

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
_____ О.В. Магировская
« ____ » _____ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК ДИСКУРСИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ: ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Выпускник

И.Л. Кот

Научный руководитель

д-р филол. наук,
зав. каф. ТГЯиМКК О.В. Магировская

Нормоконтролер

М.В. Файзулаева

Красноярск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ	7
1.1. Признаки и виды прецедентных феноменов.....	7
1.2. Уровни прецедентности	10
1.3. Функции прецедентных феноменов	13
1.4. Прецедентность и интертекстуальность: терминологическое разграничение	15
1.5. Интернет-мем как современное явление интернет-коммуникации	18
1.5.1. Специфика интернет-коммуникации	18
1.5.2. Жанры интернет-коммуникации	22
1.5.3. Интернет-мем как дискурсивное пространство для функционирования прецедентных феноменов	24
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1	30
ГЛАВА 2. ДИНАМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ	32
2.1. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 1-го периода...	32
2.2. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 2-го периода..	42
2.3. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 3-го периода..	48
ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ 2	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	67

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире коммуникация приобретает различные формы, одной из которых являются интернет-мемы, ставшие важной частью сетевого дискурса. Интернет-мемы функционируют во многих социальных сетях и мессенджерах и выполняют различные (часто противоположные) функции: в них часто отражаются актуальные мировые и локальные события, настроение общественности, важные социальные проблемы или они, наоборот, могут вообще не нести в себе социально-направленной смысловой нагрузки. В обоих случаях, тем не менее, в интернет-мемах встречается такое языковое явление, как прецедентный феномен.

Данная работа посвящена исследованию динамики развития прецедентного феномена в интернет-мемах. Несмотря на то, что прецедентные феномены являются достаточно популярным объектом исследования в отечественной лингвистике в виду их частой встречаемости в разных типах дискурса, работ, посвящённых настоящей теме, очень мало, что является немаловажной причиной для проведения исследования. Кроме того, выбор темы обусловлен перспективностью для дальнейших исследований в области интернет-коммуникации.

Теоретическая составляющая работы, а также общее понимание прецедентных феноменов основаны на трудах таких авторов, как В.В. Красных, Д.Б. Гудков, И.В. Захаренко, Ю.Н. Караулов и Г.Г. Слышкин. Особенности интернет-коммуникации рассматриваются с опорой на работы Л.Ю. Щипициной, Ю.В. Чепель и Е.И. Горшковой. Интернет-мемы описываются на основании трудов М.А. Кронгауза, И.В. Ксенофонтовой и Ю.В. Щуриной.

Актуальность и новизна работы заключается в том, что в ней впервые выявляются и анализируются особенности функционирования прецедентных феноменов в интернет-мемах в различные временные периоды (со времени становления интернет-мема как жанра (до современного

периода, в рамках которого интернет-мем выступает самостоятельной и широко распространенной дискурсивной единицей). Это позволяет определить основные тенденции развития интернет-мема как жанра интернет-коммуникации.

Гипотезой исследования является предположение о том, что интернет-мем является быстроразвивающимся феноменом, имеющим определенную специфику на каждом из этапов своего развития, в том числе разные сферы прецедентности.

Степень разработанности проблемы прецедентности и интернет-коммуникации в лингвистической науке достаточно высока. В теории прецедентности выделяют три основных подхода: когнитивный, лингвокультурологический, а также подход, в котором прецедентные феномены рассматриваются как материализованные знаки интертекстуальности. Явлению прецедентности посвящено множество работ на различном материале. Тем не менее, на данный момент нет единого мнения о том, какие характеристики оно в себя включает. Более того, в различных работах единицы прецедентности отличаются терминологически. В интернет-мемах данный феномен имеет не только свою специфику функционирования, но и множественные формы выражения (в том числе присущие только данному формату коммуникации).

Объектом данной выпускной квалификационной работы являются прецедентные феномены в англоязычных интернет-мемах.

Предметом исследования выступают основные типы прецедентных феноменов и специфика их функционирования в разные периоды развития англоязычных интернет-мемов.

Цель исследования заключается в выявлении, систематизации и анализе типов прецедентных феноменов относительно ведущих сфер прецедентности и описании специфики их функционирования в разные периоды развития интернет-мемов.

Цель и предмет исследования обуславливают постановку и решение следующих **задач**:

- 1) рассмотрение существующих теоретических концепций, описывающих характеристики прецедентных феноменов;
- 2) систематизация основных характеристик интернет-коммуникации, обуславливающих специфические особенности интернет-мемов;
- 3) описание типов интернет-мемов и их жанровой специфики;
- 4) определение ведущих сфер прецедентности;
- 5) анализ классификации прецедентных феноменов по генетическому признаку;
- 6) анализ особенностей функционирования прецедентных феноменов в каждом периоде развития интернет-мемов.

Материалом данного исследования выступают интернет-мемы в общем объеме 400 единиц в период их функционирования с 2006 по 2021 годы. Поиск и отбор материала осуществлён **методом** сплошной выборки, а его рассмотрение – методами концептуального, контекстуального и статистического анализов.

Практическая значимость исследования заключается в возможности достижения лучшего понимания такой емкой информационной единицы, как интернет-мем, а также в возможности использования полученных данных для проведения дальнейших исследований в области интернет-коммуникации и прецедентных феноменов. Полученные результаты могут быть также использованы при составлении учебных курсов в области межкультурной коммуникации, лингвистики текста и лингвокультурологии.

Апробация результатов исследования. Основные положения исследования были представлены на XXVII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» (г. Москва, ноябрь 2020), а также на V Международном конкурсе научно-исследовательских работ студентов, магистрантов и аспирантов «В

мире науки: вопросы филологии, лингводидактики и переводоведения» (г. Чебоксары, март 2021).

Структурно данная работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы.

Во Введении обосновывается выбор темы исследования, перечисляются авторы, чьи работы составляют ее теоретическую основу, описываются актуальность, степень разработанности, материал, практическая значимость и апробация работы, формулируются объект, предмет, цель, гипотеза и метод исследования.

В Главе 1 «Теоретические основы изучения прецедентных феноменов в интернет-коммуникации» описываются развитие понятия «прецедентный феномен», а также распространенные подходы к его изучению, среди которых лингвокультурологический, а также подход, в котором прецедентные феномены рассматриваются с позиции интертекстуальности, систематизируются языковые особенности интернет-коммуникации и её жанры, детально описываются интернет-мемы как жанр интернет-коммуникации, их типы и особенности функционирования.

В Главе 2 «Динамическое развитие прецедентных феноменов в англоязычных интернет-мемах» представлена классификация ведущих сфер прецедентности в трёх различных периодах, проведен анализ особенностей функционирования прецедентных феноменов на каждом этапе.

В Заключении приводятся основные результаты анализа и намечаются дальнейшие перспективы исследования.

Список использованной литературы состоит из работ как отечественных, так и зарубежных авторов. В целом он составляет 56 наименований, из них 8 на английском языке.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

1.1. Признаки и виды прецедентных феноменов

Теория прецедентности получила широкое развитие в отечественной лингвистике в последние десятилетия. Ей посвящено немало работ, которые раскрывают прецедентный феномен с разных сторон и на различном материале. Множество учёных выдвигало гипотезы и утверждения, расширяя, сужая и дополняя понятие прецедентности.

Впервые составляющая понятия прецедентного феномена, а именно прецедентный текст, была раскрыта российским учёным-лингвистом Ю.Н. Карауловым в работе «Русский язык и языковая личность» [Караулов, 1987]. Ученый указывает, что текст является прецедентным, если он (1) «значим для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, (2) имеет сверхличностный характер, т.е. хорошо известен широкому окружению данной личности, включая ее предшественников и современников, (3) обращение к которому возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Там же: 216].

Данное понимание прецедентного текста определило направление для дальнейших исследований в области теории прецедентности. На его основе выделяют следующие признаки прецедентных текстов:

- 1) значимость в эмоциональном и познавательном аспектах;
- 2) хрестоматийность (широкая сфера бытования, общеизвестность);
- 3) неоднократная возобновляемость (повторяемость);
- 4) реинтерпретируемость (способность реализовываться в других формах искусства, не только в словесном);
- 5) хромотопическая маркированность (принадлежность к определенной эпохе и культуре);
- 6) семиотический способ существования (обращение к источнику дается намеком, отсылкой) [Назарова, Золотарев, 2015].

В дальнейшем понятие прецедентного текста Ю.Н. Карауловым было расширено до прецедентного феномена (И.В. Захаренко, Д.Б. Гудков, В.В. Красных, Д.В. Багаева). По мнению ученых, Ю.Н. Караулов трактует термин «прецедентный текст» слишком широко, и его определение больше подходит под описание прецедентных феноменов [Захаренко и др., 1997: 82].

Вышеупомянутые авторы считают, что не только текст может обладать свойствами прецедентности, но и целый ряд других языковых единиц. Следует отметить, что согласно этой концепции все прецедентные феномены «являются основными (ядерными) элементами когнитивной базы, представляющей собой совокупность знаний и представлений всех говорящих на данном языке» [Там же: 82].

Выделяются две категории прецедентных феноменов:

- невербальные;
- вербальные.

К невербальным относятся произведения музыки, кино, театра, живописи и т.д. Вербальные прецедентные феномены состоят из четырех видов, а именно:

- 1) прецедентного текста;
- 2) прецедентной ситуации;
- 3) прецедентного высказывания;
- 4) прецедентного имени.

Прецедентный текст – это законченный продукт речемыслительной деятельности, обращение к которому постоянно возобновляется через связанные с текстом прецедентные имена или высказывания [Там же: 83]. К числу прецедентных текстов принадлежат художественная литература, тексты песен, рекламы и т.д. Прецедентная ситуация является эталонным событием, связанным с определенными коннотациями, характерными признаками, которые входят в когнитивную базу. Так же, как и в случае с прецедентными текстами, обращение к прецедентным ситуациям происходит через прецедентные имена или высказывания. Прецедентное высказывание –

законченная и самодостаточная единица, также находящаяся в когнитивной базе и регулярно воспроизводящаяся в речи. Например, к прецедентному высказыванию можно отнести цитаты из различных текстов. К прецедентным именам относятся широко известные имена, чаще всего связанные с каким-либо прецедентным текстом или прецедентной ситуацией [Там же: 83].

В свою очередь, прецедентное имя и высказывание относятся к вербальным прецедентным феноменам, прецедентная ситуация и текст – к вербализуемым, то есть апелляция к прецедентным ситуациям и прецедентным текстам чаще всего происходит посредством прецедентного имени или высказывания [Там же: 86]. Согласно взглядам И.В. Захаренко, Д.Б. Гудкова, В.В. Красных и Д.В. Багаевой, все вербальные прецедентные феномены неоднократно воспроизводятся в речи и должны быть хорошо знакомы любому среднему члену национально-культурного сообщества. Это объясняется тем, что они являются основными элементами когнитивной базы [Там же: 83]. Кроме прецедентных феноменов в когнитивной базе человека также хранятся инварианты восприятия, включающие национально детерминированный набор признаков в минимизированном, редуцированном виде. Иными словами, все члены культурного сообщества должны воспринимать прецедентные феномены одинаково, с одними и теми же ассоциациями.

Таким образом, выделяют четыре вида прецедентных феноменов, среди которых два вербальных (прецедентное имя и прецедентное высказывание) и два вербализуемых (прецедентный текст и прецедентная ситуация). Вербальные прецедентные феномены хранятся в сознании в «готовом» виде и могут быть воспроизведены дословно. Вербализуемые находятся в сознании представителей лингвокультурной общности в виде инвариантов, способных вербализоваться через прецедентное имя и высказывание. К признакам прецедентных феноменов относят значимость в эмоциональном и познавательном аспектах, хрестоматийность, неоднократную

возобновляемость, реинтерпретируемость и хронотопическую маркированность. В зависимости от масштаба узнаваемости прецедентных феноменов выделяются различные уровни прецедентности.

1.2. Уровни прецедентности

Идея об уровнях прецедентности находит своё отражение в различных подходах к изучению данного явления. Однако среди учёных до сих пор нет единого мнения о том, что следует понимать под уровнем прецедентности и сколько их существует. Д.Б. Гудков является автором предположения о соотношении уровней языковой личности с уровнями бытования прецедентных текстов [Гудков, 1999: 96]. Ученый выделяет четыре уровня прецедентности:

- 1) автопрецедентный (индивидуальный уровень);
 - 2) социумно-прецедентный (в масштабах группы);
 - 3) национально-прецедентный (в масштабах этноса);
 - 4) универсально-прецедентный (в масштабах всего человечества)
- [Там же: 96].

Д.Б. Гудков считает, что прецедентные феномены должны быть хорошо знакомы среднему представителю лингвокультурного сообщества, следовательно, они относятся к национально-прецедентному уровню [Там же: 96]. В.В. Красных выделяет такие же уровни кроме автопрецедентного [Красных, 2003: 174].

Ю.Е. Прохоров разделяет мнение о соотношенности прецедентных феноменов с уровнями языковой личности [Прохоров, 1996: 14].

Автопрецедентный уровень соответствует языковой личности как индивидууму «со своим собственным сознанием, объемом памяти, лексиконом» [Прохоров, 1996: 148]. Социумно-прецедентный уровень характеризует языковую личность как члена определенного социума (семейного, конфессионального, профессионального и др.). Языковая

личность этого уровня имеет «общие знания, представления, ценностные ориентации и средства их семиотизации с другими членами этого социума» [Там же: 148]. Национально-прецедентный уровень свидетельствует о сформированности языковой личности как члена определенного национально-культурного сообщества, «который владеет неким общим для всех включенных в данное сообщество набором «культурных предметов» и их символов» [Там же: 148]. Универсально-прецедентный уровень – это языковая личность как член рода человеческого, «обладающий общими для всех людей знаниями и представлениями» [Там же: 148].

Г.Г. Слышкин терминологически обозначает прецедентный феномен прецедентным текстом и определяет его широко, как любую характеризующуюся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающую ценностной значимостью для определенной культурной группы [Слышкин, 2000: 29].

Ученый отмечает, что прецедентный текст может быть любой протяженности: от пословицы или афоризма до эпоса [Там же: 29]. Он также утверждает, что существуют прецедентные тексты, которые известны лишь узкому кругу лиц (например, семейные прецедентные тексты). Это предположение не согласуется со вторым пунктом определения Ю.Н. Караулова (хрестоматийность), в котором говорится, что прецедентный текст должен быть широко известен [Караулов, 1987: 216].

Г.Г. Слышкин (как и В.В. Красных) не включает автопрецедентный (индивидуальный) уровень в систему уровней прецедентности. Он считает, что само понятие прецедентности может существовать только в группе, и оно находит своё проявление исключительно в процессе коммуникации. [Слышкин, 2000: 30] Среди уровней прецедентности ученый выделяет следующие:

- 1) микрогрупповой;
- 2) макрогрупповой;
- 3) национальный;

- 4) цивилизационный;
- 5) общечеловеческий [Там же: 30].

По мнению ученого, существуют прецедентные тексты, которые становятся прецедентными на короткий промежуток времени (например, рекламный ролик или анекдот). С течением определенного периода они выходят из употребления и сознания носителей языка [Там же: 29].

Данное положение хорошо подтверждается дискурсом интернет-мемов, так как в этой среде прецедентные феномены достаточно быстро могут забываться одним поколением и уже не восприниматься последующим. Более того, в некоторых случаях только определенная группа людей может понимать тот или иной интернет-мем и распознать в нём наличие прецедентного феномена. Нередко они создают специальные интернет-сообщества с определенной тематической направленностью, в которых выкладывают и распространяют интернет-мемы, понятные только для «своих». Например, группа *Literary Memes* в социальной сети «ВКонтакте» содержит интернет-мемы литературной тематики, с активным использованием прецедентных имен, ситуаций, высказываний и текстов, которые могут быть не понятны широкому кругу лиц. Успешная дешифровка прецедентного феномена помогает расставить границу между «своими» и «чужими».

Таким образом, существуют различные классификации выделяемых уровней прецедентности. Уровни разграничиваются в зависимости от масштаба узнаваемости прецедентного феномена и степени ознакомленности с ним среднего представителя лингвокультурного сообщества. Прецедентный феномен может распознаваться как одним человеком, так и в масштабе всего человечества. Среди основных уровней выделяют автопрецедентный, социумно-прецедентный, национально-прецедентный и универсально-прецедентный. Однако вне зависимости от уровня прецедентности прецедентные феномены выполняют различные функции, которые тесно связаны с целью употребления прецедентного феномена.

1.3. Функции прецедентных феноменов

Использование прецедентных феноменов в различных дискурсах связано с тем, что они выполняют определенные функции. Г.Г. Слышкин выделяет четыре основных функции прецедентных феноменов:

- 1) юридическая (игровая) функция;
- 2) номинативная функция;
- 3) персуазивная функция;
- 4) парольная функция [Слышкин, 2000].

Юридическая функция прецедентных феноменов актуализируется, когда для носителя языка важна не только передаваемая мысль, но и способ ее выражения. Прецедентные феномены употребляются для языковой игры как средство создания экспрессии. Чем выше статус индивида, тем шире круг коммуникативных ситуаций, в которые он может включить игровой элемент, не рискуя вызвать неодобрение окружающих [Там же: 103].

Номинативная функция прецедентных феноменов выполняется для обозначения всего познаваемого человеческим сознанием. При этом цели использования номинативной функции различаются. Человек может прибегать к использованию прецедентных феноменов в виду неспособности сформулировать мысль своими словами. В другом случае индивид хочет тем самым проявить оригинальность ради эстетического наслаждения. Апелляция к этому языковому явлению также позволяет максимально кратко изложить свои мысли, выделить ключевые признаки предмета или ситуации, выразить своё мнение. Не менее важным фактором, обуславливающим употребление прецедентного феномена в номинативной функции, является стремление избежать прямоты в отношении каких-либо моментов действительности – для эвфемизации или дисфемизации речи [Там же: 97].

Персуазивная функция заключается в возможности использования прецедентного феномена (в частности авторитетных прецедентных текстов) с целью убеждения [Там же: 100].

Е.В. Михайлова делит функции прецедентных феноменов на:

- 1) референционную;
- 2) оценочную;
- 3) этикетную;
- 4) декоративную [Михайлова, 1999].

Референционная функция реализуется при отсылке к другому, ранее созданному тексту, за дополнительной информацией. Выделяется три разновидности референционной функции: информативная, экспланативная и апеллятивная. Информативная разновидность референционной функции проявляется в сжатии информации, содержащейся в заимствуемом тексте, в рамках одного высказывания. Экспланативная разновидность состоит в пояснении тех или иных положений, формулируемых в тексте научной статьи. Апеллятивная функция заключается в том, чтобы опереться на авторитетное мнение как отправной момент для проведения собственного исследования.

Оценочная функция состоит в выражении отношения автора к заимствованному тексту.

Этикетная функция проявляется в уважении к источнику (научной школе, авторитетным политическим лидерам и текстам, созданным ими).

Декоративная функция заключается в украшении текста цитатой или ссылкой. Она направлена на смягчение стиля, на выражение индивидуально-авторского начала [Там же].

А.Е. Супрун среди функций прецедентных феноменов выделяет:

- 1) эстетическую;
- 2) функцию накопления знаний;
- 3) ссылку на авторитет [Супрун, 1995].

Эстетическая функция позволяет обратить внимание адресата на уже имеющийся образ или на хорошо подходящую характеристику.

Функция накопления знаний связана с использованием прецедентных феноменов в качестве исторических фактов. Они позволяют передавать

знания с помощью сравнения определенного действия с его историческим аналогом.

Прецедентные феномены, содержащие авторитетную ссылку, могут использоваться как подтверждение или доказательство правильности высказываемой мысли [Там же: 29].

Иная классификация функций прецедентных феноменов представлена А.А. Филинским. Ученый выделяет следующие функции:

- 1) опознавательную;
- 2) поэтическую;
- 3) референтивную [Филинский, 2002].

Опознавательная функция заключается в направлении сообщений на конкретную целевую аудиторию. Поэтическая функция является способом смягчить отношения к субъекту. Референтивная функция выступает как средство формирования имиджа [Там же: 53].

Таким образом, сущность прецедентности наиболее ярко проявляется в дискурсе интернет-мемов выполняемыми функциями. Наиболее частотными выступают парольная, людическая, эстетическая и опознавательная функции.

Специфика прецедентности также проявляется в терминологическом противопоставлении данного термина термину «интертекстуальность».

1.4. Прецедентность и интертекстуальность: терминологическое разграничение

Один из современных подходов к изучению прецедентных феноменов основан на предположении их функционирования в языковой системе, где они рассматриваются как материализованные знаки интертекстуальности.

Термин «интертекстуальность» применяется в литературоведческой среде и означает универсальную особенность всех текстов – их связь друг с другом. Впервые он был использован в 1967 году теоретиком постструктурализма Ю. Кристевой, которая в своем труде «Бахтин, слово,

диалог и роман» анализирует концепцию М.М. Бахтина о диалогичности текста [Кристева, 1967]. Исследователь рассматривает литературное слово как место пересечения текстовых плоскостей: горизонтальной (слово в тексте одновременно принадлежит и субъекту письма, и его получателю) и вертикальной (слово в тексте ориентировано по отношению к совокупности других литературных текстов – более ранних или современных). Происходит диалог различных видов письма, а любой текст рассматривается как впитывание и трансформация другого текста [Кристева, 1967: 428–429]. Как следствие, каждый текст является «мозаикой цитаций», полной различных отсылок к ранее написанным произведениям. Эти отсылки учёные-лингвисты терминологически обозначают по-разному.

Например, вкрапления из предшествующих текстов А.Е. Супрун определяет как текстовые реминисценции [Супрун, 1995]. Н.В. Иноземцева основным маркером интертекстуальности называет прецедентный феномен [Иноземцева, 2010]. Это является причиной проблемы соотнесенности двух схожих на первый взгляд понятий: прецедентности и интертекстуальности.

В рамках теории интертекстуальности считается, что прецедентный текст (как и любой другой прецедентный феномен) выступает в качестве минимального культурного знака, выполняющего специализированную прагматическую функцию, регулирующую отношения данного письменного текста к отсутствующему тексту, культурную память о котором хранит прецедент, попавший в новую текстовую среду [Евтюгина, 1995: 59]. Иными словами, прецедентный феномен устанавливает связь между двумя текстами, один из которых хранится в коллективной памяти культурной группы. Данное понимание приводит к предположению о том, что прецедентность является разновидностью интертекстуальности, а сами прецедентные феномены можно определить как материализованные (вербальные) знаки интертекстуальности [Попова, 2012: 8]. Данного подхода также придерживаются такие учёные, как Г.Д. Распаева [Распаева, 2013], Н.А. Кузьмина [Кузьмина, 2011], С.С. Чистова [Чистова, 2009].

Существует понимание, в котором соотношение прецедентности и интертекстуальности рассматривается по-другому. По мнению ряда ученых, литературоведческое понятие, которое изначально относилось только к художественной литературе, не должно проецироваться на другие виды текста, тогда как свойство прецедентности ориентировано на любые дискурсы. М.В. Золотарев отмечает, что феномен прецедентности проявляется как в устной, так и в письменной речи, а интертекстуальность имеет отношение только к письменной форме языка, в частности к дискурсу художественной литературы [Золотарев, 2016: 31]. Это также согласуется с точкой зрения Н.М. Орловой, которая считает, что «прецедентность шире, чем интертекстуальность» [Орлова, 2010: 11].

Таким образом, прецедентность как особый дискурсивный феномен проявляется в сопоставлении с понятием «интертекстуальность». Терминологическое разграничение представлено двумя основными подходами, разница которых, в первую очередь, заключается в объекте исследования. В.В. Красных пишет, что теория интертекста исследует художественный текст, тогда как исследование прецедентности больше специфицируется на текстах речевых, спонтанных [Красных, 2003]. В первом подходе считается, что прецедентные феномены являются материализованными знаками интертекстуальности [Попова, 2012: 8], а во втором, что интертекстуальность, под которой понимается связь текстов друг с другом – это часть прецедентности [Орлова, 2010: 11].

В силу того, что интернет-мем является частью интернет-коммуникации, а не единицей художественной литературы, представляется оправданным рассматривать его в рамках теории прецедентности. Особенности интернет-мемов наиболее ярко проявляются в дискурсе интернет-коммуникации, в котором они функционируют.

1.5. Интернет-мем как современное явление интернет-коммуникации

1.5.1. Специфика интернет-коммуникации

Интернет-сеть стала неотъемлемой частью жизни современного человека. За последние десятилетия сетевое общение вышло на совершенно новый, полноценный уровень коммуникации, имеющий свои особенности и характеристики. С развитием интернета также менялся формат взаимодействия человека с другими людьми и обществом в целом. Возможность принимать участие в коммуникации в глобальном информационном пространстве стала доступна большей части населения планеты, вследствие чего возникла необходимость всесторонних исследований особенностей общения в данной языковой среде.

О.А. Усачева определяет интернет-коммуникацию как «общение в особой среде, возникшей в результате объединения персональных компьютеров в единую сеть и обеспечивающей высокоскоростное прохождение информационных потоков» [Усачева, 2009: 55].

Л.Ю. Щипицина использует термин «компьютерно-опосредованная коммуникация», указывая, что данный тип коммуникации «...представляет собой один из исторических этапов в развитии коммуникационных средств и существует наряду с непосредственным (устным) общением, общением, опосредованным бумажными носителями (рукописным и печатным, включающим непериодические издания (книга) и периодические (газеты, журналы)), а также общением, опосредованным электронными приборами (факс, радио, телевидение)» [Щипицина, 2010: 41]. И.Н. Розина под интернет-коммуникацией понимает «использование людьми электронных сообщений (чаще мультимедийных) для формирования знаний и взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах» [Розина, 2005: 32].

Все вышеприведенные определения интернет-коммуникации раскрывают суть этого понятия с разных сторон, отмечая такие ее существенные характеристики, как глобальность, опосредованность, креализованность и участие в формировании и обеспечении взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах.

В рамках проводимого исследования наиболее приемлемым представляется понимание интернет-коммуникации Ю.В. Чепель. По мнению ученого, интернет-коммуникация представляет собой «...виртуальный, быстрый, краткий, свободный обмен информацией между пользователями при помощи букв, символов и специальных знаков, сочетающий формы устной и письменной речи, имеющий специфический контекст, различные цели и направленный на взаимопонимание» [Чепель, 2009: 7]. В данном определении указывается на прагматический аспект интернет-коммуникации, в частности, наличие разнообразных языковых средств и систем знакового кодирования информации, что характерно для интернет-мемов.

Интернет-сообщество представляет собой абсолютно новую социокультурную реальность, в которой отсутствует иерархичность – каждый участник коммуникации обладает теми же правами, что и другие участники. Кроме того, любой человек в интернете является потенциальным участником коммуникативного акта, имеющим возможность примерить на себя новую, особую роль, несвойственную для него в реальности [Максимова, 2010: 78]. Всё это является основной стилевой чертой виртуальной коммуникации, называемой карнавальностью, которая выражается в особом речевом поведении коммуникантов. По мнению Е.В. Савенковой, основной функцией карнавальности в сети является снятие социальных ограничений и запретов, а также наличие масок [Савенкова, 2010: 35]. Карнавальность также проявляется в том, что пользователи интернета стремятся привлечь внимание к своей сетевой идентичности с помощью докоммуникативных средств самопрезентации, в которые входят никнейм и аватар, а также коммуникативных средств,

включающих в себя новые эффектные речевые проекции, создаваемые в сети [Карташова, Иерусалимская, 2015: 54]. Всё это является идеальной средой для развития смеховой культуры, в которую также входят изучаемые интернет-мемы.

Карнавализация способствует игровому стилю общения, при котором создаются языковые новшества, а также пересматриваются языковые нормы. В рамках реализации данной стилевой характеристики преобразование языка происходит на всех уровнях языковой системы:

1) на фонетическом уровне средствами орфографии воспроизводится просодия – интонация, смех и т.д.;

2) на лексическом уровне значительное место занимает неформальная лексика;

3) на синтаксическом уровне используются менее правильные и менее сложные конструкции, распространены неполные и эллиптические предложения, компрессия, аббревиатуры и др. [Горшкова, 2013: 8].

К конкретным языковым особенностям интернет-коммуникации можно отнести следующие: появление неологизмов, использование эллиптических конструкций, гипертекстуальность, высказывания в разговорном стиле речи, нарушение пунктуационных и орфографических норм, употребление редуцированных форм, использование аббревиатур и жаргонизмов, а также различных параграфемных средств (в целях компенсации эмоционального компонента общения) [Максимова, 2010: 79]. За счёт развития современных технологий все языковые новшества мгновенно распространяются в сети, проникая в общеупотребительную лексику.

Помимо языковых особенностей выделяются также коммуникативные характеристики интернет-коммуникации:

1) обмен сообщениями происходит быстрее, чем в письменной коммуникации, но медленнее, чем в устной коммуникации, т. к. люди говорят быстрее, чем печатают;

2) множественность участников, общающихся одновременно, что невозможно или нежелательно в устной коммуникации;

3) невидимая и неизвестная аудитория (любой пользователь Интернета – потенциальный адресат) [Горшкова, 2013: 8].

Причиной такого рода особенностей служит наличие ряда следующих факторов:

1) неоднородность социальной среды интернета;

2) создание интернетом иллюзии свободы;

3) большая степень анонимности общения, которая позволяет преодолевать многие коммуникативные барьеры, связанные с внешним обликом, полом, возрастом или социальным положением участников коммуникации;

4) отсутствие элементов невербального общения приводит к необходимости их компенсации другими средствами (средства орфографии, эмодзи и т.д.);

5) письменный характер коммуникации, снижающий темп общения и представляющий собой более медленный способ коммуникации, чем устная речь. В результате этого обмен информацией становится более интенсивным по отношению содержания текста к объёму [Антонова, Одинцова, 2010: 5–7].

Таким образом, интернет-коммуникации присущи такие специфические характеристики, как полифоничность, гипертекстовость, интерактивность, креолизованность, дистантность, добровольность контактов, языковая креативность, карнавальность, анонимность, глобальность, опосредованность и участие в формировании и обеспечении взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах.

В настоящем исследовании вслед за Ю.В. Чепель под интернет-коммуникацией будет пониматься «виртуальный, быстрый, краткий, свободный обмен информацией между пользователями при помощи букв, символов и специальных знаков, сочетающий формы устной и письменной

речи, имеющий специфический контекст, различные цели и направленный на взаимопонимание».

1.5.2. Жанры интернет-коммуникации

Неоднородность интернет-дискурса и его постоянное развитие диктуют необходимость его классификации по жанрам, под которыми понимаются относительно устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы высказываний [Бахтин, 1979: 241].

Л.Ю. Иванов описывает жанры глобальной сети, разделяя их на две большие группы [Иванов, 2000]. В первую группу входят исконно сетевые жанры, т.е. порожденные самим использованием языка в сети (например, чаты). Вторая группа состоит из жанров, заимствованных сетью из других сфер общения (например, аннотации научно-технических статей) [Там же]. Ученый отмечает, что языковые новации характерны, прежде всего, для исконно сетевых жанров, в которых они в полной мере реализуются. На базе их изучения проще выявляются возможные направления воздействия сетевого языка на общелитературный язык.

Всего Л.Ю. Иванов выделяет 5 жанров, среди которых:

- 1) общеинформационные, или жанры новостей, которые характерны для средств массовой информации;
- 2) научно-образовательные и специальные информационные жанры, к которым относятся электронные научные и учебные издания, (например, монографии, справочники, интерактивные учебные курсы и т.д.);
- 3) художественно-литературные жанры;
- 4) жанры, оформляющие неспециальное, непрофессиональное общение (например, чаты);
- 5) деловые и коммерческие жанры (доски объявлений, аналитические обзоры рынков и т.д.) [Там же].

Л.Ю. Щипицина предлагает схожую в некоторых аспектах классификацию интернет-коммуникации, жанры в которой разделены в зависимости от коммуникативных функций:

1) информативные жанры, которые используются для предъявления или получения информации (институциональные веб-страницы, веб-страницы СМИ, поисковые системы, онлайн-энциклопедии, каталоги, списки рассылки, электронные библиотеки и архивы);

2) директивные жанры, которые направлены на побуждение адресата на совершение какого-либо действия (веб-реклама, коммерческие и частные объявления, интернет-магазины и аукционы);

3) фатические жанры, удовлетворяющие потребности в общении и соблюдении этикетных норм (чат, электронные письма, новостные группы, форумы, социальные сети);

4) презентационные жанры, которые служат для самовыражения и представления данных о себе или своих произведениях (личные веб-страницы, веблоги);

5) эстетические жанры, направленные на реализацию художественно-творческого потенциала и эстетическое воздействие на партнеров с помощью создания мнимой реальности (сетевой роман, фанфикшн);

6) развлекательные жанры, предназначенные для получения удовольствия от выполнения определенных коммуникативных действий (многопользовательские миры и игры) [Щипицина, 2009: 174–175].

Таким образом, интернет-коммуникация является дискурсом, обладающим широким жанровым разнообразием. Она включает в себя как заимствованные жанры из других сфер общения, так и порождаемые самой интернет-коммуникацией. Классификация Л.Ю. Щипициной представляется наиболее подходящей в данном исследовании, так как нацелена на разграничение коммуникативных функций интернет-коммуникации. Ученый выделяет 6 жанров, среди которых информационный, директивный, фатический, презентационный, эстетический и развлекательный. В рамках

изучения интернет-мемов эти информационные единицы удобно соотносить по вышеописанной классификации преимущественно к двум последним жанрам (эстетическому и развлекательному), так как процесс создания и просмотра интернет-мемов направлен как на получение эстетического удовольствия, так и для развлечения.

1.5.3. Интернет-мем как дискурсивное пространство для функционирования прецедентных феноменов

Термин «мем» (*memе*) был впервые использован британским учёным-биологом Р. Докинзом в книге *The Selfish Gene* [Dawkins, 1976]. Он определяется как единица передачи культурной информации. По мнению исследователя, примерами мемов могут служить мелодии, идеи, слова или выражения, которые распространяются от человека к человеку [Dawkins, 1976: 192]. Работа Р. Докинза ознаменовала появление и развитие такой науки, как меметика.

Понятие «интернет-мем» появилось только в XXI веке. Оно имеет более узкое значение по сравнению с вышеупомянутой формулировкой. И.В. Ксенофонтова рассматривает интернет-мем как явление спонтанного лавинообразного распространения в интернет-среде какой-либо информации посредством разнообразных способов [Ксенофонтова, 2009: 289]. Похожую точку зрения высказывает М.А. Кронгауз, определяя интернет-мем как любую, но короткую информацию (слово или фраза, изображение, мелодия и т.п.), мгновенно и неожиданно ставшую модной и воспроизводящуюся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях [Кронгауз, 2012: 127]. В.А. Бережной отмечает, что в современном интернет-дискурсе наблюдается тенденция к визуализации анекдота в интернет-меме [Бережной, 2014: 136]. Специфика интернет-мема проявляется в том, что чаще всего данный жанр интернет-коммуникации

является многократным визуальным воспроизведением анекдота (шутки, смешной ситуации и т.д.) в интернет-среде в различных новых контекстах.

Стоит отметить, что интернет-мемы могут распространяться и вне интернета (например, в живом общении, в рекламе по телевизору, на плакатах и т.д.). Однако местом зарождения и привычной средой функционирования интернет-мема выступает интернет.

Интернет-мемы являются популярной и неотъемлемой частью современной интернет-коммуникации. Соответственно, они разделяют и некоторые её черты, такие как интерактивность, креолизованность, дистантность, добровольность контактов, языковая креативность, карнавальность и анонимность. В некоторых случаях автор интернет-мема может быть известен, но в большинстве случаев сохраняется анонимность. Это происходит потому, что имя создателя интернет-мема не играет особой роли в его функционировании.

Интернет-мем прочно связан с такой чертой интернет-коммуникации, как карнавальность, в которой происходит реализация игрового и смехового компонентов в общении. В данном формате интернет-коммуникации намеренно нарушаются языковые нормы и происходит экспериментирование над языком. Цель использования подобных языковых новшеств – создание комического эффекта.

Креолизованность также является часто встречающейся чертой интернет-мема, в котором происходит соединение вербального и изобразительного компонентов (картинка и текст) [Анисимова, 1992: 73].

Выделяют следующие типы креолизованных интернет-мемов:

- 1) демотиватор (расположенное на чёрном фоне изображение с лаконичным комментарием);
- 2) мем-эдвайс (изображение определённого персонажа на разноцветном фоне с подписью, отражающей типичное поведение или мышление этого героя);

3) интернет-комиксы (мемы, состоящие из 2-4 изображений, повествующие о какой-либо весёлой истории) [Нежура, 2012: 48–51].

Ю.В. Щурина классифицирует интернет-мемы на 4 основные группы:

1) текстовый мем: слово или фраза (например, клишированные обороты «мне одному кажется, что...» или фразы «аффттар жжот», «баян» и т.д.);

2) мемы-картинки (изображение может быть готовым шаблоном (например, «омская птица») либо фотографией, обработанной в графическом редакторе);

3) видеомемы (комические видеосюжеты, многократно просматриваемые и распространяемые пользователями сети);

4) креолизованный мем [Щурина, 2012: 164].

Ю.В. Щурина определяет интернет-мем в качестве разновидности прецедентного феномена, обладающего культурной коннотацией, которая предоставляет адресату возможность идентификации прецедентного феномена [Там же: 163]. Данное мнение разделяют С.В. Канашина и Л.С. Гуторенко. Ученные исходят из того, что интернет-мем многократно репродуцируется в интернет-пространстве и узнается многими пользователями сети [Гуторенко, 2017; Канашина, 2018].

В большинстве случаев интернет-мем содержит в себе прецедентный феномен. Однако не у каждого интернет-мема наблюдается такая неотъемлемая характеристика прецедентного феномена, как семиотический способ существования, то есть отсылочное обращение к первоисточнику. Например, скриншот диалога двух людей может являться интернет-мемом, несмотря на отсутствие в нем какой-либо отсылки.

З.Э. Саидова разделяет категории интернет-мемов по степени ознакомленности пользователей сети с ними:

1) универсальные;

2) сепаратные;

3) узкоцелевые;

4) ситуативные [Саидова, 2017: 176].

Универсальные мемы в своей основе имеют общекультурные и общечеловеческие коннотации, доступные для дешифровки носителю любого языка и культуры, а также представителю любой социальной и возрастной группы (например, интернет-мемы выражающие эмоции (*facepalm*)).

Сепаратные интернет-мемы подразделяются на узкоцелевые и ситуативные.

Узкоцелевые интернет-мемы ориентированы на определенную аудиторию, так называемую фокус-группу, способную понять и оценить интернет-мем. Это может быть группа пользователей определенного ресурса, людей одной профессии или социального статуса [Щурина, 2012: 163].

К ситуативным относятся интернет-мемы, появившиеся в качестве отклика на культурно-историческое происшествие [Саидова, 2017: 176].

Всего выделяют 4 стадии функционирования интернет-мемов:

- 1) создание и первоначальная реакция;
- 2) распространение мема (данная стадия включает в себя видоизменение мема, проявление языковой креативности и расширение коммуникативного пространства);
- 3) использование мема (период стабильности и постепенная потеря актуальности);
- 4) угасание мема или изменение статуса (мем перестаёт быть интересен и со временем исчезает) [Кронгауз, 2012: 131].

Предпосылкой для появления интернет-мемов является стремление языковой личности отделиться, создать референтную группу постоянных участников коммуникации, при которой возникает оппозиция «свой-чужой» [Гузаерова, 2017: 51].

М.А. Кронгауз считает, что появление интернет-мемов происходит часто неожиданно, а порой бессмысленно и абсурдно [Кронгауз, 2012: 131]. Однако существуют даже группы людей, целенаправленно занимающиеся

придумыванием и популяризацией мемов [Там же: 127]. Например, не так давно в сфере СМИ появилась такая профессия, как «пикчер». Это человек, который улавливает настроение аудитории и придумывает шутку к публикуемой новости. Шутка визуализируется на основе существующих интернет-мемов [Гузаерова, 2017: 52].

В соответствии с вышеописанными фактами, среди причин появления интернет-мемов можно выделить две из них: случайность и целенаправленность. Также есть некоторые закономерности для распространения интернет-мемов. К причинам, способствующим популярности того или иного интернет-мема, относятся прежде всего:

- 1) популярность первоисточника;
 - 2) моментальная скорость распространения посредством интернета;
 - 3) частота повторов;
 - 4) уникальная способность большинства мемов трансформироваться, использоваться в разных значениях и в разных речевых ситуациях;
 - 5) игровой компонент, пробуждающий креативные способности пользователей, дающий возможность проявить свою творческую активность, видоизменять существующие мемы;
 - 6) комический эффект или эффект неожиданности
- [Змазнева, Исаева, 2014: 66].

Практически каждый интернет-мем содержит в себе прецедентный феномен, вербальный или невербальный. Например, к невербальным прецедентным феноменам в интернет-мемах можно отнести кадр из фильма, сериала и т.д., к вербальным – цитату персонажа из фильма. В основном в интернет-меме функционируют оба вида прецедентного феномена.

Таким образом, интернет-мем является многократным визуальным воспроизведением анекдота (шутки, смешной ситуации и т.д.) в интернет-среде в различных новых контекстах, поэтому он часто содержит в себе прецедентный феномен или является его разновидностью. К стадиям функционирования интернет-мемов относятся его создание и первоначальная

реакция, распространение, использование и угасание или изменение его статуса.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Прецедентный феномен – это любая характеризующаяся цельностью и связностью последовательность знаковых единиц, обладающая ценностной значимостью для определенной культурной группы.

Выделяется четыре вида прецедентных феноменов: прецедентное имя, прецедентное высказывание, прецедентный текст и прецедентная ситуация. Прецедентное имя и прецедентное высказывание относятся к категории вербальных прецедентных феноменов, прецедентный текст и прецедентная ситуация – к вербализуемым.

К характерным признакам прецедентных феноменов относят значимость в эмоциональном и познавательном аспектах, хрестоматийность, неоднократную возобновляемость, реинтерпретируемость и хронотопическую маркированность.

Среди уровней прецедентности выделяют автопрецедентный, социумно-прецедентный, национально-прецедентный и универсально-прецедентный.

Прецедентные феномены выполняют различные функции в зависимости от дискурса. В дискурсе интернет-мемов наиболее частотными функциями выступают парольная, людическая, эстетическая и опознавательная.

Терминологическое разграничение понятий «прецедентность» и «интертекстуальность» заключается в разнице двух подходов, имеющих неодинаковый объект исследования. Теория интертекста исследует художественный текст и определяет прецедентные феномены как материализованные знаки интертекстуальности. В свою очередь, теория прецедентности специфицируется на речевых текстах и рассматривает интертекстуальность как часть прецедентности.

Интернет-мем не является единицей художественной литературы. Он принадлежит к дискурсу интернет-коммуникации, что обуславливает необходимость его рассмотрения в рамках теории прецедентности.

Под интернет-коммуникацией понимается виртуальный, быстрый, краткий, свободный обмен информацией между пользователями при помощи букв, символов и специальных знаков, сочетающий формы устной и письменной речи, имеющий специфический контекст, различные цели и направленный на взаимопонимание.

Данный вид коммуникации обладает рядом особенностей, к которым относятся полифоничность, гипертекстовость, интерактивность, креолизованность, дистантность, добровольность контактов, языковая креативность, карнавальность, анонимность, глобальность, опосредованность и участие в формировании и обеспечении взаимопонимания в разнообразных средах, контекстах и культурах.

Среди жанров интернет-коммуникации выделяют следующие: информационный, директивный, фатический, презентационный, эстетический и развлекательный. Интернет-мемы можно отнести к развлекательному и эстетическому жанрам интернет-коммуникации.

Под интернет-мемом понимается многократное визуальное воспроизведение анекдота (шутки, смешной ситуации и т.д.) в интернет-среде в различных новых контекстах. К стадиям функционирования интернет-мема относятся создание, первоначальная реакция, распространение, использование и угасание мема или изменение его статуса.

ГЛАВА 2. ДИНАМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ФЕНОМЕНОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Функционирование прецедентного феномена в интернет-меме представляется возможным проследить в различных периодах, начиная со становления интернет-мема как жанра интернет-коммуникации. Активное развитие интернет-мемов начало происходить с 2006 года, когда число интернет-пользователей уже было достаточно большим, а также появились площадки для распространения интернет-мемов (например сайты *4chan* и *reddit*), и возросло количество их посетителей. В проведенном исследовании интернет-мемы условно поделены на три периода в зависимости от их появления и распространения:

- 1-ый период – с 2006 г. по 2010 г.;
- 2-ой период – с 2011 г. по 2015 г.;
- 3-ий период – с 2016 года по 2020/2021 г.

Такое разделение позволяет выявить и сравнить особенности функционирования прецедентных феноменов, начиная со времени становления интернет-мема как жанра и заканчивая современным периодом их функционирования.

2.1. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 1-ого периода

Прецедентные феномены в большинстве случаев являются неотъемлемым компонентом интернет-мемов. Это обусловлено сходством особенностей интернет-мема и прецедентного феномена. Одним из признаков прецедентного феномена является неоднократная возобновляемость [Караулов, 1987: 216]. Интернет-мем обладает

аналогичной чертой, которую называют многократной репродуцируемостью [Гуторенко, 2017; Канашина, 2018].

Помимо этого, интернет-мем так же, как и прецедентный феномен, сохраняет в себе информацию о том тексте, информационном ресурсе культурном феномене или историческом событии, который послужил источником для появления мема [Щурина, 2012: 163]. Именно поэтому, начиная с самого начала развития интернет-мемов, в них присутствовали прецедентные феномены. Частота встречаемости прецедентных феноменов из разных сфер отличается в зависимости от периода развития интернет-мемов. Причиной этого являются такие факторы как популярность источника или актуальные события. Проблема в анализе интернет-мемов 1-го периода заключалась в отсутствии их единой базы, в которой интернет-мемы представлены по годам с большим количеством примеров. Соответственно, по большей части, приходилось искать примеры вручную, опираясь на шаблоны популярных в тот период интернет-мемов.

Анализ ведущих сфер прецедентности позволил выявить 6 основных групп, представленных в Таблице 1.

Таблица 1. Сферы-источники прецедентных феноменов в интернет-мемах 1-го периода

Сфера-источник	% прецедентных феноменов
Кинематограф	46
Шаблонные интернет-мемы	40
Музыка	22
Политика	18
Комиксы	10
Литература	10
Другие (единичные)	12

Самой популярной по частотности прецедентных феноменов является сфера-источник «Кинематограф». К ней относятся 46% от

проанализированных прецедентных феноменов за рассматриваемый период. Прежде всего, это прецедентные феномены из телешоу (*Sesame street, Pimp My Ride, MythBusters, The Ellen DeGeneres Show*), кинофильмов (*Titanic, Star Wars, Pirates of the Caribbean, The Shining* и т.д.), мультфильмов (*Pokemon, Dragon Ball*) и прецедентные имена известных актеров и ведущих шоу (*Patrick Swayze, Chuck Norris, Xzibit, Ellen Lee DeGeneres*). Все перечисленные продукты кинематографа и имена актеров и ведущих шоу относятся к американской культуре. Исключением являются два мультфильма-аниме *Pokemon* и *Dragon Ball*, которые относятся к японской киноиндустрии. Это объясняется тем, что они стали популярны за пределами Японии, их перевели на множество языков, и они транслировались по телевидению разных стран.

Начиная с 2007 года в интернет-мемах распространилось прецедентное высказывание *Om Nom Nom Nom* из детской телевизионной передачи *Sesame street*. В телесериале данная фраза регулярно повторяется персонажем *Cookie Monster*, который очень любит печенье. Эти слова типичны для данного героя, они являются звукоподражанием очень быстрого поедания печенья, при этом, не учитывая чистоту и этикет. Данная фраза используется вместе с изображением, на котором показан прием пищи, либо действия, похожие на этот процесс, что вместе создает комический эффект. Это происходит в первую очередь за счет графического компонента, в котором изначальное использование высказывания переосмысливается – исполнителем действия является уже не *Cookie Monster*, а потребляемой пищей – не печенье (Рис. 1).



Рисунок 1.

В других случаях также встречаются прецедентные высказывания, прецедентные имена, либо изображения, отсылающие к определенному кинематографическому произведению. Например, интернет-мем с изображением кота в головном уборе главного антагониста серии фильмов *Star Wars* Дарта Вейдера (Рис. 2).



Рисунок 2.

Картинка сопровождается переделанной фразой персонажа, сказанной им в фильме 1977 года *Star Wars: A New Hope (Episode IV)*. В оригинале высказывание звучало так: *I find your lack of faith disturbing*. Оно было сказано антагонистом в сцене, когда один из героев, адмирал Мотти, усомнился в мощи его силы, после чего Дарт Вейдер использовал свои способности, чтобы удушать критикующего его адмирала. Фраза стала прецедентной и активно функционировала в интернет-мемах с 2005 по 2009 годы. Высказывание используется для обозначения неодобрения в связи с отсутствием у реципиента какого-либо предмета, качества, способностей и др. В большинстве случаев, оригинальное слово *faith* заменяется на другую лексему и, тем самым, достигается комический эффект. В приведенном выше примере, вместо слова *faith* используется слово *tuna*, что в сочетании с графической составляющей отсылает к стереотипному представлению интернет-пользователя о сильной любви всех котов к тунцу.

Особенностью 1-го периода является активное функционирование особого вида интернет-мемов, называемого мемами-эдвайсами. Это шаблонные интернет-мемы, для которых характерно использование изображения определённого персонажа на разноцветном фоне с подписью,

отражающей типичное поведение или мышление этого героя [Нежура, 2012: 49]. Использование одного и того же графического рисунка усиливает узнаваемость персонажа и, соответственно, его особенностей, что делает изображение прецедентным. В 40% проанализированных прецедентных феноменах в интернет-меме делается отсылка к шаблонным интернет-мемам.

Одним из таких шаблонных интернет-мемов выступает мем, с изображением динозавра (*Philosoraptor*) на зеленом фоне. Появление и дальнейшее распространение прецедентного феномена началось в 2008 году.



Рисунок 3.

Все интернет-мемы с данным изображением включают невербальный прецедентный феномен, который отсылает к типу интернет-мемов с шаблоном *Philosoraptor* и к характерным для изображенного персонажа высказываниям – вопросительным конструкциям, содержащим парадоксальные суждения или предположения. Например, фраза *what if Pinocchio said that “my nose will grow”* отсылает к известной особенности сказочного персонажа Пиноккио – удлинение его носа, когда он лжет. Таким образом, заданный в интернет-меме вопрос является противоречивым, не имеющим однозначного ответа. По аналогии, с шаблоном *Philosoraptor* используются и другие парадоксальные суждения.

Шаблонность является характерной чертой большинства интернет-мемов. Однако для раннего периода их развития свойственно использование самостоятельных шаблонов, специально созданных для их дальнейшего распространения в интернет-среде в качестве интернет-мема, чем объясняется высокий процент содержания в них прецедентных феноменов.

В результате анализа было выявлено, что в одном и том же интернет-меме могут функционировать прецедентные феномены из разных сфер-источников. Например, на Рисунке 3 используется невербальный прецедентный феномен из сферы «Шаблонные интернет-мемы» и прецедентные имена *Cinderella* и *Pinocchio*, отсылающее к сфере-источнику «Литература». Таким образом, часто интернет-мем является единицей информации, содержащей несколько прецедентных феноменов с различным генетическим признаком.

В 22% случаев прецедентный феномен относится к сфере музыки. Среди них фигурировали имена и изображения исполнителей песен (*Rick Astley, Kanye West*), композиторов мировой классической музыки и название их произведений (*Beethoven, Amadeus, the 9th symphony*) (Одним из самых популярных прецедентных феноменов, связанных с индустрией музыки, является так называемый *Rickroll*. Рикроллинг - это использование гиперссылки, видео или аудио информации, воспроизводящей песню британского исполнителя Рика Эстли *Never Gonna Give You Up*, интегрированной с совершенно другой информацией, отличающейся от заявленной. Например, при открытии ссылки на сайт, в котором объясняется явление рикроллинга всплывает не статья, а только клип песни. Таким образом, интернет-пользователь, желающий прочитать статью про это явление, сам становится жертвой рикроллинга. Постепенно в сети появилось большое количество интернет-мемов, отсылающих либо к рикроллингу, либо к самой песне Рика Эстли. Таким образом, строчки песни *Never Gonna Give You Up*, имя исполнителя *Rick Astley* и слово *Rickroll* стали регулярно распространяющимися прецедентными феноменам, которые отсылают к музыкальной индустрии. Следующим по популярности выступает ситуативный интернет-мем, связанный с громким скандалом, произошедшем на церемонии вручения музыкальных наград MTV в 2009 году. В его основе лежит ситуация, когда американский рэпер Канье Уэст прервал награждение певицы Тейлор Свифт, сказав, что награды заслуживает не она, а певица

Бейонсе. Его высказывание *Yo Taylor, I'm really happy for you, and Imma let you finish. But Beyonce had one of the best videos of all time* стало прецедентным и породило множество интернет-мемов, отсылающих к данному событию. Слова рэпера постоянно трансформируются в зависимости от того, что высмеивается в интернет-меме. Обычно при использовании данного высказывания происходит сравнение двух объектов. Имена *Taylor* и *Beyonce* заменяются другими именами, а вместо словосочетания *the best video* используется предмет сравнения (Рис. 4).

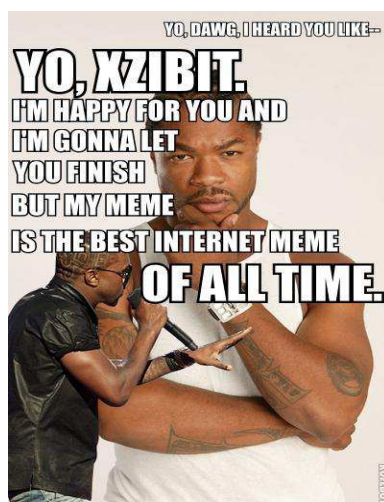


Рисунок 4.

В представленном примере актуализируются сразу два прецедентных высказывания из двух разных сфер: кинематографа (телешоу *Pimp My Ride*) и музыки (церемония вручения музыкальных наград MTV). В данном случае высказывание рэпера трансформировано – имя певицы *Taylor* заменено на псевдоним ведущего телешоу *Xzibit*, вместо имени *Beyonce* используется *my meme*, а вместо *the best video* – *the best Internet meme*. Таким же образом прецедентное высказывание функционирует и в других интернет-мемах, постоянно трансформируясь и меняя объекты сравнения. Неизменным остается сопровождение высказывания графической составляющей – фотография рэпера Канье Уэста с музыкальной церемонии.

К сфере-источнику «Политика» относится 18% прецедентных феноменов. В этом случае всегда происходит отсылка к британскому мотивационному плакату времен Второй мировой войны *Keep Calm and*

Carry On. В интернет-мемах с этим прецедентным феноменом используется та же структура предложения и соответствующий фон:



Рисунок 5.

В представленном примере пародируется вышеописанная фраза, указывая на реалии Советского Союза, но в то же время, отсылая к изначальному британскому варианту. Возможно видоизменение графической составляющей интернет-мема. Например, фона или верхнего символа (на Рис. 5 вместо короны используется серп и молот). Аналогичным образом прецедентный феномен функционирует в других интернет-мемах с данным шаблоном. В этой связи представляется необходимым отметить, что в первую очередь к политике отсылает невербальная составляющая интернет-мема.

Прецедентные феномены со сферой происхождения «Комиксы» выявлены в 10% случаев. Все они являются продуктом американской индустрии супергеройских комиксов и включают в себя прецедентные имена (*Spider-man*, *Batman*), прецедентные ситуации (смерть родителей Бэтмена, смерть дяди Человека паука), либо графический компонент, отсылающий к комиксам (изображение персонажей или отдельный рисунок, взятый из комикса). Наиболее популярной основой для создания интернет-мемов является кадр из комикса про Бэтмена *World's Finest #153* 1965 года. Этот рисунок стал шаблоном для комиксов в 2008 году благодаря использованию альтернативного текста, помещенного в выноску для слов персонажей (Рис. 6).



Рисунок 6.

Сущность использования данного шаблона заключается в том, что в диалоговом облаке используются отличные от оригинала слова, порождающие совершенно другой контекст и интенцию для действий главного героя – пощечины своему напарнику Робину. В представленном примере за счет использования дискурсивной ситуации, в которой происходит диалог о родителях Бэтмена, происходит отсылка к прецедентной ситуации, характерной для вымышленной вселенной Бэтмена – гибели его родителей. Бэтмен прерывает слова напарника пощечиной из-за того, что его ранят воспоминания о родителях. Постепенно этот шаблон стал использоваться для раскрытия злободневных тем, от которых уже все устали. Например, слова Робина могут меняться на строчки надоевшей песни, которую прерывает Бэтмен. Именно этот интернет-мем стал образцом для дальнейших использований рисунка из комикса подобным образом, где диалог героев может быть уже никак не связан со сферой комиксов.

Прецедентные феномены, связанные с литературой, встретились в 12% случаев. Во всех случаях отсылка происходит к литературным текстам. В первую очередь в их число входит Библия (прецедентное имя *Jesus*) и сказки (прецедентные имена *Cinderella*, *Pinocchio*). Реже встречаются строчки из стихотворения и философских трудов (прецедентные высказывания *Roses are red* и *I think, therefore I am*). В некоторых случаях данная сфера представлена визуальной составляющей интернет-мема. Например, эпизод из Евангелия, в котором Иисус ходил по воде, актуализируется в ИМ через использование фотографии, где кот предположительно тоже ходит по воде:

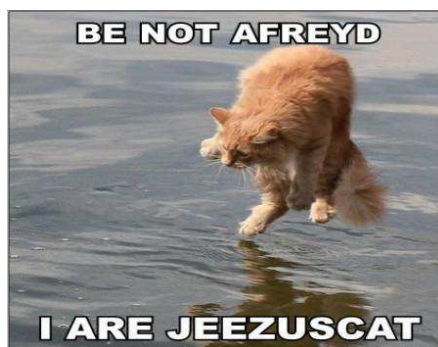


Рисунок 7.

Функционирование прецедентных феноменов из других сфер прецедентности (технологии, история, видеоигры и YouTube) происходит в 12% случаев. В результате анализа было выявлено, что их использование достаточно окказионально и не свидетельствует о высокой степени стабильности функционирования прецедентных феноменов из этих сфер в современных англоязычных интернет-мемах.

Таким образом, к ведущим прецедентным сферам относятся: кинематограф 46%, шаблонные интернет-мемы 40%, музыка 22%, политика 18%, комиксы 10%, литература 10%. Менее частотными выступают сферы: «Технология», «История», «Видеоигры» и *YouTube* (всего 12%). В сфере-источнике «Кинематограф» наиболее часто используются прецедентные феномены из американской киноиндустрии. В исключительных случаях возможно использование прецедентных феноменов из японской культуры (аниме). Особенностью 1-го является использование специально созданных для интернет-мемов шаблонов (мемы-эдвайсы), ставших прецедентными. Шаблонные интернет-мемы не отсылают к определенной культуре, а лишь имеют свою специфичную легко узнаваемую графическую составляющую, которая позволяет сопоставить невербальный образ с определенной надписью. За счет сочетания двух компонентов достигается комический эффект. В сфере-источнике «Музыка» преобладает функционирование прецедентных феноменов из британской и американской музыкальной индустрии. Прецедентные феномены из сферы «Политика» всегда отсылают к британской культуре, а из сферы «Комиксы» к американской. В интернет-

мемах преимущественно используются прецедентные феномены, отсылающие к мировой литературе – Библии и сказкам. В отношении других сфер-источников нельзя сделать вывод о стабильности функционирования прецедентных феноменов – их встречаемость можно назвать случайной.

2.2. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 2-ого периода

В период с 2011 года по 2015 год интернет-мемы уже являлись неотъемлемой частью социальных сетей и форумов. Они стали доступны широкой аудитории вне интернет-сети – их начали использовать в рекламе, средствах массовой информации и сувенирной продукции. Структура, внешний вид и стиль интернет-мемов значительно поменялись, что привело к тому, что количество сфер-источников прецедентных феноменов сократилось. Результат статистического анализа представлен в Таблице 2:

Таблица 2. Сферы-источники прецедентных феноменов в интернет-мемах 2-го периода

Сфера-источник	% прецедентных феноменов
Шаблонные интернет-мемы	69
Кинематограф	33
Видеоигры	6
Другие (единичные)	5

В рассматриваемом периоде по количеству встречаемых прецедентных феноменов преобладают шаблонные интернет-мемы. По сравнению с 1-ым периодом их количество увеличилось более чем в полтора раза, что составило 69%. Это обусловлено возникновением совершенно нового типа шаблонных интернет-мемов – интернет-комиксов. Они превалируют над всеми остальными шаблонными интернет-мемами. Их особенность заключается в наличии определенного сюжета, получающего свое развитие в

2-4 картинках. Чаще всего в качестве сюжета выступает определенная жизненная ситуация, с которой сталкивается интернет-пользователь. Для оформления интернет-комикса используются готовые нарисованные элементы (фейсы), выражающие ту или иную эмоцию. Остальные элементы комикса могут изображаться с помощью компьютерной мыши, без использования шаблонов. Каждый готовый рисунок комикса имеет свое собственное название. Например, *rage guy*, *Dude Come On*, *PFFFFITCSH*, *OMG RUN guy*, *Like a sir* и др. В ходе проведенного исследования было обнаружено, что самым популярным шаблоном в интернет-комиксах является фейс *forever alone*. Он встречается в 40% всех проанализированных за рассматриваемый период интернет-мемах. *Forever alone* – статус всегда одинокого человека, выражаемого в комиксах изображением непривлекательного персонажа, с которым часто отождествляет себя интернет-пользователь. Отождествление происходит посредством демонстрации различных жизненных ситуаций, с которыми может сталкиваться обычный подросток.

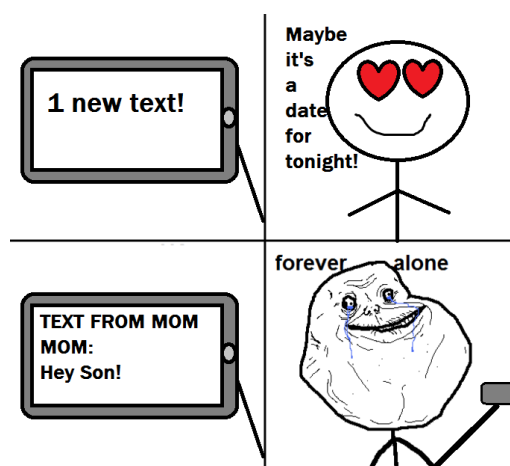


Рисунок 8.

В примере изображена ситуация, в которой мечтания молодого человека о свидании не согласуются с реальностью: предполагаемое сообщение от девушки оказывается сообщением от родителя. Поэтому герой комикса вспоминает о своем статусе или же вешает на себя ярлык вечно одинокого человека. Структура комикса повторяется во многих других

случаях – конечной картинкой в финале сюжета выступает фэйс *forever alone*.

Популярность данного шаблона обусловлена многочисленностью подростков среди интернет-пользователей. Им импонирует данный вид комиксов в виду того, что они сами сталкивались с похожими ситуациями. Изображение персонажа нередко сопровождается надписью *forever alone*, но в некоторых случаях ее может не быть. Многократно реплицируясь вместе с графическим компонентом, словосочетание становится прецедентным высказыванием, которое ассоциируется у интернет-пользователя с изображением персонажа и характерными для него ситуациями. В 9% случаев *forever alone* является частью мема-эдвайса, а не комикса с сюжетом.

В связи со спецификой содержания (визуализация жизненных ситуаций), в интернет-комиксах редко встречается явление полипрецедентности, отсылка к другим сферам встречается только в единичных интернет-мемах. Следствием данного наблюдения выступает заключение о том, что для 2-го периода развития интернет-мемов не характерно наличие большого количества сфер прецедентности. В свою очередь, содержание интернет-комиксов указывает, что создателями и «потребителями» данного вида интернет-мемов являются подростки.

Второй ведущей сферой прецедентных феноменов в интернет-мемах 2-го периода является «Кинематограф». В 33% прецедентных феноменов входят прецедентные имена и изображения актеров и ведущих телешоу американского кинематографа (*Stallone, Keanu Revees, Bear Grylls, Al Pacino*), персонажей американских фильмов и мультфильмов или названия кинематографических произведений (*Forrest Gump, The Shining, Aladdin, Sponge Bob, My Little Pony, Dolan* (искаженное от *Donald Duck*)). Иногда в интернет-меме может полностью отсутствовать вербальный компонент, но при этом содержаться прецедентный феномен, отсылающий к сфере кинематографа. В таком случае интернет-мем является фотомонтажом (фотожабой), соединяющим в себе графические компоненты из разных

источников. В рассматриваемом периоде самой популярной фотожабой является интернет-мем с американским актером Киану Ривзом (Рис. 9).



Рисунок 9.

Анализируемый интернет-мем имеет название *Sad Keanu*. Оригинал фотографии был сделан папарацци, попал в сеть и стал активно распространяться среди интернет-пользователей в виде фотоколлажей. *Sad Keanu* символизирует глубокую печаль или тоску, однако вырезанную фотографию актера могут вставлять с любым другим изображением. Например, в представленных выше изображениях фотографию актера соединили с фильмами *Forrest Gump* и *Scarface*.

Помимо фотоколлажей часто функционируют прецедентные высказывания и изображения персонажей из американского мультфильма *Futurama: I don't want to live on this planet anymore, shut up and take my money* (Рис. 10).



Рисунок 10.

Кадр из данного мультфильма интегрирован вместе с цитатой его героя – Фрая. Фраза была сказана в момент, когда герой хотел купить новый гаджет *EyePhone*, но продавец предупредил Фрая о недостатках новинки. Впоследствии кадр из мультфильма и высказывание героя стали

использоваться в интернет-мемах для выражения желания купить определенный продукт или показать свое одобрение этого продукта. Проведенный анализ также показал, что слова и изображение героя могут трансформироваться для создания новых контекстов (Рис. 11).



Рисунок 11.

В представленном примере хорошо продемонстрирован феномен полипрецедентности. Помимо прецедентного высказывания и изображения героя из мультфильма *Futurama* в интернет-меме есть отсылка к знаменитой японской серии видеоигр *Mario*, в которой главный герой Марио и его брат Луиджи по ходу игры собирают игровую валюту – монеты. Понять отсылку можно только с помощью графического компонента интернет-мема – фона и характерного для персонажа игры костюма. Комический эффект заключается в интеграции двух сфер-источников: «Кинематографа» и «Видеоигр».

В проанализированном корпусе интернет-мемов 2-го периода встретилось всего 6% прецедентных феноменов, связанных с видеоиграми. В основном происходит отсылка к видеоигре *Slender: The Eight Pages*, основанной на городской легенде, появившейся в Интернете в 2009 году. Благодаря выпуску игры персонаж *Slenderman* стал еще популярнее. Это мифическое существо, часто изображаемое в виде высокой худой фигуры в черном костюме и без лица. В интернет-мемах кадры из игры функционируют вместе с шуточной надписью, связанной с персонажем или эмоциями, которые он вызывает (Рис. 12).

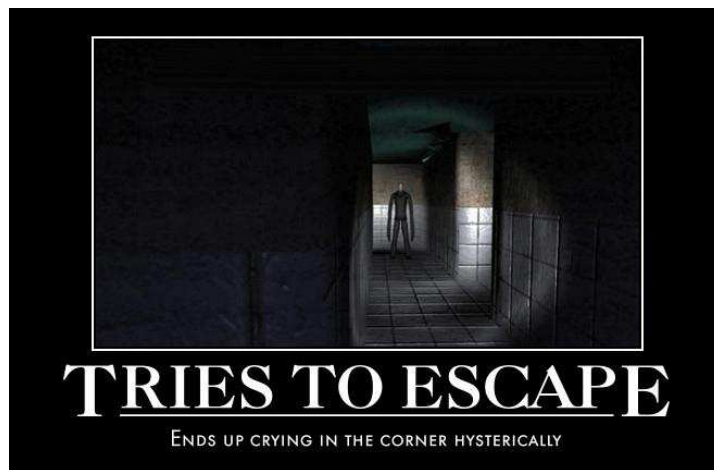


Рисунок 12.

В данном случае прецедентным феноменом выступает именно изображение персонажа, а сопровождающая картинку надпись поясняет интернет-пользователю, какие эмоции испытывает человек от процесса игры. Так как видеоигра была достаточно популярна, для многих данный интернет-мем был понятен. Вследствие этого он многократно воспроизводился в новых контекстах. Кроме видеоигр *Slender* и *Mario* в интернет-мемах фигурируют прецедентные феномены из видеоигр *Pokemon* и *Skyrim*.

К единичным сферам-источникам относятся 5% прецедентных феноменов. В них входят сферы музыки, истории и литературы. В интернет-мемах упоминаются музыкальные произведения американских певцов или сами певцы. Например, Бобби Винтон (*Mr. Lonely*), Бибер (*Baby*), Рик Этли (*Never Gonna Give You Up*), а также британский рок-музыкант Джон Леннон. К сфере истории можно отнести имя и исторический титул легендарного вождя Бриттов – *Arthur* и *King of the Britons*. К литературе относится упоминание автобиографической книги лидера нацистской партии Адольфа Гитлера (*Mein Kampf*). Данные сферы-источники встречаются лишь в единичных интернет-мемах. Соответственно нельзя говорить стабильности их функционирования.

Таким образом, для 2-ого периода развития интернет-мемов характерно значительное уменьшение количества сфер прецедентных феноменов. Из них преобладающей является сфера-источник «Шаблонные интернет-мемы». В

данном случае невозможно определить страну происхождения прецедентного феномена, так как исключена любая национальная специфика, указывающая на какой-либо культурный артефакт страны. Основным прецедентным феноменом стал сам интернет-мем. Данная специфика интернет-мемов анализируемого периода указывает на более сильную огражденность интернет-пользователей от внешнего мира и большую степень их погруженности в мир интернета. Сферы искусства, в свою очередь, стали второстепенны, количество связанных с ними прецедентных феноменов сильно уменьшилось.

2.3. Специфика прецедентных феноменов в интернет-мемах 3-го периода

На современном этапе развития интернет-мемов количество сфер-источников заметно увеличилось по сравнению с предыдущим периодом. Число интернет-пользователей также значительно возросло. Как следствие, в отличие от 2-го периода развития интернет-мемов, степень разграничения интернет-пространства и внешнего мира снизилась. Шаблонные интернет-мемы практически не функционируют в данном периоде, что подтверждает факт интеграции реальной жизни с сетевой. Это проявляется, прежде всего, в том, что теперь интернет-мемы теперь являются не только развлекательной частью интернет-пространства, но и «зеркалом» мировых событий, настроения общественности и популярных тенденций. Сферы искусства и культуры превалируют над остальными сферами прецедентности, что приравнивает интернет-мем к новому виду изобразительного искусства, способному совмещать в себе отсылку к любой культурной сфере человеческой деятельности. По признаку лингвокультурной принадлежности большинство прецедентных феноменов относятся к американскому кинематографу как наиболее популярному в мире. Данная особенность позволяет автору мема обратиться к общей когнитивной базе интернет-

пользователей из разных стран и тем самым значительно расширить аудиторию и способствовать популярности и распространенности созданного интернет-мема. При таких условиях, в англоязычных интернет-мемах, рассчитанных на широкую публику, исключается национальная специфика прецедентного феномена, и можно говорить об универсальности прецедентных высказываний из сферы кинематографа, функционирующих в интернет-мемах.

В соответствии с проанализированными данными составлена классификация наиболее популярных сфер-источников прецедентных феноменов современного периода их функционирования (Таблица 3).

Таблица 3. Сферы-источники прецедентных феноменов в интернет-мемах 3-го периода

Сфера-источник	% прецедентных феноменов в интернет-мемах
Кинематограф	69
Эпидемиологическая обстановка	17
Видеоигры	15
Музыка	8
Комиксы	5
Политика	5
Литература	4
Другие (единичные)	9

В результате анализа практического материала было определено, что сфера-источник «Кинематограф» является самой актуальной для прецедентных феноменов в интернет-мемах 3-го периода. К ней относится 69 % из всех проанализированных интернет-мемов.

В основном в данной сфере используются прецедентные имена и прецедентные высказывания из культовых картин, значимых в мире кино и

известных широкому кругу лиц в большинстве стран. В первую очередь это американские фильмы, такие как *Joker*, *Jurassic Park*, *The Lord of the Rings*, *Star Wars*, *Interstellar*, *Batman Begins*, *Pulp Fiction*, *Bruce Almighty*, *The Godfather*. Цитаты и имена персонажей из фильмов, снятых по комиксам *Marvel*, встречаются примерно в 11% случаях. Это, прежде всего, отсылки к таким фильмам, как *Avengers: Endgame*, *Avengers: Age of Ultron*, *Avengers: Infinity War*, *Doctor Strange*, *Spider-Man* (2002, 2004, 2017, 2019), *Venom*, *Captain America: The First Avenger*, *Iron man*. Практически все перечисленные фильмы принадлежат к жанру фантастики (в частности, самый популярный жанр для использования прецедентных феноменов – супергеройская фантастика). Наличие отсылок к таким фильмам в интернет-мемах анализируемого периода объясняется в первую очередь направленностью интернет-мемов на молодежную аудиторию. Именно поэтому чаще всего используются прецедентные феномены из современных фильмов, выпущенных в XXI веке. В редких случаях есть обращение к более старым картинам. Например, прецедентное высказывание *look how they massacred my boy* из кинофильма *The Godfather* (1972).

Кроме фильмов из сферы кинематографа также часто функционируют прецедентные высказывания из мультипликационных фильмов. Всего они встретились в 17% случаев. Среди них нередко встречаются отсылки к японской мультипликации аниме (*JoJo's Bizarre Adventure*, *Cowboy Bebop*, *Pokemon*), мультипликационным сериалам (*Simsons*, *Futurama*, *Rick and Morty*, *Sponge Bob*), полнометражным мультфильмам (*The Incredibles*, *Kung Fu Panda*, *Shrek*, *Monsters, Inc.*, *Spider-Man: Into the Spider-Verse*). В меньшей степени встречаются прецедентные феномены из сериалов и телешоу (*Breaking Bad*, *Games of Thrones*, *Hell's kitchen*, *Friends*).

Особенности функционирования прецедентных феноменов из сферы кинематографа ярко проявляются в интернет-меме, на котором изображен кадр из научно-фантастического фильма Кристофера Нолана *Interstellar*. В

качестве текстовой части используется фраза *this little maneuver is gonna cost us 51 years*, которая принадлежит главному герою фильма (Рис. 13).

When your mom meets a friend at the supermarket



Рисунок 13.

Находясь около сверхмассивной чёрной дыры, данный персонаж решает воспользоваться её гравитацией для того, чтобы преодолеть большое космическое расстояние. Затем он произносит фразу, которая в дальнейшем будет использоваться в интернет-мемах в похожих ситуациях, а именно в ситуациях, когда на какое-то короткое или случайное действие придётся потратить немало времени. Анализ интернет-мемов данной группы указывает на то, что в них приводится небольшое предисловие к прецедентной фразе. Оно, как правило, описывает ситуацию, знакомую множеству интернет-пользователей.

В другом интернет-меме с тем же прецедентным феноменом, но иным контекстом употребления, используется совсем другое описание (Рис. 14).

Me: *turns off interstate to get gas*

My GPS:



Рисунок 14.

Несмотря на включение различных дополнительных контекстов перед использованием фразы, тем не менее, сама структура интернет-мема остается прежней, и прецедентное высказывание сохраняет свой первоначальный смысл о трате большого количества времени из-за короткого случайного происшествия. Представляется важным отметить, что в зависимости от контекста возможно изменение некоторых слов высказывания, при сохранении узнаваемости исходного прецедентного феномена. Например, на Рисунке 15 последние слова высказывания *51 years* заменены на *8 hours*: в результате чего передается идея о скоротечном восприятии времени во сне. Общеизвестно, что среднестатистическому человеку необходимо 8 часов ночного сна, поэтому автор рисунка выбрал именно это количество часов при создании интернет-мема (Рис. 15).



Рисунок 15.

Указанный способ частичного перефразирования прецедентного высказывания является достаточно продуктивным на современном этапе функционирования интернет-мемов. Когда эталонная фраза, используемая в интернет-мемах, начинает терять свою актуальность, её трансформация позволяет создать новые контексты употребления прецедентного высказывания. Таким образом, продлевается срок функционирования интернет-мема, содержащего в себе прецедентный феномен.

Интернет-мемы, в которых прецедентные феномены апеллируют к текущим событиям, также являются достаточно распространенным явлением в сети интернет. Однако генетический признак в них непостоянен и сильно

зависит от происходящих в мире событий. Подобные интернет-мемы быстро теряют актуальность в связи с появлением других событий, более значимых на момент их актуальности для социума. Интернет-мемы с отсылкой на эпидемиологическую обстановку появились только в последнее время (2020–2021 г.г.). Такие прецедентные феномены не были характерны ни для одного из предыдущих этапов развития интернет-мемов. В основе этой популярности лежит повышенный интерес к ситуации. Это свидетельствует о том, что прецедентность реализует идею актуальности: именно интернет-мемы моментально откликаются на мировые события. Указанная функциональная направленность интернет-мемов подтверждает полученные в рамках анализа результаты исследования: интернет-мемы, имеющие отсылку на мировую эпидемиологическую обстановку, встречаются очень часто. В корпусе систематизированного материала их было обнаружено 17%. Такие существительные, как *Coronavirus*, *COVID-19*, *Corona*, *quarantine*, *covid*, *self-isolation* теперь являются прецедентными именами, отсылающими к прецедентной ситуации – мировой эпидемиологической обстановке, обусловленной глобальным распространением вируса. В свою очередь, сложившаяся ситуация, когда все люди живут в условиях пандемии, и болезнь распространена во всём мире, интернет-мемы с отсылкой на современную эпидемиологическую обстановку понятны любому интернет-пользователю. Например, на Рисунке 16 содержится отсылка к пандемии, глобальному карантину и его предполагаемым последствиям, а именно приобретению хорошей физической формы в условиях изоляции, её потере или третьему варианту, на который указывает прецедентное высказывание из мультфильма – летальный исход. (Рис. 16).

2 ways to come out of quarantine



Рисунок 16.

В данном интернет-меме используются три кадра из разных кинематографических произведений (*Avengers: Infinity War*, *Avengers: Endgame*, *Spider-Man: Into the Spider-Verse*), которые сюжетно принадлежат к одной мультивселенной *Marvel*. Кроме того, в примере используется прецедентное высказывание (*there's three, actually*), и есть отсылка к текущим мировым событиям. Функционирование в одном интернет-меме сразу несколько прецедентных феноменов подтверждает сложную, полимодальную природу интернет-мемов.

Следующей сферой-источником современных интернет-мемов является индустрия видеоигр. В результате анализа было обнаружено 17% случаев функционирования прецедентных феноменов, относящихся к данному корпусу. В ходе исследования было выявлено, что при использовании прецедентных феноменов из видеоигр, количество интернет-пользователей, способных понять смысл того или иного интернет-мема, значительно сужается. Данная группа интернет-мемов указывает на то, что прецедентный феномен, помимо людической функции, также выполняет парольную функцию, которая позволяет лишь определенной аудитории распознать прецедентный феномен. Такого рода интернет-мемы, как правило, создаются для геймеров – особой социальной группы, в которую входят люди разных возрастов. Высокая частотность встречаемости прецедентных феноменов со

сферой-источником «Видеоигры» служит доказательством высокой степени важности игрового мира для интернет-пространства в последнее время.

В интернет-мемах чаще всего используются прецедентные феномены, связанные с видеоиграми, выпущенными американскими компаниями в XXI веке (*Call of Duty*, *Ream Fortress*, *Need for Speed*, *Counter Stike*, *Red Redemption*, *Terraria*, *Overwatch*, *GTA* и др). Однако нередко в интернет-мемах функционируют прецедентные феномены из видеоигры *Minecraft*, разработанной и выпущенной в Швеции. В некоторых случаях встречаются отсылки к видеоиграм французской компании *Ubisoft* (например, *Assassin's Creed* и *Far Cry*).

На Рисунке 17 прецедентное имя *Minecraft* апеллирует к характерной черте видеоигры – специфической графике (Рис. 17).



Рисунок 17.

Используемая графика позволяет передать идею о том, что несмотря на то, что данная компьютерная игра является имитацией реального мира, разделение климатических границ в ней совершенно не характерно для реальности. Эти границы четко видны игроку (например, в одной месте может идти снег, а рядом с этим местом – дождь). Таким способом, автор мема сопоставляет реально сделанную фотографию с видеоигрой, предполагая, что интернет-пользователь будет в состоянии соотнести изобразительный компонент интернет-мема с вербальным, за счет чего представится возможным достижение комического эффекта.

Прецедентные феномены со сферой-источником «Музыка» встретились в 8% интернет-мемов. Прецедентными феноменами в данном

случае выступают строчки из знаменитых песен, их названия или имена исполнителей. Например, обнаружены отсылки к таким песням, как *Eminem - Without me*, *Eminem - Lose yourself*, *Queen – Bohemian Rhapsody*, *Take Me Home*, *Country Roads*, *Kavinsky – Nightcall*, *Rick Astley – Never Gonna Give You Up*.

Например, прецедентным текстом на Рисунке 18 является припев из песни *Never Gonna Give You Up* британского исполнителя Рика Эстли (Рис. 18).



Рисунок 18.

Популярность данного интернет-мема обусловлена популярностью первоисточника и высоким интересом к розыгрышу *Rickrolling*. Он проводится на протяжении длительного периода времени (более 15 лет). Данный факт реальности обуславливает тот факт, что настоящий прецедентный феномен является общим для всех 3 этапов развития интернет-мемов: от зарождения к современному периоду. На приведенном рисунке изображен предполагаемый агитационный плакат, побуждающий голосовать за певца Рика Эстли во время выборов премьер-министра, и описывается причина, по которой следует выбрать именно его. Агитационные слова являются строками из песни *Never Gonna Give You Up*. Комический эффект достигается за счет употребления высказывания в новом контексте. Сопоставляются слова из первоначального источника (любовные обещания) и из интернет-мема (политические обещания).

Прецедентные феномены из композиций американского происхождения превалируют над прецедентными феноменами из других стран. В меньшей мере встречаются прецедентные феномены из песен британских исполнителей и в единичном случае французских (*Kavinsky – Nightcall*).

В сфере-источнике «Политика» во всех случаях упоминаются имена действующих политиков (*Kim Jong-un, Donald Trump, Vladimir Putin*). Самостоятельно, вне политического контекста имена лидеров стран употребляются в редких случаях. В большинстве случаев упоминание этих имен в интернет-мемах связано с определенной ситуацией, происходящей на мировой политической арене (Рис. 19).

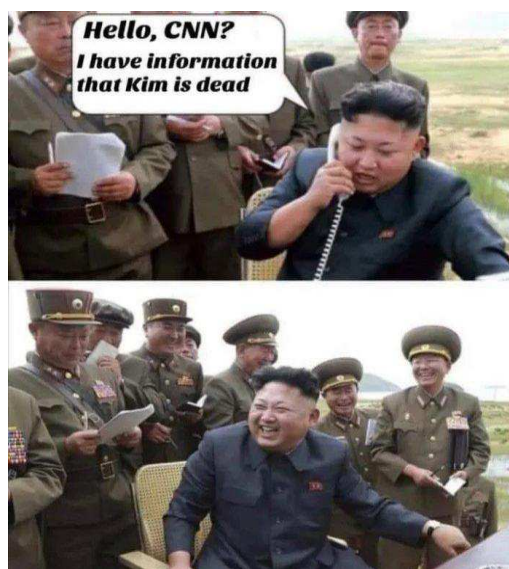


Рисунок 19.

Фраза *Hello, CNN? I have information that Kim is dead* отсылает интернет-пользователя к внезапно появившейся в масс-медиа информации о смерти северокорейского лидера Ким Чен Ына. Вследствие того, что подобные ситуации достаточно широко оглашаются в СМИ, данный интернет-мем стал очень популярен, новость о текущем состоянии Ким Чен Ына постоянно воспроизводилась в новых контекстах. Интернет-мемы данного типа относятся к ситуативным интернет-мемам. Их специфика заключается в том, что через короткий срок

(например, в течение месяца) они утрачивают свою значимость и перестают реплицироваться.

Сфера комиксов целиком состоит из прецедентных имён американских героев и злодеев комиксов вселенной *Marvel* (*Iron Man*, *Venom*, *Spider-man*, *Black Widow*, *Ant-man*, *Black panther*, *Capitan America*) и вселенной *DC* (*Batman*, *Joker*, *Superman* и т.д.). В данном случае можно говорить о полипрецедентной сущности этих имен. Это, прежде всего, обусловлено тем, что они относятся к двум различным сферам: киноиндустрии и комиксам. Функционирование данных прецедентных имен в интернет-мемах популярно благодаря супергеройским фильмам, снятым в США в XXI веке. На основании регулярности встречаемости имен супергероев в интернет-мемах сразу в двух периодах (в самом раннем и в современном) можно сделать вывод о том, насколько они прочно укрепились в интернет-культуре. За 15 лет американские комиксы стали еще более актуальны, чем раньше. Этому, во многом, способствуют регулярно выходящие фильмы про описываемых персонажей (как героев, так и злодеев).

К сфере-источнику «Литература» относится 5% прецедентных феноменов. В них часто происходит апелляция к произведениям Артура Конан Дойла и Джона Рональда Руэла Толкина за счёт употребления прецедентных имен *Sherlock Holms*, *Achilles* и *Bilbo Baggins*. В нескольких случаях прецедентные феномены актуализируются за счёт отсылки к религиозному тексту Библии. Как правило, используются следующие прецедентные единицы: *Jesus*, *Noah*, *The 4 Dipshits of the apocalypse*. Обнаружены также отсылки к немецкому философу Карлу Марксу (*Marx*), народному английскому творчеству (стихотворение *Roses are red*) и к произведению древнегреческого поэта Гомера (прецедентное имя *Achilles*). Проведенная систематизация свидетельствует о том, что в сфере-источнике «Литература» преобладает использование прецедентных феноменов, страной происхождения которых является Англия. Несмотря на то, что процент встречаемости прецедентных феноменов по сравнению с первым периодом

снизился, наблюдается достаточная стабильность в функционировании прецедентных единиц *Jesus* и *Roses are red*.

К другим (единичным) сферам-источникам относятся корпуса *YouTube* (процент встречаемости прецедентных феноменов 2,5%), наука (2%), шаблонные интернет-мемы (2%). Имя американского предпринимателя и инженера Илона Маска занимает особое место в интернет-мемах. Соответственно, данный факт позволяет выделить это ставшее прецедентным имя в отдельную категорию (процент встречаемости прецедентных феноменов 2,5%). Имя изобретателя невозможно определить в какую-либо из перечисленных категорий, так как оно используется при отсылке к абсолютно разным прецедентным ситуациям, не имеющим общей сферы-источника (например, выбор имени для сына Илона Маска, запуск ракеты *Space X* или обвал акций компании *Tesla*). Связанные с данными событиями интернет-мемы являются ситуативными и не свидетельствуют о стабильности функционирования в них прецедентных феноменов.

Проведенный анализ показал, что шаблонные интернет-мемы на данном этапе перестали быть актуальными. Связанные с ними прецедентные феномены встречаются реже всех остальных прецедентных феноменов, отсылающих к другим сферам. В шаблонных интернет-мемах в основном происходит отсылка к интернет-мемам 2-го периода. Их автор может таким образом выражать чувство ностальгии по прошедшему времени, когда шаблонные интернет-мемы были популярны, либо использовать шаблоны для создания иронии или сарказма по отношению ко 2-ому периоду развития интернет-мемов.

В ходе исследования было также обнаружено, что прецедентные феномены в интернет-мемах 3-го периода имеют большую вариативность сфер-источников, среди которых самой популярной является киноиндустрия. Это во многом объясняется развитием процесса глобализации, в котором сфера кино выступает самой узнаваемой сферой. Именно кино является основным средством донесения мысли при создании интернет-мемов на

современном этапе их развития. Прежде всего, это проявляется в том, что в интернет-мемах используются отсылки к всемирно известным продуктам киноиндустрии.

США является ведущей страной в отношении сфер происхождения прецедентных феноменов. Связанные с американской культурой прецедентные единицы составляют примерно 70% от всех проанализированных прецедентных феноменов. В сферах-источниках «Эпидемиологическая обстановка» и «Шаблонные интернет-мемы» выявить страну происхождения прецедентных феноменов не представляется возможным. Это во многом обусловлено тем, что прецедентные феномены из данных сфер не отсылают к конкретному продукту определенной страны. Они являются интернациональными, их может использовать и понять интернет-пользователь из любой страны.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В развитии интернет-мемов выделяются 3 этапа:

- 1-ый период – с 2006 г. по 2010 г.;
- 2-ой период – с 2011 г. по 2015 г.;
- 3-ий период – с 2016 года по 2020/2021 г.

Ведущими сферами прецедентности 1-го периода развития интернет-мемов выступают «Кинематограф», «Шаблонные интернет-мемы», «Музыка», «Политика», «Комиксы» и «Литература». В сфере «Кинематограф» самыми частотными прецедентными феноменами выступают прецедентные феномены из американского кинематографа (почти в половине проанализированных интернет-мемов встречается отсылка именно на данную сферу (46%)). Большинство из них это прецедентные феномены из популярных телешоу и культовых кинофильмов, значимых и широко известных в мировой культуре.

Для 1-го периода характерно активное функционирование особого вида интернет-мемов – мемов-эдвайсов (изображение определённого персонажа на разноцветном фоне с подписью, отражающей типичное поведение или мышление этого героя). Данный тип интернет-мема выступает одним из видов шаблонных интернет-мемов. В редких случаях мемы-эдвайсы встречаются во 2-ом периоде и полностью отсутствуют на современном этапе.

Специфика мемов-эдвайсов заключается в том, что каждый мем-эдвайс предполагает соответствие вербального компонента с графическим – используемая надпись должна отражать мышление и поведение изображаемого персонажа. В двух других периодах данное явление встречается крайне редко.

Во всех трёх периодах прецедентные феномены, отсылающие к сфере-источнику «Шаблонные интернет-мемы», не имеют отсылки к культурным артефактам определенной страны. Это во многом обуславливает

возможность их рассмотрения в качестве универсальных для мирового интернет-сообщества.

Во 2-ом периоде развития интернет-мемов наблюдается значительное сокращение сфер-источников, среди которых ведущей становится сфера «Шаблонные интернет-мемы». В отличие от 1-го периода в данной сфере функционируют не мемы-эдвайсы, а уже совершенно другой вид интернет-мемов – интернет-комиксы. Персонажи с типичным мышлением и поведением практически не используются. Они заменены на множество «фейсов», выражающих определенную эмоцию человека. На данном этапе интернет-мем обладает сюжетом, чаще всего бытовым. Соответственно, значительно сокращены все отсылки к культурным произведениям. Это в значительной степени привело к тому, что интернет-пользователи и интернет-пространство оказались в большей мере информационно обособлены от внешнего мира. В редких случаях в интернет-мемах данного периода встречаются отсылки к сфере политики или происходящих в мире событий.

Сфера кинематографа (в основном американского) занимает второе место по частотности прецедентных феноменов во 2-ом периоде. При этом существенной разницы между особенностями функционирования прецедентных феноменов из данной сферы по сравнению с 1-ым периодом не выявлено.

Во 2-ом периоде прецедентные феномены из сферы-источника «Видеоигры» встречаются в 6% случаев. В предыдущем периоде отсылки к данной сфере являются довольно редким феноменом и относятся к единичным случаям. Возросшая частотность обусловлена тем, что индустрия видеоигр становится более популярной среди интернет-пользователей и занимает стабильное положение в интернет-мемах. Кроме того, это привело к большому разрыву интернет-пространства от реальной жизни в период с 2011 по 2015 года.

В 3-ем периоде отсылка к сфере кинематографа в интернет-мемах встречается в 69% случаев, что в значительной мере превышает частотность прецедентных феноменов из кинематографа в двух предыдущих периодах. Это объясняется тем, что киноиндустрия является наиболее узнаваемой сферой, в связи с чем кинематограф стал основным средством выражения идей при создании интернет-мемов на современном этапе их развития. Самым популярным и стабильным жанром использования прецедентных феноменов становится супергеройская фантастика.

На данном этапе (в отличие от 2-ого периода) интернет-мемы и прецедентные феномены в них свидетельствуют об интеграции интернет-пространства и внешнего мира, ослабевает степень информационной обособленности интернет-мемов и сферы интернет-тематики. В интернет-мемах отражены все популярные тенденции и мировые события. Это подтверждается тем, что сфера-источник «Эпидемиологическая обстановка» является второй наиболее популярной сферой прецедентности.

В сфере видеоигр частота встречаемости прецедентных феноменов увеличена больше чем в два раза по сравнению со 2-ым периодом. Это во многом обусловлено актуальностью источника и ростом числа геймеров среди интернет-пользователей.

70% от всех проанализированных прецедентных феноменов отсылают к продуктам американской культуры, что позволяет считать ее в некоторой мере универсальной для интернет-пространства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интернет-мем является одной из наиболее активно развивающихся форм интернет-коммуникации. В современном мире данное явление стало важной частью не только сетевого дискурса, но и в целом массмедийной коммуникации. Интернет-мем часто отражает текущие тенденции, события, предпочтения и настроение общества. Осуществление данной функции происходит посредством использования прецедентных феноменов.

Проблема прецедентности в интернет-коммуникации достаточно подробно описана во многих работах и на различном материале. Однако, несмотря на актуальность исследования прецедентности в отечественной лингвистике, работ, посвященных теме динамического развития прецедентных феноменов в интернет-мемах на данный момент еще нет. В связи с непрерывным развитием интернет-мема и его мгновенной реакцией на жизнь и интересы социума, необходимо постоянное исследование данного явления.

Для решения данной проблемы в рамках исследования была поставлена цель выявить, систематизировать и проанализировать типы прецедентных феноменов относительно ведущих сфер прецедентности и описать специфику их функционирования в разные периоды развития интернет-мемов. Для осуществления поставленной цели были рассмотрены существующие классификации прецедентных феноменов, их функции, характеристики и определены ведущие цели прецедентности в интернет-мемах.

В результате анализа были выделены три периода развития интернет-мемов в зависимости от времени появления и распространения:

- 1-ый период – с 2006 г. по 2010 г.;
- 2-ой период – с 2011 г. по 2015 г.;
- 3-ий период – с 2016 года по 2020/2021 г.

Для всех трех периодов характерно активное использование прецедентных феноменов из кинофильмов. Сфера кинематографа занимает первое место по количеству использования прецедентных феноменов в 1-ом и 3-ем периоде и второе место во 2-ом.

В 1-ом периоде функционирует особый вид шаблонных интернет-мемов – мемы-эдвайсы. В редких случаях они встречаются во 2-ом периоде и полностью отсутствуют на современном этапе.

Во 2-ом периоде развития интернет-мемов сферы источники значительно сокращаются. Из-за появления интернет-комиксов, на данном этапе ведущей становится сфера «Шаблонные интернет-мемы». В интернет-комиксах реже встречаются отсылки к культурным произведениям, так как основой для их создания служит определенный сюжет, чаще всего бытовой тематики. В связи с этим возникла определенная информационная обособленность интернет-пользователей и интернет-пространства от внешнего мира.

В 3-ем периоде сфера кинематографа занимает 69% прецедентных феноменов. Она становится основным средством выражения идей при создании интернет-мемов. Для данного периода характерна интеграция интернет-пространства и внешнего мира и снижение информационной обособленности интернет-мемов и сферы интернет-тематики. В современных интернет-мемах отражены все популярные тенденции и мировые события. Американская культура является универсальной для интернет-пространства, так как к ней отсылают 70% всех проанализированных прецедентных феноменов.

Рассмотрение прецедентных феноменов в интернет-мемах в динамическом аспекте их функционирования указывает на их постоянную эволюцию. Четко проявляется тенденция развития интернет-мемов по вектору информационной интеграции интернет-пространства и осмысления интернет-пользователями событий реального мира. При этом кинематограф

является основным источником концептуального переосмысления действительности.

Дальнейшее исследование динамического аспекта развития феномена прецедентности в интернет-мемах позволит выявить и проследить основные тенденции в развитии интернет-коммуникации в их лингвистическом, социолингвистическом и межкультурном аспектах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова Е.Е. Паралингвистика и текст: (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) // Вопросы языкознания. М.: Наука, 1992. № 1. С. 71 – 78.
2. Антонова Н.В., Одинцова М.С. Интеграционная модель исследования идентичности в контексте Интернет-коммуникации // Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова. Серия: Педагогика и психология. 2010. № 2. С. 5 – 16.
3. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: автореф. дис. ... канд. филол. наук: Челябинск, 2005. 24 с.
4. Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. 424 с.
5. Бережной В.А. Интернет-мем и анекдот: к постановке проблемы // Вестник ЗНУ. Серия: Філологічні науки. 2014. Вып. 1. С. 135 – 144.
6. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 22 с.
7. Голубева Н.А. Слово. Текст. Дискурс. Прецедентные единицы: Монография. Нижний Новгород: НГЛУ им. Н.А. Добролюбова 2007. 401 с.
8. Горошко Е.И., Жигалина Е.А. Виртуальное Жанроведение: устоявшееся и спорное // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия: Филология. Социальные коммуникации. 2011. Т. 24 (63). №1. С. 105 – 124.
9. Горшкова Е.И. Блог как вид интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. СПб, 2013. 24 с.
10. Гудков Д.Б. Прецедентное имя в когнитивной базе современного русского языка // Язык, сознание, коммуникация. 1998. Вып. 4. С. 82 – 92.

11. Гудков Д.Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и коммуникации: дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.19 М., 1999. 400 с.
12. Гузаерова Р.Р. Интернет-мем как знак современного медиапространства // Филология и культура. 2017. 2 (48). С. 50 – 54.
13. Гуторенко Л.С. Прецедентность в креолизованных текстах комического характера в современной интернет-коммуникации (на материале английского языка) // Филол. науки. Вопросы теории и практики. 2017. 3 (3). С. 82 – 85.
14. Евтюгина А.А. Прецедентные тексты в поэзии В. Высоцкого (к проблеме идиостиля): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 1995. 169 с.
15. Захаренко И.В., Красных В.В., Гудков Д.Б., Багаева Д.В. Прецедентное имя и прецедентное высказывание как символы прецедентных феноменов // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / под ред. В.В. Красных, А.И. Изотова. М.: Филология, 1997. Вып. 1. С. 82 – 103.
16. Змазнева О.А., Н.В. Исаева Феномен интернет-мема // Русская речь. 2014. Вып. 3. С. 62 – 67.
17. Золотарев М.В. Лингвопрагматические особенности прецедентных феноменов в современном молодёжном дискурсе (на материале английского и русского языков): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Саратов, 2016. 176 с.
18. Иванов Л.Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста. [Электронный ресурс] 2000. URL: <http://www.faq-www.ru/lingv.htm> (дата обращения: 28.02.2020).
19. Иноземцева Н.В. Прецедентность и интертекстуальность как маркеры англоязычного научно-методического дискурса (на материале англоязычных статей по методической проблематике) // Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Серия: Филология. 2010. Т.12. Вып. 3. С. 167 – 169.

20. Канашина С.В. Интернет-мем и прецедентный феномен // Вестник ТГПУ. 2018. Вып. 4. С. 122 – 127.
21. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
22. Карташова Е.П., Иерусалимская А.А. Прецедентные феномены как стилистический приём создания экспрессии в интернет-коммуникации // Филология и культура. Philology and culture. 2015. 2 (40). С. 53 – 58.
23. Красных В.В. Система прецедентных феноменов в контексте современных исследований. М.: Филология, 1997. Вып. 2. 124 с.
24. Красных В.В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.
25. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Диалог. Карнавал. Хронотоп. 1993. № 4. С. 427 – 457.
26. Кронгауз М.А. Мемы в интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. 2012. № 11. С. 127 – 131.
27. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор. М., 2009. С. 285 – 294.
28. Кузьмина Н.А. Интертекстуальность и прецедентность как базовые когнитивные категории медиадискурса [Электронный ресурс]. 2011. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/755> (дата обращения: 29.02.2021).
29. Максимова О.Б. Язык в интернет-коммуникации: общие закономерности и национально-культурные особенности (на материале русского и английского языков) // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика, 2010. №3. С. 74 – 90.
30. Михайлов С.Н. Жанровая специфика электронной коммуникации // II Международный конгресс исследователей русского языка «Русский язык: исторические судьбы и современность». М., 2004. 405 с.
31. Михайлова Е.В. Интертекстуальность в научном дискурсе (на материале статей): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 1999. 18с.

32. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2012. 2 (12). С. 47 – 52.
33. Орлова Н.М. Библиейский текст как прецедентный феномен: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19. Саратов, 2010. 549 с.
34. Попова Е.Ю. Прецедентные феномены в современном художественном дискурсе (на материале романов В. Пелевина «Generation—П» и «Числа»): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 Саратов, 2012. 22 с.
35. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев: дис. ... доктора пед. наук: 13.00.02 / Прохоров Юрий Евгеньевич. М.: 1996. 446 с.
36. Распаева Г.Д. Прецедентные феномены с мегасферой-источником «христианская религия» в произведениях Л.Н. Толстого и их переводах на английский язык: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Челябинск, 2013. 225 с.
37. Розина И.Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика. М., 2005. С. 257 – 265.
38. Савенкова Е.В. Карнавальная составляющая виртуального общения // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. Самара. 2010. № 1(7). С. 33 – 41.
39. Саидова З.Э. Мем как универсальный феномен интернет-культуры (на материале русского, английского и чеченского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. 1(67). С. 175 – 178.
40. Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. 139 с.
41. Супрун А.Е. Текстовые реминисценции как языковое явление // Вопросы языкознания. 1995. № 6. С. 17 – 29.


42. Усачева О.Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // Вестник МГОУ. Серия: Русская филология. 2009. № 3. С. 55 – 65.
43. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2002. 63 с.
44. Чепель Ю.В. Специфика синонимии в интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Курск, 2009. 23 с.
45. Чистова С.С. Сопоставительное исследование прецедентных феноменов в российской и американской рекламе бытовой техники и транспортных средств: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Екатеринбург, 2009. 25 с.
46. Щипицина Л.Ю. Классификация жанров компьютерно-опосредованной коммуникации по их функции // Известия Российского гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. СПб., 2009. № 114. С. 171 – 178.
47. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. М.: КРАСАНД, 2010. 295 с.
48. Щурина Ю.В. Интернет-мем как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Вып. 3. С. 160 – 172.
49. Allen G. Intertextuality. London: Routledge, 2011. 244 p.
50. Crowston K., Williams M. Reproduced and Emergent Genres of Communication on the World Wide Web // Information Society. 2000. 16 (3). P. 201 – 215.
51. Dawkins R. The selfish gene. New York: Oxford university press, 1976. 353 p.
52. Kuppens A.H. English in Advertising: Generic Intertextuality in a Globalizing Media Environment // Journal of Creative Communications. Belgium: Oxford University Press. 2009. Vol. 3. P. 77 – 98.
53. Miller D. Intertextuality in Old Testament Research // Currents in Biblical Research. Missouri: SAGE Publication. 2010. Vol. 9. P. 283 – 309.

54. Nevins M. Intertextuality and misunderstanding // *Language & Communication*. Virginia: Elsevier. 2010. Vol. 30. P. 1 – 6.

55. Panagiotidou M.E. Intertextuality and literary reading: a cognitive poetic approach: PhD thesis, University of Nottingham, 2011. 334 p.

56. Zolotarev M. Precedent Phenomena: The Role of Cultural Reference in Dostoevsky's novel *Demons*. Saarbrücken, LAP Lambert Academic Publishing, 2014. 84 p.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии и языковой коммуникации
Кафедра теории германских языков и межкультурной коммуникации
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой ТГЯиМКК
 О.В. Магировская
« 11 » июне 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

**АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК ДИСКУРСИВНОЕ
ПРОСТРАНСТВО ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ: ДИНАМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Выпускник



И.Л. Кот

Научный руководитель



д-р филол. наук,
зав. каф. ТГЯиМКК О.В. Магировская

Нормоконтролер



М.В. Файзулаева

Красноярск 2021