

Виктор Викторович Гаврилов

г. Сургут

К вопросу о концептуальной основе интернет-мемов

В статье рассматривается вопрос о современных текстовых мемах, делаются выводы о том, почему данные явления в языке недолговечны. Основные причины следующие: отсутствие связи с культурой конкретного народа, отсутствие концептуализации для мемов, ограничение по социальному признаку и в то же время интернациональность мема. В этой связи практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут быть использованы на занятиях по дисциплинам «Русский язык и культура речи», «Современный русский литературный язык (раздел «Лексикология»).

Ключевые слова: концепт, интернет-мем, культура народа, текст, паремический текст.

Viktor Viktorovich Gavrilov

Surgut

On the conceptual basis of Internet memes

The article deals with the issue of modern text memes and draws conclusions about why these phenomena in the language are short-lived. The main reasons are as follows: the lack of connection with the culture of a particular people, the lack of conceptualization for memes, the restriction on social grounds, and at the same time the internationality of the meme. In this regard, the practical significance of the study lies in the fact that its results can be used in classes in the disciplines "Russian language and culture of speech", "Modern Russian literary language (section" Lexicology ")

Keywords: concept, Internet meme, culture of the people, text, paremical text.

Представители концептуально-культурологического направления считают, что языковая картина мира человека формируется на основе «культурных» концептов. Иногда концептосферы языка и культуры в работах названных исследователей не просто сближаются, а отождествляются: «Концептосфера языка – это в сущности коцептосфера культуры... Национальный язык – это не только средство общения знаковая система для передачи сообщений. Национальный язык в потенции – как бы «заместитель» русской культуры» [6, С.6].

Об этом говорит, в частности, Ю.С. Степанов: «Не следует воображать себе культуру в виде воздуха, который пронизывает все поры нашего тела, – нет, это «пронизывание» более определенное и структурированное: оно осуществляется в виде ментальных образований – концептов. Концепты – как бы сгустки культурной среды в сознании человека» [9, С.40].

Мы в полной мере разделяем эту позицию, при этом отмечая, что в основе любого языкового факта, который в той или иной степени закрепляется в культуре народа, в его памяти, лежит концепт. Подобные языковые факты мы относим к паремиям.

В работе Л.Б. Савенковой находим следующее определение паремии: «...выступающая в виде родового термина, может быть определена как устойчивое в языке, воспроизводимое в речи анонимное изречение, пригодное для употребления в дидактических целях» [8]. К паремиям традиционно относят пословицы и поговорки.

При этом следует отметить, что вопрос о границах паремии остается открытым. Паремические тексты, во-первых, далеко не всегда служат дидактическим целям, не всегда имеют положительную аксиологию, например: *Голодный и архимандрит украдет, Своя рубашка ближе к телу, Работа не*

волк, в лес не убежит, От работы кони дохнут и т.д., а во-вторых, вслед за С.Г. Гавриным, В.В. Виноградовым и Н.М. Шанским, мы относим сюда и фразеологические единицы русского языка, обладающие свойствами паремических текстов: «1) воспроизводимость в речи, 2) семантическая целостность, 3) общеупотребительность, 4) постоянство компонентного состава, 5) постоянство грамматической формы» [2], «воспроизводимость и сверхсловность» [11].

В этой связи такое популярное явление интернет-культуры, как мемы мы по ряду признаков можем отнести к паремиям, поскольку они обладают большинством из перечисленных выше свойств (хотя не всеми, о чем будет сказано далее).

Термин «мем» (англ. meme) был введен впервые Р. Докинзом. По мнению исследователя, это объект, образ (чаще нематериальный), который «перенимается многими членами сообщества» [3]. Интернет-мем понимается в настоящее время как «возникшее в первом десятилетии XXI века явление спонтанного распространения в интернет-среде некоторой информации или фразы посредством «тиражирования» всеми возможными способами (по электронной почте, в чатах, на форумах, в блогах и др.), а также саму эту информацию или фразу» [4].

Ю.В. Щурина выделяет следующие типы мемов в интернет-пространстве:

- 1) текстовый мем: слово или фраза;
- 2) мем-картинка;
- 3) видеомем;
- 4) креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части [12].

Из данного перечня к паремическим в чистом виде, т.е. собственно языковым мы можем отнести текстовые мемы, которые в данном случае сближаются с фразеологизмами и имеют те же свойства, ту

же природу (они устойчивы, воспроизводимы, сверхсловны, образны).

Ю.В. Щурина так определяет текстовые мемы: «...представляют собой слово, словосочетание или фразу: *Превед, Аффтар жжот, Баян, Британские ученые, Горизонт завален, Донки-Хот, Ктулху, Йа криветко!* и др. Сюда же можно отнести своеобразные клишированные обороты, начинающие или оканчивающие высказывание: *Мне одному кажется, что..., Читать до конца..., ...Занавес!* и т. д.» [12].

Как правило, мем – это реакция на какое-то событие, известное ограниченному кругу лиц. В контексте мем приобретает высокий уровень экспрессивности и оценочности.

По сути, мемы для современной молодежи стали заместителем фразеологии в традиционном ее понимании. Только к привычным функциям ФЕ добавились дифференциация по принадлежности к определенной социальной группе (функция жаргона) и ирония (карнавальная культура). В этой связи возникает вопрос: «Почему же мемы, обладая многими свойствами паремических текстов, так кратковременны, так быстро сменяют друг друга, не оставаясь в памяти народа, не передаваясь из поколения в поколение?»

Интересно мнение главного редактора первого медиа о мемах в России Metamedia Азата Саттарова: «Если в 2000-х и начале 2010-х мемов было не так много, да и воспринимались они чисто как что-то элитарное (хотя бы потому, что Интернет был не так хорошо развит), то сейчас их огромное количество, но большинство умирает в первые же дни. Это происходит, потому что мемы превратились в индустрию» [5].

В самом деле, довольно ограниченный круг лиц помнит теперь такие (прежде чрезвычайно популярные) мемы, как «Доге», «Коте», «Лягушонок Пепе», Грампи Кэт, Тролльфейс, «Нельзя просто так взять и...», «Я человек простой», «Пацан к успеху шел», «патимейкер» и «эшкере».

Еще одна причина быстрой смены мемов, по мнению А. Саттарова, состоит в том, что «меняется сама специфика мемов. Раньше в почете были простые, понятные картинки... Например, в последние три года наметился тренд на постиронию. Как следствие – куча непонятных и абстрактных мемов» [5].

По-нашему мнению, причины недолговечности мемов несколько иные и они гораздо глубже, чем кажется на первый взгляд.

Первая из них – клиповое сознание современной молодежи, которая активно пользуется мемами как языковым и культурным явлением, развивает его, транслирует благодаря мемам свои ценности, свое мировосприятие. Человек, обладающий клиповым сознанием, как известно, не способен усваивать, оценивать, перерабатывать большие по объему печатные тексты. Кроме того, перевод информации из кратковременной памяти в долговременную также для таких людей затруднен. Это объясняется тем, что в настоящее время молодой человек работает с колоссальными информационными данными, но они поступают из разных источников и не

всегда актуальны. Следовательно, ознакомиться с ними можно только бегло, фрагментарно, не заостряя внимания на чем-то одном (иначе другая информация пройдет мимо). Паремические же тексты глубоко укорены в традиции, требуют серьезного осмысления, учета всех коннотаций, культурологических связей, работы в синхроническом и диахроническом спектрах.

Отметим, что В.Н. Телия считает фразеологизмы микротекстами: «...Идиомы – это своего рода микротексты, в которых, помимо образного описания собственно обозначаемого объекта действительности, присутствуют и значения (в языкознании их принято называть коннотациями), выражающие оценочное и эмоциональное отношение говорящего к обозначаемому. Сложение этих смыслов создает эффект выразительности, или экспрессивности, идиом» [10, С.14]. Это означает, что фразеологизм как текст объемный, многослоен, не может быть оценен и воспринят как нечто сиюминутно. Фразеологизм актуален десятилетия и даже столетия.

Способности работать с мемом как с микротекстом у современного молодого человека нет. И здесь мы логично переходим ко второй причине недолговечности мемов. Если фразеологизм, как и любой традиционный паремический текст, является частью ментальности народа, имеет историю, культурный контекст, функционирует на концептуальном уровне, то мемы подобных корней не имеют.

Любой фразеологизм, пословица, поговорка, сказка, быличка, присказка, пришедшие к нам из древности, являются частью мифологического, а позже православного сознания нации. Любой паремический текст – это всегда отсылка (через концепт) к базовым мифологическим или религиозным сюжетам.

В этой связи можно констатировать, что мемы утрачивают главный признак паремии – *концептуальность*, связь с культурой народа. Следовательно не могут быть отнесены к названному явлению и переходят в разряд жаргонизмов. Перекинуть концептуальный мостик от мема к архетипическим сюжетам народа практически невозможно. Во-первых, мемы зачастую интернациональны, то есть лишены культурной почвы конкретного народа (происходит своего рода глобализация сознания). Мем, оторванный от культуры народа, не закрепляется в национальном сознании, как бы повисает в воздухе.

А во-вторых, мемы социально ограничены. Нельзя не признать тот факт, что они выполняют сейчас роль, присущую жаргонизмам, или стали составляющими сленга, приняв на себя функции определения человека «свой – чужой» и обозначения границ социальной группы, за которой – чужаки. Если человек не понимает тот или иной мем, не реагирует на него адекватно (то есть так, как принято в определенной социальной группе), значит, он чужак. Нечто похожее мы наблюдали в годы Великой Отечественной войны. Человек, прекрасно знавший русский язык, но живший в Европе и заброшенный в качестве разведчика на территорию СССР, недоумевал, когда перед ним раскладывали картошку и

задавали вопрос: «Где должен быть командир?». При этом любой мальчишка, смотревший десятки раз фильм Чапаев, сходу отвечал: «Впереди, на боевом коне». То есть мем превращается в аллюзию, намек, понятный лишь «своим». Когда человек высказывается, он всякий раз ищет общее смысловое пространство, чтобы быть понятым. Однако аллюзия сужает это пространство до предела. Так, когда А.С. Пушкин пишет о Санкт-Петербурге: «Там некогда гулял и я: / Но вреден север для меня» [7, С. 7], он адресует намек на свою южную ссылку близкому кругу посвященных. Является ли аллюзия паремическим текстом? Да, однако – для очень узкого круга лиц. И в этом случае аллюзия не избегает судьбы любого жаргонизма, утрачивается, становится непонятной следующему поколению. В свое время В. Аксенов сокрушался по поводу того, что не понимает сленг современной молодежи, хотя сленг своего поколения знал прекрасно.

Примерно так функционирует мем в настоящее время: он объединяет людей во всем мире, но людей со сходными интересами, принадлежащих к определенной социальной группе, однако оторванной от культуры конкретного народа. В этом случае не происходит концептуализации мема, он не развивает конкретную национальную культурную традицию, не имея корней, исчезает в потоке информации, сменяется новыми, которые также быстро исчезают.

Приведем ряд примеров популярных в 2020 году мемов. «Мой руки под тексты песен» (автор Уильям Гибсон). Данный мем универсален, является международным, в этом смысле для многих актуален, однако не всем понятно, 1) почему надо мыть руки под песни, 2) через несколько лет о пандемии забудут, мем не сможет закрепиться в сознании конкретной нации.

«Наташа, мы все уронили» (текст сопровождается картинками котиков, которые будят свою хозяйку). Многим нравятся коты, «кошатникам» знакомо состояние, когда их будят по утрам питомцы, однако 1) мало кто понимает, почему коты обращаются к Наташе, 2) есть люди, которые больше любят собак или вообще не любят животных. У мема нет шансов закрепиться в культуре народа.

«Накачанный Доге из прошлого и плачущий Чимс из настоящего». Мем понятен узкому кругу лиц, знакомому с интернет-культурой. Это пример жаргонизма в чистом виде. Для русского сознания он не несет практически никакой смысловой нагрузки, не затрагивает глубинных концептов.

В свое время мы отмечали, что любой фразеологизм, являясь эквивалентом особого текста, свернут и существует в виде определенного опорного понятия, которые становятся базовым при развертывании текста. «Носители языка, употребляя ту или иную ФЕ в тексте, опираются на ключевые понятия. Развертывание текстов внутренней речи, если и происходит, то неосознанно и автоматически. Процесс развертывания текстов достаточно долгий и требует определенной внутренней работы. Как правило, в процессе живого общения времени на развертывание текста нет. Говорящий имеет общее представление о значении ФЕ, которую он употребляет. Мы предлагаем следующий алгоритм освоения фразеологизмов:

1. Развертывание этимологического текста на основе фразеологизма.

2. Разворачивание современного (синхронного) текста

3. Определение символических значений ключевых слов.

4. Включение семантики ФЕ и символических значений слов, входящих во фразеологизм, в информативную структуру текста.

5. Свертывание (обобщение) информации исходного текста в конечное число образов внутренней речи, которые фиксируются в виде опорных сигналов (концепты, денотативно-предикативное структурирование ФЕ).

6. Изложение (построение) нового текста» [1, С. 118].

Даже если эта мыслительная работа, которая применима к любому паремическому тексту, не прodelывается говорящим в плане внутренней речи, она предполагается и возможна.

По отношению к мему эти операции не могут быть применимы в полной мере по причинам, которые были названы выше. Таким образом, отсутствие связи с культурой конкретного народа, отсутствие концептуализации для мемов, ограничение по социальному признаку и в то же время интернациональность мема не дают возможности данному языковому явлению закрепиться в сознании народа на достаточно продолжительное время, стать частью культуры народа. Мы не можем считать мем паремическим текстом. Опора на мемы в когнитивном плане дает эффект разорванного сознания, клипового мышления и отнюдь не содействует формированию четкой и структурированной языковой картины мира у современного молодого человека.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гаврилов, В.В. Обучение фразеологии на уроках русского языка в 6 классе средней школы на основе освоения фразеологически связанных (символических) значений : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / В.В. Гаврилов ; Моск. гос. пед. университет. – Москва, 2001. – 258 с. – Текст : непосредственный.
2. Гаврин, С.Г. Изучение фразеологии русского языка в школе / С.Г. Гаврин. – Москва : Учпедгиз, 1963. – 151 с. – Текст : непосредственный.
3. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – Москва : Мир, 1993. – 318 с. – Текст : непосредственный.
4. Интернет-мем. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-мем>. – Текст : электронный.

5. Итоги десятилетия. 10 самых важных и смешных мемов. – URL: <https://2x2tv.ru/blog/memasiki/>. – Текст : электронный.
6. Лихачев, Д.С. Концептосфера русского языка / Д.С. Лихачев. – Текст : непосредственный // Изв. АН СССР. Сер. Лит. и яз. – 1993. – Т. 52, № 1.
7. Пушкин, А.С. Евгений Онегин / А.С. Пушкин. – Москва : Правда, 1981. – 432 с. – Текст : непосредственный.
8. Савенкова, Л.Б. Мысли о русских паремиях / Л.Б. Савенкова. – URL: <https://web.archive.org/web/20100128063418/http://www.nicomant.fils.us.edu.pl/mnt/1999-1/paremija.html>. – Текст : электронный.
9. Степанов, Ю.С. Константы / Ю.С. Степанов. – Текст : непосредственный // Словарь русской культуры : опыт исслед. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.
10. Телия, В.Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В.Н. Телия. – Москва : Школа «Языки русской культуры», 1996. – 288 с. – Текст : непосредственный.
11. Шанский, Н.М. Фразеология современного русского языка / Н.М. Шанский. – Изд. 4-е, испр. и доп. – Санкт-Петербург, 1996. – Текст : непосредственный.
12. Щурина, Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii/viewer>. – Текст : электронный.

REFERENCES

1. Gavrilov V.V. Obuchenie frazeologii na urokah russkogo jazyka v 6 klasse srednej shkoly na osnove osvoenija frazeologicheski svjazannyh (simvolicheskikh) znachenij. Diss. kand. ped. nauk [Teaching phraseology at the lessons of the Russian language in the 6th grade of secondary school based on the development of phraseologically related (symbolic) meanings. Ph. D. (Pedagogics) diss.]. Moscow, 2001. 258 p.
2. Gavrin S.G. Izuchenie frazeologii russkogo jazyka v shkole [Studying the phraseology of the Russian language at school]. Moscow: Uchpedgiz, 1963. 151 p.
3. Dokinz R. Jegoistichnyj gen [Selfish gene]. Moscow: Mir, 1993. 318 p.
4. Internet-mem [Internet-mem]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Internet-mem>.
5. Itogi desjatiletija. 10 samyh vazhnyh i smeshnyh memov [Results of the decade. 10 most important and funny memes]. URL: <https://2x2tv.ru/blog/memasiki/>.
6. Lihachev D.S. Konceptosfera russkogo jazyka [Concept of the Russian language]. *Izv. AN SSSR. Ser. Lit. i jaz.* [The Bulletin of the Russian Academy of Sciences: Studies in Literature and Language], 1993, vol. 52, no. 1.
7. Pushkin A.S. Evgenij Onegin [Eugene Onegin]. Moscow: Pravda, 1981. 432 p.
8. Savenkova L.B. Mysli o russkikh paremijah [Thoughts on Russian paremias]. URL: <https://web.archive.org/web/20100128063418/http://www.nicomant.fils.us.edu.pl/mnt/1999-1/paremija.html>.
9. Stepanov Ju.S. Konstanty [Constants]. *Slovar' russkoj kul'tury: opyt issled.* [Dictionary of Russian Culture]. Moscow: Shkola «Jazyki russkoj kul'tury», 1997. 824 p.
10. Telija V.N. Russkaja frazeologija. Semanticheskij, pragmaticheskij i lingvokul'turologicheskij aspekty [Russian phraseology. Semantic, pragmatic and linguocultural aspects]. Moscow: Shkola «Jazyki russkoj kul'tury», 1996. 288 p.
11. Shanskij N.M. Frazeologija sovremennogo russkogo jazyka [Phraseology of the modern Russian language]. Sankt-Peterburg, 1996.
12. Shhurina Ju.V. Internet-memy kak fenomen internet-kommunikacii [Internet memes as a phenomenon of Internet communication]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii/viewer>.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ:

В.В. Гаврилов, кандидат педагогических наук, доцент кафедры филологического образования и журналистики, БУ ВО Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Сургутский государственный педагогический университет», г. Сургут, Россия, e-mail: victorg12@mail.ru, ORCID: 0000-0002-1279-3066.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR:

V.V. Gavrilov, Ph. D. in Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of philological education and journalism, Surgut State Pedagogical University, Surgut, Russia, e-mail: victorg12@mail.ru, ORCID: 0000-0002-1279-3066.