

**ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК ОСНОВНОЙ ВИД КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА  
В САМОПРЕЗЕНТАЦИИ «ЧЕЛОВЕКА ТВОРЯЩЕГО»****Е. П. Карташова, А. Р. Ахмедзянова***Марийский государственный университет, г. Йошкар-Ола*

Статья посвящена проблеме самопрезентации «человека творящего» в интернет-коммуникации на основе создания мемов. Рассмотрены типичные особенности данных текстов, создаваемых представителями творческих профессий, выяснены причины обращения «человека творящего» к интернет-мемам в целях самоидентификации. Авторы рассматривают характерные особенности мемов как разновидностей креолизованного текста и объясняют использование квазисинонимичных терминов «креолизованный текст», «демотиватор», «мем». Особое внимание в статье обращено на характеристики мема как креолизованного текста, то есть единство иконической и вербальной составляющих. Изображения в составе мемов несут смысловую нагрузку и становятся своеобразной эмблемой, опознавательным знаком творческого сообщества: портреты Леонардо да Винчи, Александра Сергеевича Пушкина становятся символами представителей той или иной творческой профессии. Привычки и особенности быта «человека творящего» объективируются в вербальной части мемов. Это определяет их ключевые черты: диалогичность, акцентуализацию привычного, акцентуализацию нестандартных способностей «человека творящего», выделенные авторами статьи. В статье рассматривается возможная мотивация создания интернет-мемов «человеком творящим». Авторы приходят к выводу о том, что одна из основных целей создания мемов – комический эффект. Кроме того, мемы служат своеобразными маркерами определенных сообществ творческих людей. С одной стороны, эта особенность объединяет всех пользователей Сети, которые могут назвать себя «человеком творящим», с другой – ограничивает сообщества от пользователей, не входящих в сообщество творческих людей. Иными словами, мемы являются эффективным средством коммуникации между творческими людьми, сохраняющим их право на самовыражение и языковую игру, а также на создание собственного профессионального сообщества в Сети.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, мем, «человек творящий», креолизованный текст, творчество, интернет-язык.

**INTERNET MEME AS THE BASIC TYPE OF CREOLIZED TEXTS  
IN SELF-PRESENTATION OF THE “CREATIVE HUMAN”****E. P. Kartashova, A. R. Akhmedzianova***Mari State University, Yoshkar-Ola*

The article is devoted to the problem of self-presentation of a person creating in the Internet communication on the basis of meme creation. The typical features of these texts created by representatives of creative professions are considered, and the reasons for the appeal of the “creative human” to Internet memes for identification purposes are clarified. The authors consider the characteristic features of memes as varieties of creolized text and explain the use of quasi-synonymous terms “creolized text”, “demotivational poster”, “meme”. Particular attention is paid to the characteristics of the meme as a creolized text, that is, the unity of the iconic and verbal components. The images in the memes are meaningful and become a kind of emblem, an identifying mark of the creative community: portraits of Leonardo da Vinci, Alexander Sergeyevich Pushkin become symbols of representatives of a particular creative profession. The habits and peculiarities of life of the “creative human” are objectified in the verbal part of memes. This determines their key features: the dialogism, the accentualization of habitual features, the accentualization of non-standard abilities of the “creative human”, highlighted by the authors of the article. The article discusses the possible motivation for creating Internet memes by the “creative human”. The authors conclude that one of the main goals of creating memes is a comic effect. In addition, memes serve as a kind of markers of certain communities of creative people. On the one hand, this feature unites all Web users who can call themselves “creative humans”, on the other hand, it limits communities from users who are not members of the creative community. In other words, memes are an effective means of communication between creative people, preserving their right to self-expression and language play, as well as to create their own professional community on the Web.

**Keywords:** Internet communication, meme, the creative human, creolized text, creativity, Internet language.

Интернет-коммуникация – одна из наиболее продуктивно функционирующих современных коммуникативных систем. Интернет не только является одной из основных сфер вербального и невербального общения, но и служит площадкой для творчества. В результате возникает особое коммуникативное пространство [6–10], которое О. В. Лутовинова и Т. Н. Колокольцева называют новой речевой формацией [2].

В качестве философской основы творчества можно рассматривать концепцию «человека творящего» (*Homo faber*), созданную Ханной Арендт [1] и Максом Шелером. «Человек творящий» в данной концепции рассматривается как деятель, как субъект особого творческого действия, само же творческое действие понимается как преобразование реальности, результатом которого будет создание новых объектов действительности.

В философском понимании «человек творящий» оказывается субъектом, характеризующимся и характеризующим явления действительности через творческую деятельность и отношение к ее результатам и инструментам. Согласно данной концепции, в любой деятельности человека, направленной на результативное изменение окружающей действительности, присутствует творческое начало. Иными словами, всякое преобразующее реальность действие считается творчеством.

Одной из главных особенностей «человека творящего», по мнению исследователей, является его самопрезентация, то есть создание говорящим собственного образа в сознании собеседника [4]. Участник интернет-коммуникации не видит тех, с кем он общается, он участвует в коммуникации со всем сообществом, поэтому прибегает к таким типам самопрезентации, как «акциональная самопрезентация» (с помощью указания на род занятий, действие, совершаемое создателем мема, то есть участником коммуникации: «Спрошу как художник художника: «Вы рисовать умеете?»», «Рисовал, не получилось... я так вижу», «Я – гений, но так считает только мама»), «качественная самопрезентация» (с помощью эгореференциальных высказываний: «Я сдал просмотр – я овощ», «Я творческий – сплю в транспорте», «Я так вижу»).

Творческое начало участников общения в Интернете воплощается и в создаваемых информационных продуктах. Нередко текстовая и иконическая составляющие объединяются. Так создаются

креолизованные тексты. В исследовательских работах термин «креолизованный текст» как родовое понятие коррелирует с квазисинонимичными терминами: демотиватор, мем.

В современном понимании мем в интернет-коммуникации представляет собой единство иконического знака и надписи. Первое определение мема как своего рода информационного вируса было дано Ричардом Докинзом в работе «Эгоистичный ген». Постоянная репликация мемов в речи интернет-пользователей постепенно привела к тому, что узнаваемыми, тиражируемыми и, как следствие, вирусными стали не только весь мем как высказывание, точнее, комплекс вербальных и невербальных средств, но также его части (вербальная или иконическая).

Креолизованные тексты в силу своей сложной структуры представляют интерес для современных исследователей интернет-языка. О. В. Лутовинова использует термин «демотиватор» для обозначения небольшого произведения, особенно популярного среди интернет-пользователей, объединяющего в своем составе картинку, слоган к этой картинке и пояснение к слогану [5, с. 10].

Небольшие креолизованные тексты особенно активно распространяются, буквально тиражируются в социальных сетях, которые служат для общения и обмена различными материалами, а также объединения людей со схожими интересами.

В мемах, создаваемых творческими людьми, изображение, наряду с вербальной частью, несет смысловую нагрузку, часто являясь символом того или иного вида искусства (например, ключевое изображение в составе мемов сообщества «Типичная балерина» и «Типичный поэт»). Как правило, в иконической части мема используется узнаваемый образ. В вербальной составляющей основное место занимают элементы профессионального жаргона, термины и терминоиды из той или иной области искусства: «**Охра** – это не оранжевый», «Просмотр, спасибо, что прошел», «Зачем тебе молоток? – **Пальцы** (пуанты – прим. авт.) разбить» («Типичная балерина»).

Осознание принадлежности к профессиональному сообществу также проходит на уровне самоидентификации, самоосознания в общей массе пользователей. Пользователи, относящие себя к категории творческих людей, как показывают наши наблюдения, осуществляют самоидентификацию по следующим механизмам построения речи:

– **диалогичность**: вербальная составляющая мема принимает структуру диалога, один из участников которого – творческий человек, другой – обыватель или представитель другой творческой профессии:

– Ты художник? А нарисуй меня!

– Ты художник? А нарисуй мне что-нибудь!

– Ты балерина? А станцуй мне что-нибудь!

– Ой, а что ты там рисуешь? А можно я посмотрю?

– Отстань от меня, смертный!» (САС).

– **акцентуализация привычного**, включающая в себя эффект обманутого ожидания и выражение отношения «человека творящего» к своей деятельности:

«Сегодня лягу спать в десять/ минут третьего» (САС);

«Папка вместо зонта» (САС);

«А тебе идет быть выпавшимся» (САС);

«Люблю спать / на мольберте» (САС);

«Перед сном / 10 раз анализирую свою вариацию» (ТБ);

«С понедельника начинаю худеть / Ну ладно, со следующего» (ТБ);

«Легла на спину – на автомате натянула носки» (ТБ)

– **акцентуализация нестандартных способностей** творческого человека: вербальная часть мема содержит информацию об исключительных способностях, личностных или физических качествах творческого человека, которые кажутся странными для широкого круга пользователей:

В САС: «Дома не рисую», «Рисовал весь вечер / поржал, сжег», «Ждал вдохновения / Наелся. Заснул», «Рисуешь маслом / почесал голову», «Все мечтают жить в Нью-Йорке, иметь свой остров / а я мечтаю о мастерской», «Тяжко лысым парням покупать / лак для волос» (для фиксации рисунка углем) и т. д. «Друзья: «Ты так смешно ходишь» (ТБ).

Следует обратить внимание на то, что мемы как группа интернет-текстов, создаваемых для повседневного общения и оценки ситуаций, направлены на создание комического эффекта: так пользователь выражает свое отношение к определенному явлению или событию.

Для создания мема как инструмента общения и самовыражения используются разнообразные стилистические средства. В стилистических целях, как отмечают исследователи [2; 3], часто используется языковая игра. Языковую игру

можно наблюдать и в мемах как способе коммуникации творческих людей: «Нытьем работе не поможешь» (ТТ), «Натюрморт всегда падает маслом вниз» / «Работа как бутерброд – всегда падает маслом вниз» (САС), «Натура – дура, художник – молодец» (ТТ). В мемах подобного рода также можно выделить и случаи использования символично-иконической части для той же цели – создания комического эффекта: ср. мемы с Леонардо да Винчи, с прецедентным компонентом на основе обыгрывания модели «А ты + глагол...» (по аналогии с известным плакатом военного времени «А ты записался добровольцем?»):

«А ты рисовал на каникулах?», «А ты помыл кисточки?», «А ты подписался?» (на страницу «Типичного творческого «ВКонтакте» – прим. авт.), «А ты сделал запас белого?» и так далее.

Для достижения комического эффекта также допускается использование уже ставших популярными вербальных мемов (вирусных сообщений, популярных в Сети): «Сдавать просмотр вовремя – не, не слышал», «Сессия? Хватит это терпеть!», «Хочется спать? Хватит это терпеть!», «Творческий, спасибо, что живой!», «Идеи есть? А если найду?»

Таким образом, интернет-мемы в общении «людей творящих» выполняют следующие функции:

– маркирование по общности интересов, взглядов и языковых особенностей;

– маркирование противопоставления «человека творящего» обычным людям;

– создание комического эффекта.

Творческое начало участников общения в Интернете воплощается в создаваемых ими сообщениях, изображениях или текстах. Нередко иконическая и вербальная составляющие объединяются. Так создаются креолизованные тексты, среди которых в интернет-коммуникации особой популярностью пользуется мем. Основная цель любого мема – создание комического эффекта. Конструирование мемов дает участнику интернет-коммуникации возможность реализовать свои творческие потенциалы с помощью языковой игры. Также «человек творящий» с помощью генерирования мемов демонстрирует в интернет-коммуникации свое отношение к творчеству. Выражение личной позиции по отношению к творчеству в мемах сообществ социальной сети «ВКонтакте» «Типичный творческий», «Сова арт-студент» и «Типичная балерина» характеризуется диалогичностью (стремлением воспроизвести диалоги

«человека творящего» и обывателя), акцентуализацией привычного и актуализацией собственных нестандартных способностей. Иными словами, мем – это продукт деятельности «человека

творящего» в интернет-коммуникации, сочетающий в себе диалогичность и акцентуацию специфических черт творческой личности, и выполняющий функцию самопрезентации создателя мема.

### Литература

1. Арентд Х. Vita activa, или О деятельной жизни : пер. с англ. и нем. В.В. Бибихина / под ред. Д.М. Носова. СПб. : Алетейя, 2000. 437 с.
2. Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред.: Т.В. Колольцева, О.В. Лутовинова. 3-е изд., стер. М. : Флинта, 2016. 328 с.
3. Кронгауз М.А. Самоучитель Олбанского. М. : АСТ, 2013. 416 с.
4. Куралева Т.В. Самопрезентация как коммуникативная стратегия в английском диалоге // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии : сб. ст. по материалам I междунар. научно-практич. конф. № 7 (50). Новосибирск : СибАК, 2015.
5. Лутовинова О.В. Демотиватор как вид сетевого творчества // Вестник Волгоградского государственного университета. 2016. № 3. Т. 15. С. 28–35.
6. Лысенко Е.Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2017. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-kommunikatsii-molodezhi> (дата обращения: 25.04.2019).
7. Тихомирова М.С. Переключения кодов в Интернет-мемах как проявление лингвокреативности // Вестник Череповецкого государственного университета. 2017. № 5 (80). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pereklyucheniya-kodov-v-internet-memah-kak-proyavlenie-lingvokreativnosti> (дата обращения: 25.04.2019).
8. Часовский Н.В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации // Ученые записки ЗабГУ. Серия: Филология, история, востоковедение. 2015. № 2 (61). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-osobyi-zhanr-kommunikatsii> (дата обращения: 25.04.2019).
9. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как средство межкультурной коммуникации // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. № 6 (81). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-sredstvo-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 25.04.2019).
10. Щурина Ю.В. Классификация комических речевых жанров коммуникативного пространства Интернета // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2014. № 2 (87). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-komicheskikh-rechevyh-zhanrov-kommunikativnogo-prostranstva-interneta> (дата обращения: 25.04.2019).

### References

1. Arendt Kh. Vita activa, ili O deyatel'noi zhizni [Vita activa, or about active life]. Trans. from Eng. and Germ. By V.V. Bibikhin, ed. by D.M. Nosov, Saint Petersburg: Aleteiya, 2000, 437 p. (In Russ.).
2. Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya: koll. monografiya [Internet-communication as a new speech formation: collective monograph]. Scient. ed.: T.V. Kolokoltseva, O.V. Lutovinova, 3d ed., Moscow: Flinta, 2016, 328 p. (In Russ.).
3. Krongauz M.A. Samouchitel' Olbanskogo [Olbanian language tutorial]. Moscow: AST, 2013, 416 p. (In Russ.).
4. Kuraleva T.V. Samoprezentatsiya kak kommunikativnaya strategiya v angliiskom dialoge [Self-presentation as a communicative strategy in English dialogue]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kulturologii: sb. st. po mater. I mezhdunar. nauch.-prakt. konf.* = In the world of science and art: issues of philology, art history and cultural studies: collection of articles on the materials of the I International scientific-practical conf, no. 7 (50). Novosibirsk, SibAK, 2015. (In Russ.).
5. Lutovinova O.V. Demotivator kak vid setevogo tvorchestva [Demotivational poster as a type of online creative work]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* = Science Journal of Volgograd State University. Linguistics, 2016, no. 3, vol. 15, pp. 28–35. (In Russ.).
6. Lysenko E.N. Internet-memy v kommunikatsii molodezhi [Internet memes in youth communication]. *Vestnik SPbGU. Seriya 12. Sotsiologiya* = Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology, 2017, no. 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-kommunikatsii-molodezhi> (accessed 25.04.2019). (In Russ.).
7. Tikhomirova M.S. Pereklyucheniya kodov v Internet-memakh kak proyavlenie lingvokreativnosti [Code switches in Internet memes as linguistic creativity manifestation]. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta* = Cherepovets State University Bulletin, 2017, no. 5 (80). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/pereklyucheniya-kodov-v-internet-memah-kak-proyavlenie-lingvokreativnosti> (accessed 25.04.2019). (In Russ.).
8. Chasovskiy N.V. Internet-mem kak osobyi zhanr kommunikatsii [The Internet-meme as a special genre of communication]. *Uchenye zapiski ZabGU. Seriya: Filologiya, istoriya, vostokovedenie* = Scholarly Notes of Transbaikal State University. Series Philology, History, Oriental Studies, 2015, no. 2 (61). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-osobyi-zhanr-kommunikatsii> (accessed 25.04.2019). (In Russ.).

9. Shchurina Yu.V. Internet-memy kak sredstvo mezhkul'turnoi kommunikatsii [Internet-memes as the means of intercultural communication]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University, 2013. № 6 (81). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-sredstvo-mezhkulturnoy-kommunikatsii> (accessed 25.04.2019). (In Russ.).

10. Shchurina Yu.V. Klassifikatsiya komicheskikh rechevykh zhanrov kommunikativnogo prostranstva Interneta [Classification of comic speech genres of the communicative space of the Internet]. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* = Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University, 2014, no. 2 (87). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/klassifikatsiya-komicheskikh-rechevykh-zhanrov-kommunikativnogo-prostranstva-interneta> (accessed 25.04.2019). (In Russ.).

*Статья поступила в редакцию 7.05.2019 г.; принята к публикации 10.06.2019 г.  
Submitted 7.05.2019; revised 10.06.2019.*

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.  
All authors have read and approved the final manuscript.

---

**Для цитирования:**

*Карташова Е.П., Ахмедзянова А.Р.* Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего» // Вестник Марийского государственного университета. 2019. Т. 13. № 3. С. 426–430. DOI: 10.30914/2072-6783-2019-13-3-426-430

**Об авторах****Карташова Елена Павловна**

доктор филологических наук, профессор,  
Марийский государственный университет,  
*Elena.Karta77@mail.ru*

**Ахмедзянова Альмира Рашидовна**

аспирант, преподаватель, Марийский государствен-  
ный университет, *askiprema@yandex.ru*

**Citation for an article:**

*Kartashova E.P., Akhmedzianova A.R.* Internet meme as the basic type of creolized texts in self-presentation of the “creative human”. *Vestnik of the Mari State University*. 2019, vol. 13, no. 3, pp. 426–430. DOI: 10.30914/2072-6783-2019-13-3-426-430 (In Russ.).

**About the authors****Elena P. Kartashova**

Dr. Sci. (Philology), Professor, Mari State University,  
*Elena.Karta77@mail.ru*

**Almira R. Akhmedzianova**

Postgraduate student, Lecturer, Mari State University,  
*askiprema@yandex.ru*