Орлецкая, 1994], В.И. Зимин, Л.Г. Латфуллина [Зимин, Латфуллина, 2009], Л.И. Шмудевич [Шмудевич, 2015].

Юмористическая поэзия в киберкоммуникации

Другой характерной разновидностью комических креолизованных текстов в русскоязычном виртуальном сообществе являются юмористические стихотворные строфы, как правило, имеющие размер от двух до четырех строк⁸. Некоторые наиболее традиционные размеры получают свои наименования и используются для порождения новых текстов,

8 При этом не обязательно данные стихотворные произведения оформляются как креолизованные тексты, они также могут иметь только вербальную составляющую, однако оформление, включающее графические элементы, способствует привлечению внимания адресата и пользуется большой популярностью.

в которых иконическая составляющая играет вспомогательную роль, а основную прагматическую нагрузку несет вербальный компонент. Так, например, популярными являются юмористические «хокку»⁹ на русском языке, а собственными стихотворными формами русскоязычных пользователей являются так называемые «пирожки» («перашки»)¹⁰, «экспромЪт»¹¹, «порошки»¹².

Примером «стишков-пирожков» может служить следующее четверостишие: «изба горела и горела / а конь скакал скакал скакал / стояли две нерусских бабы / не зная что и предпринять»; примером «экспромЪта»: «детей цветов давно не стало / теперь лишь дети овощей». «Порошки» чаще прочих получают оформление в качестве креолизованного текста, в котором графический компонент не ограничивается цветом и шрифтом, а содержит изображение. Так, «стишок-порошок» «спустись в каюту айвазовский / кричат матросы скоро шторм / но отвечает живописец / мне норм» изображается на фоне одной из картин этого художника. Как видно из приведенных примеров, в подобных стихах комического характера авторы также нередко прибегают к прецедентности: так, в двустишие используется известная метафора «дети цветов» (служащая для обозначения хиппи) в противопоставлении «детям овощей» («овощ» также является метафорой, но в отношении людей, ведущих пассивный образ жизни); героем «порошка» становится известный русский маринист И.К. Айвазовский; а в «стишке-пирожке» видна аллюзия на известную цитату из поэмы «Мороз, Красный Нос» И.А. Некрасова. Следует отметить, что данная характеристика русской женщины («Коня на скаку остановит, в горящую избу войдет») является одним из самых популярных источников для прецедентного переосмысления в юмористических текстах.

Интернет-мемы с визуальным компонентом в качестве основного на примере юмористических креолизованных текстов с использованием прецедентных персоналий

В то же время нередко в креолизованных текстах визуальная составляющая несет большую информационную или прагматическую нагрузку, чем вербальная [Сорокин, Тарасов, 1990]. При этом иногда информационная составляющая не является настолько важной, как способ подачи информации, что актуально в юмористических текстах, где важен эмоциональный эффект, оказываемый на реципиента, который может оказаться даже более сильным, чем при «живом» общении, чему способствует, в том числе, специфика виртуальной коммуникации: «присутствие пользователя в Сети может быть обезличенным, что позволяет ему быть более искренним и более решительным в выражении своих идей и идеалов» [Raevskaya, 2017, 102].

9 Стихотворение их трех строк и 17 слогов японского происхождения.

10 Представляют из себя четверостишие без рифмы, заглавных букв и знаков препинания, содержащие 34 слога.

11 Двустишья без рифмы, знаков препинания и заглавных букв, состоящие из 17 слогов.

12 Четверостишья, где рифмуется вторая и четвертая строки, при этом последняя строка состоит двух слогов, часто являющихся неожиданными и придающих комическую окраску всему четверостишью.

Отдельно следует отметить креолизованные тексты с использованием изображений известных культурных, общественных и политических деятелей, кадров из фильмов и сериалов, чья популяризация тесно связана с доступностью средств массовой коммуникации, благодаря которым любые общественно значимые события быстро становятся известны массовой аудитории, выражающей свое отношение к ним путем создания мемов. Зачастую подобные интернет-мемы носят стихийный характер, за короткий промежуток времени набирая популярность и также теряя ее, когда соответствующее событие утрачивает актуальность. Если речь идет об исторических фигурах или культовых персонажах, креолизованные тексты с их изображениями остаются популярными в течение долгого времени, однако не являясь столь массовыми.

К креолизованным текстам первого типа можно отнести кадр из фильма «Выживший» 2015 года с изображением страдающего в суровых условиях героя Леонардо Ди Каприо и подписью: «Что вы еще хотите за вашу статуэтку?».

Юмористические тексты второго типа зачастую представляют большой интерес с лингвистической точки зрения и в то же время требуют от читателя фоновых знаний. Примером может служить креолизованный текст, содержащий в себе изображения трех писателей, размещенных друг под другом: Э. Бёрджесса, Л.Н. Толстого и Ф.М. Достоевского. Текст, сопровождающий изображения, является цитатой из известной песни Земфиры: «Хочешь сладких апельсинов? Хочешь вслух рассказов длинных? Хочешь, я убью соседей, что мешают спать?», где рядом с изображением каждого писателя размещен соответствующий вопрос. Чтобы успешно воспринять юмористический текст, пользователю необходимо знать, что Э. Бёрджесс является автором романа «Заводной апельсин», а также вспомнить роман «Войну и мир» Л.Н. Толстого и сюжет «Преступления и наказания» Ф.М. Достоевского. Как правило, восприятие подобного текста не является сложным для русскоязычного читателя, поскольку он отсылает к известным реалиям массовой либо традиционной культуры.

Следует отметить, что юмористические креолизованные тексты, содержащие аллюзию либо реминисценцию к известным деятелям классической культуры, свойственны именно российским пользователям сети Интернет. При этом оформление подобного текста часто содержит в себе двусмысленность, высмеивая знакомое всем явление из повседневной реальности. В качестве примера можно привести серию креолизованных текстов, в основе которых лежит изображение на пачке сигарет, предупреждающее курильщика о последствиях. Данный текст содержит последовательные портреты или фотографии известных русскоязычной аудитории писателей, сопровождаемые надписью, которая отражает характерные особенности их творчества: «Достоевский убивает личность», «Кафка убивает радость», «Полоскова убивает поэзию», «Донцова убивает интеллект», «Оруэлл убивает надежду», «Керуак убивает поколение», «Кастанеда убивает сознание», «Сэлинджер убивает молодость», «Р.Р. Мартин убивает всех». Количество приводимых российских и зарубежных авторов художественных текстов гарантирует то, что шутка будет понятна читателю даже в

том случае, если он не знаком с творчеством всех представленных писателей и поэтов. Последний персонаж, приведенный в списке, – Р.Р. Мартин, автор серии книг «Песнь Льда и Пламени», легшей в основу популярного сериала «Игра Престолов»,¹³ – скорее всего будет знаком каждому адресату, придавая шутке актуальность. Следует отметить, что упомянутый выше сериал лег в основу многих юмористических креолизованных текстов в сети Интернет по всему миру, и в том числе среди русскоязычных пользователей.

Таким образом, параллельно с креолизованными текстами, в которых основной смысловой упор делается на вербальный компонент, существуют тексты, в которых именно изображение играет ключевую роль. Иногда подобное явление происходит, когда пользователю Сети то или иное изображение кажется удачной основой для будущего комического текста, который пока не составлен; в таком случае оно может быть размещено в Сети с подписью «Придумайте текст», что также является успешным приемом для привлечения аудитории, поскольку позволяет читателям, используя воображение, принять активное участие в создании креолизованного текста юмористического характера.

Заключение

Таким образом, основные особенности юмористических текстов в виртуальном пространстве связаны с намерением авторов достичь успешного воздействия на адресата. Среди основных черт можно упомянуть выбор актуальной темы, использование интертекстуальности и языковой игры, доступной быстрому пониманию читателя, а также подбор визуального компонента, который либо стереотипично соответствует предполагаемому тексту, либо является авторским, иллюстрирующим или сопровождающим текст и не перегруженным информацией. С другой стороны, акцент может быть сделан именно на визуальной составляющей креолизованного текста, в таком случае именно вербальный компонент будет служить для введения дополнительного фрейма, способствуя возникновению юмористического эффекта.

Библиография

1. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
2. Арнольд И.В. Читательское восприятие интертекстуальности и герменевтика // Интертекстуальные связи в художественном тексте. СПб.: Образование, 1993. С. 4-12.
3. Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. М., 2003. URL: <http://evartist.narod.ru/text7/64.htm>

13 Одной из особенностей этого произведения, которая часто высмеивается читателями и зрителями, является частая насильственная смерть многих главных и второстепенных героев.

4. Бондаревский Д.В. Феномен креолизации и аналитические тенденции // Вестник Новгородского государственного университета. 2010. № 57. С. 13-16.
5. Зенкова А.Ю. Визуальная метафора в социально-политическом дискурсе: методологический аспект // Многообразие политического дискурса. Екатеринбург, 2004. С. 39-54.
6. Зимин В.И., Латфуллина Л.Г. Относительность понятия внутренней формы фразеологизма // Макаров В.И. (ред.). Фразеологизм в тексте и текст во фразеологизме (Четвертые Жуковские чтения): материалы Международного научного симпозиума, 4-6 мая 2009 г. Великий Новгород, 2009. 384 с.
7. Кунин А.В. Семантика фразеологических единиц. Сб. № 2. М.: Московский государственный педагогический институт иностранных языков им. М. Тореза, 1971. 37 с.
8. Курганов Е.Я. Анекдот как жанр. СПб.: Академический проект, 1997. 122 с.
9. Лендвай Э. Сопоставительная прагматика и межкультурная коммуникация. URL: http://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/komparativ_pragmatika/index.html
10. Мечковская Н.Б. Игровое начало в современной лингвистике: избыток сил или неопределенность целей? // Логический анализ языка. Концептуальные поля игры. М.: Индрик, 2006. С. 30-41.
11. Общая характеристика эстетики постмодернизма. 2006. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=490633>
12. Орлецкая Л.В. Фразеологизмы как средство создания юмористического эффекта в тексте: дисс. ... канд. филол. наук. М., 1994. 235 с.
13. Попова Л.В. О дефразеологизации устойчивых сочетаний // Проблема устойчивости и вариативности фразеологических единиц. Вып. 1. Тула, 1968. С. 115-120.
14. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Академия, 2000. 139 с.
15. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 180-181.
16. Сычев А.А. Юмор в интернет-коммуникации: социокультурный аспект. URL: <http://www.abc-globe.com/sichev.htm>
17. Шмудевич Л.И. Когнитивно-прагматические основания порождения юмористического эффекта (на материале англоязычных юмористических текстов): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2015.
18. Щурина Ю.В. Демотиватор как речевой жанр интернет-общения // Publishing house Education and Science s.r.o., 2012. URL: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Philologia/7_104996.doc.htm
19. Attardo S. Linguistic Theories of Humor. Berlin – New York: Mouton de Gruyter, 1994.
20. Attardo S., Raskin V. Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model // HUMOR: International Journal of Humor Research. 1991. 4 (3/4). Pp. 293-347.
21. Koestler A. The Act of Creation. London: Hutchinson & Co, 1964. 751 p.

22. Raevskaya M.M. La dimensión emocional de la época desde una perspectiva interdisciplinar // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2017. 1 (10). Pp. 99-106.
23. Raskin V. Semantic Mechanisms of Humor. Dordrecht – Boston – Lancaster: D. Reidel Publishing Company, 1985. 285 p.

Some features of humorous internet memos in the Russian-speaking virtual communication

Lidiya S. Gutorenko

Postgraduate,
Moscow State University named after M.V. Lomonosov,
119991, 1 Leninskie gory, Moscow, Russian Federation;
e-mail: Lidia_gut@mail.ru

Abstract

The purpose of this study is to review the features of humorous creolized texts (Internet memes) in the Russian-speaking Internet. The author of this article provides an overview of the concept of "humor" and its distinctive features in works of Russian and foreign linguists, and analyzes the examples of the Internet memes in the Russian language. Taking into account the trend of globalization in modern communication (aided by the use of the English language as international language, and that leads to the international nature of many humorous internet memes), we should not forget about the distinctive features of the Russian tradition of comic creolized texts in virtual space, among which we can mention humorous poetry in the Internet, the use of special graphical templates, philosophical and existential attitude of many humorous texts, addressed to the reader and his daily life, frequent (compared to other cultures) use of works of literature and classic cinema as case law sources. The theoretical basis of this research are the domestic and foreign scholars, exploring the concept of "creolized text", "Internet memes" and peculiarities of humor in modern communication. Materials in this study are popular templates of Internet memes, which bears an international character and which were created by Russian-speaking users.

For citation

Gutorenko L.S. (2017) Nekotorye osobennosti yumoristicheskikh internet-memov v russkoyazychnoi virtual'noi kommunikatsii [Some features of humorous Internet memos in the Russian-speaking virtual communication]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 7 (2A), pp. 247-260.

Keywords

Russian Internet memes, Internet communication, creolized texts, humor on the Internet.

References

1. Anisimova E.E. (2003) *Lingvistika teksta i mezkul'turnaya kommunikatsiya (na materiale kreolizovannykh tekstov)* [Text linguistics and intercultural communication (based on creolized texts)]. Moscow: Akademiya Publ.
2. Arnol'd I.V. (1993) Chitatel'skoe vospriyatie intertekstual'nosti i germenevtika [The reader's perception of intertextuality and hermeneutics]. In: *Intertekstual'nye svyazi v khudozhestvennom tekste* [Intertextual relations in a literary text]. Saint Petersburg: Obrazovanie Publ., pp. 4-12.
3. Attardo S. (1994) *Linguistic Theories of Humor*. Berlin – New York: Mouton de Gruyter.
4. Attardo S., Raskin V. (1991) Script theory revis(it)ed: joke similarity and joke representation model. *HUMOR: International Journal of Humor Research*, 4 (3/4), pp. 293-347.
5. Berezin V.M. (2003) *Massovaya kommunikatsiya: sushchnost', kanaly, deistviya* [Mass communication: nature, channels, action]. Moscow. Available at: <http://evartist.narod.ru/text7/64.htm> [Accessed 12/04/17].
6. Bondarevskii D.V. (2010) Fenomen kreolizatsii i analiticheskie tendentsii [Phenomenon of creolization and analytical trends]. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Novgorod State University], 57, pp. 13-16.
7. Koestler A. (1964) *The Act of Creation*. London: Hutchinson & Co.
8. Kunin A.B. (1971) *Semantika frazeologicheskikh edinit* [Semantics of phraseological units]. Moscow: State Pedagogical Institute of Foreign Languages named after M. Toreza.
9. Kurganov E.Ya. (1997) *Anekdot kak zhanr* [Anecdote as a genre]. Saint Petersburg: Akademicheskii proekt Publ.
10. Lendvai E. *Sopostavitel'naya pragmatika i mezkul'turnaya kommunikatsiya* [Contrastive pragmatics and intercultural communication]. Available at: http://janus.ttk.pte.hu/tamop/tananyagok/komparativ_pragmatika/index.html [Accessed 18/04/17].
11. Mechkovskaya N.B. (2006) Igrovoe nachalo v sovremennoi lingvistike: izbytok sil ili neopredelennost' tselei? [Game start in modern linguistics: an excess of force or uncertainty goals?]. *Logicheskii analiz yazyka. Kontseptual'nye polya igry* [Logical analysis of language. The conceptual field of the game]. Moscow: Indrik Publ., pp. 30-41.
12. *Obshchaya kharakteristika estetiki postmodernizma* [General characteristics of postmodernism] (2006). Available at: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=490633> [Accessed 12/04/17].
13. Orletskaya L.V. (1994) *Frazeologizmy kak sredstvo sozdaniya yumoristicheskogo effekta v tekste. Dokt. Diss.* [Phraseological units as a means of creating a humorous effect in the text. Doct. Diss.]. Moscow.

14. Popova L.V. (1968) O defrazeologizatsii ustoichivyykh sochetanii [On dematerialisation sustainable combinations]. In: *Problema ustoichivosti i variativnosti frazeologicheskikh edinit* [Problem of stability and variability of phraseological units], issue 1. Tula, pp. 115-120.
15. Raevskaya M.M. (2017) La dimensión emocional de la época desde una perspectiva interdisciplinar. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 1 (10), pp. 99-106.
16. Raskin V. (1985) *Semantic Mechanisms of Humor*. Dordrecht – Boston – Lancaster: D. Reidel Publishing Company.
17. Shchurina Yu.V. (2012) Demotivator kak rechevoi zhanr internet-obshcheniya [Administration as a speech genre of Internet communication]. *Publishing house Education and Science*. Available at: http://www.rusnauka.com/9_NND_2012/Philologia/7_104996.doc.htm [Accessed 12/04/17].
18. Shmulevich L.I. (2015) *Kognitivno-pragmaticheskie osnovaniya porozhdeniya yumoristicheskogo effekta (na materiale angloyazychnyykh yumoristicheskikh tekstov)*. *Dokt. Diss.* [Cognitive-pragmatic grounds for the generation of humorous effect (based on the English humorous texts). *Doct. Diss.*]. Saint Petersburg.
19. Slyshkin G.G. (2000) *Lingvokul'turnye kontsepty pretsedentnykh tekstov v soznanii i diskurse* [Lingvo-cultural concepts of precedent texts in the minds and discourse]. Moscow: Akademiya Publ.
20. Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. (1990) Kreolizovannyye teksty i ikh kommunikativnaya funktsiya [Creolized texts and their communicative function]. In: *Optimizatsiya rechevogo vozdeistviya* [Optimization of speech impact]. Moscow, pp. 180-181.
21. Sychev A.A. *Yumor v internet-kommunikatsii: sotsiokul'turnyi aspekt* [Humor in online communication: socio-cultural aspect]. Available at: <http://www.abc-globe.com/sichev.htm> [Accessed 12/04/17].
22. Zenkova A.Yu. (2004) Vizual'naya metafora v sotsial'no-politicheskom diskurse: metodologicheskii aspekt [Visual metaphor in socio-political discourse: methodological aspect]. In: *Mnogobrazie politicheskogo diskursa* [Diversity of political discourse]. Ekaterinburg, pp. 39-54.
23. Zimin V.I., Latfullina L.G. (2009) Otnositel'nost' ponyatiya vnutrennei formy frazeologizma [The relativity of the notion of the inner form of the phraseological unit]. Makarov V.I. (ed.). In: *Frazeologizm v tekste i tekst vo frazeologizme (Chetvertye Zhukovskie chteniya)* [The idiom in the text and the text in the idiom (Fourth Zhukovsky readings)]. Velikii Novgorod.