

СЕМИОТИЧЕСКИЕ ТИПЫ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ: КЛАССИФИКАЦИЯ И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

С.В. Лопухов

Ключевые слова: интернет-жанр, мем, полисемиотические мемы, вербальные мемы, креолизованные мемы

Keywords: internet genre, meme, polysemiotic memes, verbal memes, creolized memes

DOI: [https://doi.org/10.14258/filichel\(2025\)4–14](https://doi.org/10.14258/filichel(2025)4–14)

Введение
Интернет-дискурсу мы обязаны возникновением особых жанров, существующих только в условиях глобальной сети.

Ряд российских и зарубежных исследователей [Клушина, 2020; Shepherd, 1998] выделяют их в особую группу интернет-жанров — устойчивых форм текста, существующих исключительно в информационном поле цифровой сети и обладающих чертами, несовместимыми с классическими формами текста: высокой конвергентностью и мультимодальностью (способностью сочетать визуальный, вербальный и звуковой контент).

Термин «жанр» используется здесь в традиционном определении устоявшейся формы текста [Тертычный, 2019, с. 12], где под текстом подразумевается любой взаимосвязанный ряд знаков. Данная семиотическая трактовка понятия текста Ю.М. Лотманом [1992] оказалась идеально применимой к новейшим жанрам глобальной сети.

Среди интернет-жанров наиболее популярным у пользователей и вызывающим интерес лингвистов является жанр мема. Понятие мема восходит к научно-популярной работе британского публициста Р. Докинза [Dawkins, 1976], в которой под ним подразумевался «культурный код», способный распространению путем репликации — размножению в новых вариантах. Хотя Докинз писал не об интернет-жанре, а о единице культурной информации, новый термин оказался идеально применим к жанру, в середине 2000-х возникшему в эпоху глобальной сети. В этимологии термина, как утверждает Докинз, заложено указание на распространение в разных вариациях при сохранении неизменяемой части, объединяющей все вариации общим подобием (греч. *μίμνημι* (мимна) — подобие). Под влиянием работы Докинза возникло новое междисциплинарное направление — меметика, представители

которого отмечали такие черты, как вирусная скорость распространения [Rushkoff, 1996] и простота [Brodie, 1996].

Когда в глобальной сети появилась новая устойчивая форма текста, характеризующаяся смеховой идеей и двусоставностью (наличием неизменяемой и изменяемой частей), интернет-пользователи, знакомые с меметикой, быстро окрестили новый жанр «мемом». Термин проник и в научный филологический дискурс: одним из первых российских ученых, поднявших проблему исследования мема, стал М.А. Кронгауз. Он объяснил мем как «любую, но короткую информацию (слово или фразу, изображение, мелодию и т.п.), мгновенно и неожиданно ставшую модной и воспроизводящуюся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях» [Кронгауз, 2012].

Опираясь на исследования интернет-жанров Н. И. Клушиной и А. В. Николаевой [Клушина, 2020], в данной работе мы предлагаем использовать определение мема, предложенное нами ранее [Лопухов, 2023]: мем — это смеховой мультимедиаальный текст, основанный на комичной идее и содержащий неизменяемый компонент — инвариант и изменяемый — вариант.

Мемы размножаются в сети в различных вариантных версиях при сохранении неизменяемой части (инварианта). Инвариантная часть является жанрообразующей и предварительно знакомой пользователю, а вариантная — несет новую информацию.

Приведем пример вариативности мема (пример 1), в котором представлено 4 вариации мема «Неверный парень»¹: инвариантной частью выступает фотография с комичной идеей: в нем обыгрывается тема неверности в паре²), а вариативной — различные информативные подписи.

Таким образом, уникальность мема — в способности распространяться во множестве вариативных версий при сохранении инвариантной основы и идеи конкретного мема. Отметим важность понимания указанной «двусоставности» мема, поскольку в быту и даже в академической сфере мемами иногда называют все комические изображе-

¹ Неверный парень. Электронный ресурс: <https://yandex.ru/images/search?family=ys&from=tabbar&text=%D0%BD%D0%B5%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%8C%20%D0%BC%D0%B5%D0%BC>

² «Неверный парень со стокового снимка оказался идеальным олицетворением борьбы с соблазнами, которые имеются у каждого». Электронный ресурс: <https://www.sobaka.ru/lifestyle/technology/61007?ysclid=mht6388mgn552595516>

ния, бытующие в сети [Smirnova, Denissova, Svitichetal, 2020, p. 156]. Такой подход совсем не раскрывает исследуемый жанр и его жанрообразующий признак — размножение в разных вариациях, в то время как на этот признак указывает даже обозначающий его термин [Dawkins, 1976, p.192].



Пример 1. Вариации мема «Неверный парень»

Как считают Н.И. Клушина и А.В. Николаева [2020], в основе этого уникального жанра лежит явление прецедентности. Основоположник теории прецедентности в лингвистике Ю.Н. Караулов определяет прецедент как значимый для широкой аудитории текст, характеризующийся многократной референтностью [Караулов, 2010, с. 216]. Многие мемы отсылают к прецедентным текстам (всемирно известным фильмам, например, трилогии Питера Джексона «Властелин колец»), и кроме того, любой мем сам по себе становится прецедентом по факту популярности и многократной референтности его инвариантной части (в то время как вариантная является носителем новой информации).

Мемы поддаются различной классификации: по тематике, авторской интенции, поджанрам сообщений, которые доставляются пользователю, и т.д. Однако самой фундаментальной классификацией является разделение по семиотическим типам (на основе знаковых систем). Ю.В. Щурина также называет эту классификацию «по способу выражения» [Щурина, 2014, с. 87]. Дифференциация по данному критерию встречается в большинстве русскоязычных исследований, авторы ко-

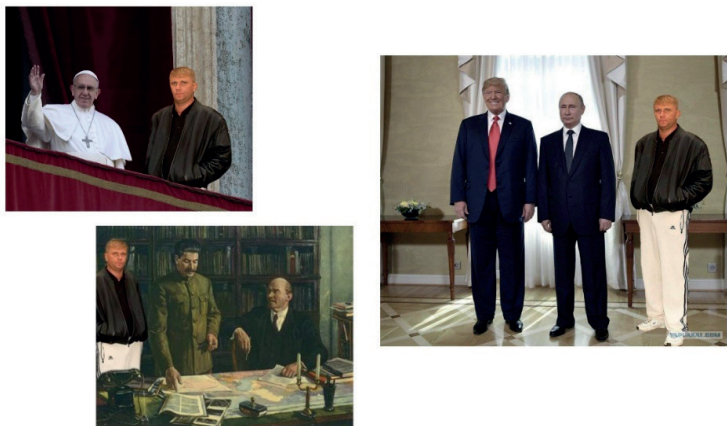
торых ставят себе задачу классифицировать жанр [Щурина, 2014; Марченко, 2019; Клушина, 2020].

Довольно полную классификацию по данному признаку дает С. А. Шомова в своей монографии, посвященной мемам [Шомова, 2019]. Она выделяет вербальные, визуальные, смешанные и аудиальные мемы.

Взаимосуществование семиотических типов мемов как предмет исследования

Проиллюстрируем на примерах дифференциацию мемов по способу их выражения.

1. Визуальные мемы. Данный тип представляют элементы изображений, несущие смеховую идею и размножающиеся посредством новых вариантных изобразительных обрамлений. Один из старейших мемов русскоязычного сегмента глобальной сети этого типа — «Свидетель из Фрязино»³. Инвариантом выступает фото «сурового мужчины в белоснежных спортивных штанах и кожаной куртке»: смеховая идея — гипертрофированная отстраненность; вариантом могут быть любые визуальные фоны (пример 2):



Пример 2. Визуальный мем «Свидетель из Фрязино»

³ Свидетель из Фрязино. Электронный ресурс: <https://yandex.ru/images/search?family=ys&from=tabbar&lr=213&text=%D1%81%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%20%D0%B8%D0%B7%20%D1%84%D1%80%D1%8F%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%BE%20%D0%BF%D1%83%D1%82%D0%B8%D0%BD>

2. Вербальные мемы. Этот тип представлен фразами, выражениями и отдельными словами, отвечающими жанровым характеристикам мема (смеховая идея и способность размножаться в вариативных версиях при сохранении инвариантной части). От вышеописанных визуальных мемов вербальные отличаются видимым отсутствием вариативной части и могут создать ошибочное впечатление статичности. Применительно к данному типу мы полагаем уместным говорить о вариативной части как новом контексте для употребления инвариантной фразы согласно смеховой идее. При этом исходная фраза не всегда статична и может в некоторых случаях подвергаться изменению.

Пример — мем «Это другое»⁴. Инвариантом является фраза с идеей высмеивания двойных этических стандартов в политике и распространяющаяся в разном новостном контексте. Вариантами являются разные контекстные ситуации употребления фразы. Изначально она использовалась для высмеивания двойных стандартов сторонников российской оппозиции, но контекст быстро расширился: фраза стала инструментом высмеивания любых политических взглядов, а со временем — высмеивания любой непоследовательной риторики, например, в области гендерных стереотипов «Мужчинам можно, а женщинам нельзя — это другое».

Отличительной чертой вербальных мемов является возможность их репликации не только через мультимедийные средства, но и, например, в устной речи. Кроме того, вербальные мемы могут быть легко встроены в любой преимущественно словесный текст, формат которого не предполагает использование изображений, — статью, новостную заметку, публичное выступление. В качестве примера приведем новостную заметку из газеты «Коммерсантъ», в названии которой «Денег нет, но вы езжайте»⁵ автор отсылает читателя к мему «Денег нет, но вы держитесь». Смеховая идея исходного мема — чиновник пытается успокоить недовольный народ. Пример того, как журналист «Коммерсанта» использует в своем тексте данный мем, напоминает о прецедентной природе исследуемого жанра. Даже если мем не основан на самостоятельном прецеденте, он сам становится прецедентом по факту многократной референтности, почему отсылки к ме-

⁴ Это другое. Электронный ресурс: https://cyclowiki.org/wiki/%D0%92%D1%8B_%D0%BD%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D0%B0%D0%B5%D1%82%D0%B5,_%D1%8D%D1%82%D0%BE_%D0%B4%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%B5

⁵ Денег нет, но вы езжайте. Электронный ресурс: <https://www.kommersant.ru/doc/4512624>

мам в медиа и становятся не менее популярны, чем отсылки к произведениям литературы или кино.

В жанрах публичной коммуникации могут быть использованы мемы разных семиотических типов, однако именно вербальные встраиваются в большинство текстов проще всего.

3. Аудиальные мемы. Этот тип представлен звуковыми рядами и мелодиями, несущими смеховые идеи и распространяющимися в разных контекстах. Примером может служить звук падающей металлической трубы⁶.

4. Смешанные мемы. Данный тип выражается посредством более чем одной знаковой системы. Внутри этого типа уместно выделить два подтипа, поскольку они существенно различаются:

1) креолизованные мемы: это мультимедиальные тексты, сочетающие в себе изображение и надпись. Обычно инвариантом является изображение, несущее смеховую идею, а вариантом — различные надписи к изображению, позволяющие исходному образу размножаться. Пример — мем «Неверный парень» (пример 1), который мы для наглядной характеристики всего жанра мема привели во вступительной части статьи;

2) видеомемы — подвижные изображения со звуком и смеховой идеей. Данный подтип выражается визуально и аудиально. Пример — «Directed by Robert B. Weide»⁷, где инвариант — короткий ролик с белыми титрами на черном экране и характерной мелодией, а вариантами выступают различные комичные происшествия, показываемые перед экраном с титрами.

5. Полисемиотические мемы. Данным термином предлагаем называть особый тип мемов, распространяющихся отдельно в разных семиотических типах, однако имеющих единый инвариант и общую смеховую идею.

Основанием для выделения этого «сверхтипа» являются случаи «миграции» мемов из одного семиотического типа в другой и дальнейшее существование в нескольких сразу. В качестве примера можно привести ранее описанный мем «Это другое». Изначально возникший как вербальный, он со временем обрел визуальную часть (пародию на заставку кинокомпании *20 CenturyFox*) и стал распространяться как в вербальном, так и креолизованном виде. Другой пример — появившийся в 2024 году

⁶ Звук падающей металлической трубы. Электронный ресурс: https://vk.com/video-26546605_456261961

⁷ Directed by Robert B. Weide. Электронный ресурс: https://vk.com/video-189202826_456239052

мем «Турецкий стрелок»⁸. В примере 3 слева представлен визуальный вариант, а справа — креолизованный (вербально-визуальный).



Пример 3. Мем «Турецкий стрелок»

Результаты исследования

Задача нашего исследования — выяснить, какие семиотические типы мемов являются наиболее популярными среди пользователей русскоязычной сети. Эмпирической базой для сбора материала выступила подборка мемов, полученная методом устного опроса. Количество участников опроса — 26 человек. Возраст — 23–27 лет, гендерное соотношение эквивалентное. Участникам было предложено назвать три любимых мема. В итоге было названо 64 разных мема (остальные мемы в подборке повторялись). Анализ полученных результатов позволил сделать следующие выводы.

80% полученных мемов принадлежат к смешанному типу, а именно — креолизованному подтипу, т.е. в них сочетается изображение и текст.

9% принадлежат к полисемиотическому типу. Из них 8% могут выражаться вербально либо креолизованно. 1% мемов данного типа существует параллельно в креолизованном и визуальном типах.

8% представляют собой вербальные мемы.

2% принадлежат к смешанному типу, а именно к подтипу видеомемов.

1% относится к аудиальным мемам.

Популярность креолизованных мемов была ожидаемой: поверхностное наблюдение с позиции пользователя говорит о том, что данный подтип смешанных мемов встречается в сети чаще всего. Вероятно, креолизованные мемы отличаются высокой популярностью из-за

⁸ Турецкий стрелок. Электронный песчур: <https://memepedia.ru/tureckij-strelok/>

возможности быстро донести много информации, поскольку такие медиатексты выражаются посредством двух знаковых систем.

В то же время другой подтип смешанных мемов — **видеомемы** заметно менее любимы пользователями, чем креолизованные. Видеомемы также выражаются посредством нескольких знаковых систем и несут много информации, и их сравнительно меньшая популярность требует дополнительного объяснения. Можно предположить, что креолизованные мемы выгодно отличаются большей скоростью восприятия и лаконичностью, чем видеомемы.

Существенной популярностью пользуются **вербальные** мемы. Собственно вербальные составляют 8%, а полисемиотические, распространяющиеся в том числе вербально, — 9%. Примечательно, что мемы из последнего подтипа, полученные в ходе опроса, все изначально появились в креолизованном виде, но со временем стали распространяться и вербальным путем. Например, мем 2024 года «Гоол!», на первых порах своего существования бывший креолизованным, с инвариантом в виде карикатуры быстро стал и вербальным (теперь он распространяется и вербально, и креолизованно по отдельности).

Популярность вербальных мемов и то, что многие креолизованные мемы со временем становятся и вербальными (т.е. полисемиотическими), объясняется возможностью их распространения посредством устной речи и встраиванием в другие, преимущественно словесные, формы коммуникации.

Сравнительно невысокую популярность **аудиальных** мемов можно объяснить их выражением через знаковую систему, посредством которой пользователь получает относительно мало информации.

Заключение

Таким образом, пользователи предпочитают типы мемов, содержащие больше информации, но одновременно лаконичные и легко воспринимаемые.

Подчеркнем важность введения в академический дискурс нового термина «полисемиотические мемы». Считаем данный термин необходимым дополнением к тезаурусу исследователей главного интернет-жанра. Пользователям известны многие примеры «миграции» мемов из одного семиотического типа в другой либо распространение в нескольких типах сразу. Как показало проведенное эмпирическое исследование, мемы с данной семиотической характеристикой пользуются спросом среди интернет-пользователей: они уступают в популярности лишь креолизованным мемам. Кроме того, термин «полисемиотические мемы» позво-

ляет описать процесс распространения мемов в пространстве интернета наиболее полно и помогает понять ход проникновения образцов популярного интернет-жанра за пределы глобальной сети, в том числе — в бытовую речь и традиционные журналистские жанры.

Библиографический список

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М.: Издательство ЛКИ. 2010. 264 с.

Клушина Н.И. Введение в интернет-стилистику. М.: Флинта. 2020. 240 с.

Кронгауз М.А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. 2012, с. 127–132. Электронный ресурс: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431893/Memy_v_internete_opyt_dekonstruktsii

Лопухов С.В. Смеховые интернет-жанры в современном коммуникативном пространстве // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика, 2023, № 3. С. 129–132. Электронный ресурс: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/philolog/2023/03/2023-03-30.pdf>

Лотман Ю.М. Культура и взрыв. М.: Гнозис, 1992. 273 с.

Марченко Т.В. Интернет-мем как феномен медиакommunikации: типологические характеристики и потенциал прецедентности // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. трудов. Вып. 16. Орел: Орловский государственный институт культуры, 2019. С. 209–220.

Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект-Пресс. 2019. 320 с.

Шомова С.А. Мемы как они есть. М.: Аспект Пресс. 2019. 136 с.

Щурина Ю.В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 6. Электронный ресурс: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-problema-tipologii/viewer>

Brodie R. Virus of the Mind. Integral Press. 1996.

Dawkins R. The selfish gene. Oxford University Press. 1976.

Rushkoff D. Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture // Balantine Books. 1996.

Shepherd M., Watters C. The evolution of cybergenres // of the Thirty-First Hawaii International Conference on System Sciences, Kohala Coast, HI, USA, 1998.vol.2. Pp. 97–109.

Smirnova O.V., Denisova G.V., Svitich L.G., Lin C., Steblovskaia S.B., Antipova A.S. Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China //

Psychology in Russia: State of the Art. № 13(4).2020. Pp. 148–167. Электронный ресурс: https://psychologyinrussia.com/volumes/pdf/2020_4/Psychology_4_2020_148-167_Smirnova.pdf

References

Karaulov Y.N. Russian language and linguistic personality, Moscow, 2010, 264 pp. (In Russian).

Klushina N.I., Nikolaeva A.V. Introduction to the internet stylistics, Moscow, 2020, 240 pp. (In Russian).

Krongauz M.A. Memes on the Internet: experience of deconstruction. *Nauka izhizn'* = Science and Life, 2012, pp. 127–132. Retrieved from: https://elementy.ru/nauchno-populyarnaya_biblioteka/431893/Memy_v_internete_opyt_dekonstruktsii (In Russian).

Lopuhov S.V. The laughter Internet genres in the modern communication space. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of Voronezh State University, 2023, no. 3, pp. 129–132. (In Russian).

Lotman Y.M. Culture and explosion, Moscow, 1992, 273 p. (In Russian).

Marchenko T.V. Internet meme as a phenomenon of media communication: typological characteristics and the potential for precedent. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom disкурсе* = Genres and types of text in scientific and media discourse, 2019, p. 209–220. (In Russian).

Shchurina Y.V. Internet memes: the problem of typology. *Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta* = Bulletin of Cherepovets State University, 2014, no. 6 (59). (In Russian).

Shomova S.A. Memes as they are, Moscow, 2019, 136 pp. (In Russian).

Tertychnyj A.A. Genres of the periodical press, Moscow, 2019, 320 pp. (In Russian).

Brodie R. Virus of the Mind, Integral Press, 1996.

Dawkins R. The selfish gene, Oxford University Press, 1976.

Rushkoff, D. Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture, Balantine Books, 1996.

Shepherd M., Watters C. The evolution of cybergenres. *Proceedings of the Thirty-First Hawaii International Conference on System Sciences*. Kohala Coast, HI, USA, 1998, vol.2, pp. 97–109.

Smirnova O.V., Denisova G.V., Svitich L.G., Lin C., Steblovskaia S.B., Antipova A.S. Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China. *Psychology in Russia: State of the Art*, 13(4), 2020, pp. 148–167. Retrieved from: https://psychologyinrussia.com/volumes/pdf/2020_4/Psychology_4_2020_148-167_Smirnova.pdf