

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
КАФЕДРА РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

**Кваліфікаційна робота  
магістра**

**на тему ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ  
ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ (НА МАТЕРІАЛІ  
ІСПАНСЬКОЇ МОВИ)**

Виконала: студентка 2 курсу,  
групи 8.0358-і  
спеціальності 035 Філологія  
спеціалізації 035.051 Романські мови  
та літератури (переклад включно),  
перша - іспанська  
освітньої програми Мова і література  
(іспанська)  
Дячкіна Анастасія Геннадіївна

Керівник к.ф.н., доц. Биба М. О.

Рецензент к.ф.н., доц. Телкова О. В.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет іноземної філології

Кафедра романської філології і перекладу

Освітній рівень магістр

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація 035.051 Романські мови та літератури (переклад включно),  
перша – іспанська

Освітня програма Мова і література (іспанська)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри**

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**  
**ДЯЧКІНІЙ АНАСТАСІЇ ГЕННАДІЇВНІ**

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проекту) «Лінгвокогнітивні та комунікативні характеристики інтернет-мемів (на матеріалі іспанської мови)»

Керівник кваліфікаційної роботи (проекту) Биба Марія Олексіївна, к.ф.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «22» квітня 2019 року № 597-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проекту) 04.01.2020

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проекту) теоретико-методологічні засади лінгвосеміотичного, семантико-концептуального, лінгвокогнітивного та комунікативного аналізів, інтернет-мем, словники лінгвістичних термінів, іспаномовні інтернет-джерела Cuánto cabrón, Cuánta razón, Memedroid, Memegenerator, Visto en las redes, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити: 1) дати визначення термінам «інтернет-дискурс», «мем» та «інтернет-мем»; 2) проаналізувати різні підходи до класифікації / типології інтернет-мемів; 3) встановити структурні характеристики іспаномовних інтернет-мемів; 4) виявити лінгвокогнітивні особливості мемів іспаномовного-інтернет-дискурсу; 5) описати прагматичні характеристики іспанських мемів у сучасному веб-просторі.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проекту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Биба М. О. к.ф.н., доц.	22.04.2019	22.04.2019
Розділ 1	Биба М. О. к.ф.н., доц.	14.05.2019	14.05.2019
Розділ 2	Биба М. О. к.ф.н., доц.	12.09.2019	12.09.2019
Висновки	Биба М. О. к.ф.н., доц.	10.10.2019	10.10.2019

6. Дата видачі завдання 22.04.2019

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Срок виконання етапів роботи (проекту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	квітень 2019	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2019	виконано
3.	Написання вступу	червень 2019	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	червень 2019	виконано
5.	Написання практичного розділу	вересень 2019	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2019	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	грудень 2019	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	січень 2020	виконано
9.	Захист	січень 2020	виконано

**Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)**

**Магістрант**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

А. Г. Дячкіна  
(ініціали та прізвище)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

М. О. Биба  
(ініціали та прізвище)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
(підпис)

М. О. Биба  
(ініціали та прізвище)

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 71 стор., 73 джерела.

**Об’єкт дослідження:** іспаномовні інтернет-меми та їх лінгвокогнітивні та комунікативні характеристики.

**Мета роботи:** виявлення основних характеристик інтернет-мемів як лінгвокогнітивного та комунікативного явища в сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі.

**Теоретико-методологічні засади:** роботи Ю. В. Щуріної, С.В. Канашиної, Н.А. Зинов’євої, Є. М. Лисенко, Є. О. Нежури, А.У. Качмазової, М.В. Часовського, Р.Р.Гузаєрової, Р. Докінза, С. Блекмор, В.М. Кастанєди та ін., а також наступні інтернет-ресурси: Cuánto cabrón, Cuánta razón, Memedroid, Memegenerator, Visto en las redes, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube

**Отримані результати:** Найрозповсюдженішою формою мемів у іспаномовній мережі є креолізовані меми, які здатні в стислому вигляді передати інформацію про текст-джерело або про цілу культурну / історичну подію, використовуючи вербальний і візуальний канали передачі (полімодальність), що робить їх різновидами прецедентних феноменів. Важливими властивостями інтернет-мемів є вірусність, здатність до реплікації, серійність, мімікрія, фантазійний характер, навмисне звуження фокус-групи та гумор. Серед основних лінгвістичних характеристик притаманних інтернет-мемам варто зазначити колоквалізацію, використання англіцизмів, еліпсис структур та детабуїзацію. Як засіб комунікації інтернет-меми активно використовуються у мережі виконуючи інформаційну, емоційну, фатичну, репрезентативну, трансляційну та інтеграційну функції.

**Ключові слова:** мем, інтернет-мем, інтернет-дискурс, інтернет-комунікація, полімодальність, прецедентний феномен, гумор.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ МЕМІВ У СУЧАСНОМУ ІСПАНОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ .....</b>	<b>6</b>
1.1. Мем як складова інтернет-дискурсу .....	6
1.2. Лінгвокультурні та прагматичні особливості мемів .....	11
1.3. Типологія інтернет-мемів .....	16
<b>РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ У СУЧАСНОМУ ІСПАНОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ .....</b>	<b>24</b>
2.1 Структурні характеристики інтернет-мемів у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі .....	24
2.2 Лінгвокогнітивні особливості інтернет-мемів у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі .....	36
2.3 Інтернет-мем у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі як комунікативне явище .....	50
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>60</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>64</b>

## ВСТУП

У сучасному світі процес обміну інформацією стає невід'ємною потребою повсякденного життя, а зростання розвитку цифрових технологій дозволяє нам говорити про нові можливості миттєвого обміну даними через всесвітню комп'ютерну мережу – Інтернет. У зв'язку з цим Інтернет-простір стає не тільки однією з основних сфер розвитку мови, а й одним з основних його джерел, що дає нам можливість говорити про виникнення такого поняття як «інтернет-дискурс».

Останнім часом серед різних форм передачі інформації найбільшу популярність в мережі набирає інтернет-мем. Детальним вивченням феномену інтернет-мема займалися такі вчені як Ю. В. Щуріна, С.В. Канашина, Є.Є. Голубкова, Т.В. Анікіна, Н. А. Зінов'єва, І. В. Горобцова, Н. Ю. Кисельова, Л. Ш. Мігранова, Є. І. Кромін, Ф. Хейліген, С. Блекмор, Л. Шифман, М. Тельвол, Х. Велес, Р. да-Кунья та ін.

Але попри популярність і масовість інтернет-мемів в інтернет-комунікації, наразі більшість наукових робіт присвячених вивченню інтернет-мемів мають відношення до суспільних та культурологічних наук. Саме тому **актуальність** роботи полягає в необхідності виявлення загального підходу до опису та характеристики інтернет-мема саме як лінгвокультурного феномену, спираючись на сучасний матеріал іспаномовного веб-простору.

**Об'єктом** дослідження є іспаномовні інтернет-меми.

**Предметом** дослідження є лінгвокогнітивні та комунікативні характеристики іспаномовних інтернет-мемів.

**Метою** дослідження є виявлення основних характеристик інтернет-мемів як лінгвокогнітивного та комунікативного явища в сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі.

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- 1) дати визначення термінам «інтернет-дискурс», «мем» та «інтернет-мем»;
- 2) проаналізувати різні підходи до класифікації / типології інтернет-мемів;
- 3) встановити структурні характеристики іспаномовних інтернет-мемів;
- 4) виявити лінгвокогнітивні особливості мемів іспаномовного-інтернет-дискурсу;
- 5) описати прагматичні характеристики іспанських мемів у сучасному веб-просторі.

**Методи дослідження.** У роботі були використані компонентний, описовий *методи, метод* інтерпретативного аналізу, лінгвосеміотичний аналіз мему як полікодового тексту, семантико-концептуальний, лінгвокультурний та лінгвокогнітивний аналіз.

**Матеріалом для дослідження** послуговували 42 інтернет-меми, відібрані на таких веб-просторах, як Cuánto cabrón, Cuánta razón, Memedroid, Memegenerator, Visto en las redes, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube та ін.

**Наукова новизна** полягає у спробі системного опису лінгвокогнітивних та комунікативних характеристик інтернет-мемів саме на матеріалі іспанської мови.

**Практична значущість** дослідження полягає у можливості використання його результатів під час проведення лекційних та практичних занять з дискурсології, лінгвокультурології, когнітивної лінгвістики, на практичних заняттях з іспанської мови.

**Апробацію результатів** здійснено на щорічній студентській конференції «Різдвяні читання» факультету іноземної філології Запорізького національного університету (Запоріжжя, 2018). Основний зміст роботи знайшов своє відображення у 1 публікації:

1. Дячкіна А. Типологія та характерні риси мемів у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі // Різдвяні студентські наукові читання: Vita in lingua: Матеріали XI Міжвишівської студентської науково-практичної конференції (Запоріжжя, 07 грудня 2018 р.) Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2019. С.99.

Логіка дослідження зумовила **структуру дипломної роботи**: вступ, 2 розділи, висновки, список використаних джерел із 73 найменувань. Загальний обсяг 71 сторінка.



# РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВИВЧЕННЯ МЕМІВ У СУЧАСНОМУ ІСПАНОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

## 1.1. Мем як складова інтернет-дискурсу

З розвитком суспільства зростає і природна потреба людства в спілкуванні. В останні роки масова комунікація зазнала помітних змін, важлива частина яких сталася з появою Інтернету і продовжує відбуватися завдяки його впливу на всі сфери людського життя. Використання Інтернету - це природний процес соціалізації, завдяки якому, з одного боку, досягається задоволення в пошуку інформації, а з іншого - самовираження користувачів [Muñoz Villar 2014, p.12].

Розвиток інформаційних технологій в ХХІ ст. дав могутній поштовх до формування інфосфери, головною ознакою якої є доступність інформації в будь-який час, в будь-якому місці земної кулі. Інтернет у сучасному світі став не тільки важливим транслятором інформації, але і комунікативним простором.

Відповідно виникають і нові способи комунікації, що значно відрізняються від традиційних, результатом чого є перетворення мережі Інтернет з величезного сховища даних на потужний засіб спілкування, що нівелює часові, просторові, гендерні, соціальні та інші обмеження і стає невід'ємною частиною еволюції цивілізації, проникаючи в усі сфери нашого життя. На даному етапі можна говорити про нове для лінгвістики поняття – Інтернет-дискурс [Вжещ 2012, с. 15].

В сучасній лінгвістиці Інтернет-дискурс трактується по-різному:

- як частина мовної діяльності людини, що здійснюється в особливих умовах [Рязанцева 2007, с. 203].

- як сукупність мережеских продуктів, створених та існуючих в віртуально-реальних умовах, в рамках лінгвістичного і паралінгвістического контексту, що сприймаються адресатом з урахуванням реалізуємої комунікативної і когнітивної діяльності [Горина 2014, с. 65].

- як підвид віртуального дискурсу, певний когнітивно-комунікативний простір, що складається з різноманітних жанрових форм онлайн і оффлайн комунікацій [Патрушева 2013, с. 128].

- як складна текстова система, зумовлена екстралінгвістичними соціокультурними факторами і специфічною ситуацією вступу в мовленнєвий контакт за допомогою комп'ютера та інших електронних приладів як користувачів один з одним в мережі Інтернет, так і користувачів з дискурсивним Інтернет-простором [Распопина, 2012, с. 3].

Найбільш доречним для нашої праці є розуміння "інтернет-дискурсу" як окремої нової форми мови, що виникає в результаті віртуальної взаємодії людей і володіє своїм комунікативним кодом, який реалізується в спеціальних графічних, лексичних і стилістичних засобах [Букина 2016, с. 126].

Специфічним для інтернет-дискурсу засобом комунікації і обміну інформацією, популярність і частотність використання якого зростає в останні роки, можна вважати так звані інтернет-меми.

Термін мем утворений від давньогрецького кореня, що означає «подібність» за аналогією зі словом ген (англ. Meme і gene) [Канашина 2017а, с.106]. Взагалі мем (англ. Meme) - це ідея, образ, об'єкт культури (частіше нематеріальної), який переймається багатьма членами співтовариства [Щурина 2012, с. 162].

Поняття "мем" бере свій початок в теорії культурної еволюції Річарда Докінза, де вчений наголошує на здатності мема до реплікації:

*«Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by*

*leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation” [Milner 2012, p. 206].*

Інакше кажучи, меми – це одиниці культурної інформації, що передаються від однієї особи до іншої за допомогою культурного наслідування та присвоєння. За Докінзом прикладами таких одиниць можуть виступати «мелодії, ідеї, модні словечки і вирази, способи варіння юшки або спорудження арок» [Качмазова 2016, с. 189].

З часу створення концепції мема Докінза не було досягнуто жодного консенсусу згідно її визначення або феномена як такого, оскільки це динамічна концепція, яка варіюється від культури до культури, маючи деякі суміжності щодо основних характеристик, з яких вона складається. У цьому сенсі приймається той факт, що меми є одиницями передачі культури [Докінз 1993]; характерними одиницями і такими, що запам'ятовуються [Dennet 1995]; спостережуваними культурними феноменами [Gatherer 1998] і імітаційними одиницями [Blackmore 1999].

У широкому сенсі меми розглядаються як механізми передачі і зберігання культурної інформації [Щурина 2012, с. 162].

Головним середовищем функціонування і поширення мемів, а також важливим джерелом їх виникнення, є Інтернет-середовище, що дозволяє нам говорити про появу нового поняття - інтернет-мема. Ставши важливою і самобутньою частиною інтернет-культури, інтернет-меми звернули на себе увагу дослідників, які зробили спробу осмислити цей феномен.

Велика кількість вчених визначають інтернет-мем як одиницю інформації, яка циркулює в інтернеті [Borzei 2013, p.3], [Danung, Attaway, 2008].

У той же час більшість дослідників підкреслює комунікативний потенціал інтернет-мема і його залученість в процес комп'ютерно-опосередкованого спілкування, отже, інтернет-мем часто визначається як засіб комунікації [Мигранова, Кромин 2015, с. 240-241].

Акцентуючи увагу на культурній специфіці інтернет-мемів, Н. Г. Марченко пропонує розуміти їх як «сховище культурних кодів мережевої спільноти» тому, що вони наповнені значеннями, вагомими для носіїв певної культури [Марченко, 2013, с. 113].

У лінгвістиці під інтернет-мемом розуміється особливий вид дискурсу в інтернет-комунікації. Дослідники визначають його як мовний жанр [Горобцова, Кисельова 2014, с. 141], вказуючи на ряд дискурсивних ознак, притаманних інтернет-мему.

У широкому розумінні, до інтернет-мемів можна віднести будь-яку одиницю культурної інфомації, що передається від людини до людини в інтернет-середовищі, наприклад, жарти, відео і т.д.

У нашому дослідженні ми беремо за основу визначення С.В. Канашиної [Канашина 20176, с. 85] і Ю.В. Щуріної [Щурина 2010, с. 84] і розуміємо інтернет-мем як комплексний феномен інтернет-комунікації, що представляє собою цілісну, завершену одиницю інформації, з текстом і картинкою в квадратній рамці, який отримав популярність - як правило, спонтанно - в середовищі, що обслуговується інформаційними технологіями, і здатний в стислому вигляді «передати інформацію про текст-джерело або про цілу культурну / історичну подію» використовуючи вербальний і візуальний канали передачі.

Запропоноване визначення здається нам найбільш відповідним, оскільки воно охоплює всі важливі характеристики такого феномена як інтернет-мем.

По-перше, в даному визначенні підкреслюється включеність інтернет-мема у комунікативні процеси в рамках інтернет-простору, адже саме Світова павутина є не тільки сферою вживання, але і середовищем виникнення і платформою для тиражування інтернет-мемів.

Функціонування інтернет-мема в рамках інтернет-комунікації дозволяє вважати його інформаційним явищем, залученим в ряд інтернет-процесів, властивих інтернету в цілому (наприклад, анонімність інформації,

порушення мовного етикету і т.д.). Дані процеси неминуче проектуються на інтернет-мем, впливаючи на його природу.

По-друге, дане визначення дозволяє типізувати форму інтернет-мема тобто пропонує певний шаблон. Інтернет-мем прийнято вважати одиницею інформації, що поєднує текстовий (напис) і графічний (картинка, фотографія, малюнок) складові в квадратній рамці. Саме така форма дозволяє класифікувати одиницю як інтернет-мем [Канашина 2018а, с.125].

По-третє, запропоноване визначення підкреслює що, будучи «різновидом прецедентних феноменів, інтернет-меми містять в собі соціокультурну інформацію і несуть в собі певну конотацію, алюзію, спрямовану на те, щоб допомогти адресату ідентифікувати той самий« прецедентний феномен» [Щурина 2012, с. 163].

При більш вузькому лінгвістичному розумінні інтернет-мема він може розглядатися як полімодальний або креолізований текст, тобто текст, в якому використовується кілька каналів передачі інформації (вербальний і візуальний).

Важливо також відмітити властивості які відрізняють інтернет мем від просто мему. Згідно думки зарубіжних вчених інтернет-меми розповсюджуються не завдяки інференції, а шляхом прямого цифрового копіювання. Як зазначав Річард Докінз:

*“The very idea of the meme has itself mutated and evolved in a new direction: an Internet meme is a hijacking of the original idea. Instead of mutating by random chance before spreading by form of Darwinian selection, Internet memes are altered deliberately by human creativity. In the hijacked version, mutations are designed, not random, with full knowledge of the person doing the mutating”* [Dawkins 2013].

Згідно думки Докінза замість того, щоб випадково мутувати, інтернет-меми свідомо змінюються людьми. [Dawkins 2013].

## 1.2. Лінгвокультурні та прагматичні особливості мемів

Являючись унікальним явищем дискурсу Мережі, інтернет-мему притаманні певні характеристики, що виділяють його з ряду суміжних понять. Подібні визначення особливостей інтернет-мемів надаються в роботах С.В.Канашиної, Ю.В.Щуриної, М.В. Часовського, Р.Р.Гузаєрової.

У нашому дослідженні за основу взято класифікації ознак запропоновані С.В.Канашиною і представлені в роботах «Що таке інтенет-мем» [Канашина 2017б], «Текстові категорії модальності та темпоральності в інтернет-мемі як зразок сучасного креолізованного тексту» [Канашина 2016] і «Інтернет-мем як сучасний медіа -діскурс» [Канашина 2018а], а також характеристики представлені Ю.В.Щуриною в роботах «Інтернет-меми як феномен інтернет-комунікації» [Щурина 2012] та «Прецедентні елементи в структурі малих мовних жанрів комічного» [Щурина 2006].

Спираючись на вищезазначені роботи до основних особливостей інтернет-мема можна віднести вірусність, здатність до реплікації, серійність, культурну конотацію, емоційність, мінімалізм форми, полімодальність, актуальність, анонімність, стилістично знижений характер, гумористичну спрямованість, навмисне звуження фокус-групи, фантазійний характер, медійність, мімікрію і модальність.

### 1) Вірусність

Під вірусністю інтернет-мема розуміється його здатність миттєво поширюватися в просторі інтернету і тиражуватися великою кількістю копій серед інтернет-користувачів [Канашина 2017б, с. 86].

### 2) Здатність до реплікації

Цю характерну рису інтернет-мема С. В. Канашина визначає як його властивість відтворюватися і розмножуватися в інтернеті [Канашина 2017б, с. 86]. Саме ця властивість дозволяє інтернет-мемам утворювати нескінченну

постійно оновлювану систему одиниць, в якій щодня з'являються нові компоненти в результаті копіювання.

### 3) Серійність

Під серійністю інтернет-мема можна розглядати його здатність утворювати серії, тобто ряди «родинних», схожих одиниць, які об'єднані спільною тематикою, ідеєю і схожі за оформленням. Не дивлячись на те, що не всі мему утворюють серії, серійність - одна з основних ознак інтернет-мема, оскільки відображає такі важливі якості, як повторюваність і масовість [Канашина 2017б, с. 86-87].

### 4) Культурна конотація

Згідно Ю.В. Щуріної, інтернет-меми зберігають в собі інформацію про той текст, інформаційний ресурс, культурний феномен або історичну подію, які послугували джерелом для появи мема, що робить їх різновидом прецедентних феноменів. Отже, мем володіє культурною конотацією, яка дозволяє адресату ідентифікувати прецедентний феномен. Ефективність комунікації в цьому випадку прямо залежить від уміння інтернет-користувача зрозуміти приховані культурні конотації мема і відновити ті асоціативні зв'язки, які забезпечують комічний ефект [Щурина 2006, с. 81–82].

### 5) Емоційність

Емоційність інтернет-мема - це його властивість передавати певні емоції і апелювати, тобто закликати, до них. Емоційність є одним з основних ознак інтернет-мема, адже часто користувачі Мережі обмінюються інтернет-мемами з метою поділитися певною емоцією. Варто відзначити, що найчастіше емоційність інтернет-мемів компенсує їх змістовну бідність [Канашина 2018а, с. 162].

### 6) Мінімалізм форми

Згідно думки С. В. Канашиної, інтернет-мем являє собою мінімалістичний за формою, але в той же час самодостатній знак, і саме мінімалізм форми інтернет-мема полегшує процес його тиражування в

інтернеті, а також спрощує розуміння, декодування сенсу мема середньостатистичним інтернет-користувачем [Канашина 2017б, с. 87].

#### 7) Актуальність

Однією з типових характеристик інтернет-мема є його зв'язок з конкретним соціальним і культурним контекстом. Багато інтернет-мемів з'являється як реакція на певні події, а втрата інтересу публіки до певної події, тобто втрата актуальності, означають відсутність стимулу для створення інтернет-мемів, присвячених цій події [Канашина 2017б, с. 87].

#### 8) Анонімність

Злободенність інтернет-мемів пояснюється тим, що вони виступають як платформа для вільного, анонімного вираження думки, народної творчості інтернет користувачів, мережевого фольклору. Таким чином, інтернет-мем стає простором, де анонімність гарантує свободу для відкритого вираження своєї думки без мовних, політкоректних рамок. Але анонімність інтернет-мемів призводить не тільки до демократизації інтернет-дискурсу, а й до радикалізації, вираженню нетолерантного ставлення і дискримінації, тому що анонімність означає відсутність відповідальності автора [Канашина 2018а, с. 127].

#### 8) Стилiстично знижений характер

Однією з ключових характеристик властивих інтернет-мемам є коллокваляція і детабуїзація. Коллокваляція проявляється в рясному використанні розмовної, сленгової, жаргонізованої лексики в інтернет-мемах. При цьому синтаксичні конструкції в мемах також будуються на зразок усного мовлення і відображають процес, який отримав назву «усно-письмова мова в інтернеті» [Лутовинова 2008, с. 63-64]. Для синтаксису в інтернет-мемах характерні еліпсис і компресія, порушення звичного порядку слів. Під детабуїзацією розуміється відсутність цензури і згадування тем-табу (релігія, політичні погляди, расові упередження та ін.) [Канашина 2018а, с. 127].

#### 9) Гумор



Гумористична спрямованість пояснюється функціональною приналежністю інтернет-мема до жанру зрозумілого і доступного мережевого гумору. Для гумористичного ефекту в мемах використовуються різноманітні стилістичні засоби (метафори, порівняння, епітети і т.д.). Також активно застосовуються графічні засоби (кумедна картинка, кадри з відомих фільмів, програма “PhotoShop” і т.д.). Являючись одним з ключових аспектів інтернет-мема, часто гумор заснований на ефекті непередбачуваності, несподіваності.

Також, С. В. Канашина зазначає, що зустрічаються інтернет-меми без гумористичного компонента, що апелюють до таких емоцій, як смуток, туга, ностальгія і т.д. Дана особливість інтернет-мема відображає складність, комплексність і неоднозначність його природи [Канашина 2017б, с. 87-88].

#### 10) Навмисне звуження фокус-групи

Важливою характеристикою інтернет-мема є навмисне звуження фокус-групи, на яку він орієнтований і яка може його зрозуміти, оцінити. Це пов'язано з тим, що комічний ефект розрахований на певну аудиторію: це може бути група користувачів певного ресурсу, група людей, об'єднаних рамками професії або соціальними рамками тощо. Однак завдяки відкритості інтернет-простору мем нерідко стає відомим широкій аудиторії, долаючи задані обмеження [Щурина 2012, с.163].

#### 11) Фантазійний характер

Як зазначає Н. А. Зінов'єва, інтернет-меми відносяться до особливого типу знаків - симулякрів, тобто знаків, симулюють реальність [Зінов'єва, 2013 с. 135]. В основі багатьох інтернет-мемів лежить гротеск, тобто навмисне використання фантастичних, химерних мотивів, яке простежується або в графічному компоненті (наприклад, використання в мемі зображення, зміненого в програмі “Photoshop”), або в вербальному компоненті (наприклад, використання супровідної написи з алогізмом, абсурдом, навмисним аграмматизмом і т.д.).

#### 12) Медійність

Під медійністю інтернет-мема розглядається його залученість до системи засобів масової комунікації, а саме інтернету, який виступає як середовище, в якому інтернет-меми виникають, і як канал, через який вони тиражуються. Інтернет-меми є типовим інтернет-продуктом і відображають такі особливості інтернет-контенту, як візуалізація, анонімність, стирання кордонів між інтернет-користувачами, детабуїзація [Канашина 2018а, с. 128].

### 13) Мімікрія

Інтернет-мем виник з кількох жанрів і увібрав у себе їх основні риси (наприклад, мем володіє яскравістю і виразністю таких візуалізованих жанрів, як плакат або постер; актуальність інтернет-мема ріднить його з карикатурою, якій властива злободенність і т.д.) . Отже, мімікрія стосовно інтернет-мемів означає наслідування або імітацію інтернет-мемами різних жанрів, наприклад, стилізація інтернет-мемів як карикатури, плаката, коміксу, листівки, кулінарного рецепта і т.д. [Канашина 2017б, с. 88].

### 14) Полімодальність

Згідно з визначенням О.С. Ахмановой, модальність - це «понятійна категорія зі значенням відношення мовця до змісту висловлювання і відносини змісту висловлювання до дійсності, що виражається різними лексичними і граматичними засобами» [Ахманова 1966, с. 229].

Дана категорія в інтернет-мемах реалізується складним шляхом: за рахунок їх креолізованого характеру, з одного боку, і прагматичної установки - з іншого. Вона одночасно впливає як на об'єктивну так і на суб'єктивну оцінку тексту, дозволяє глибше розкрити особливості текстової організації і внутрішньотекстових зв'язків інтернет-мемів.

Полімодальність інтернет-мема полягає в його властивості передавати інформацію за допомогою декількох каналів, а саме вербального (текст) і графічного або візуального (шрифт, колір, малюнок, вираз обличчя на зображенні і т.д.) і обумовлена полімодальністю інтернет-комунікації в цілому. На думку дослідників, передача інформації текстовими і графічними засобами збагачує образний потенціал мема, робить його більш виразним,

барвистим, отже, підвищує шанси знайти емоційний відгук у інтернет-користувача і викликати бажання поділитися даними мемом, що в свою чергу призводить до його тиражування [Канашина 2018б, с. 75].

При сприйнятті інтернет-мемів задіяні різні когнітивні механізми (інференція, когнітивний дисонанс, фокусування / дефокусування), вивчення яких становить інтерес для когнітивної лінгвістики [Канашина 2018б, с. 75].

### 1.3. Типологія інтернет-мемів

З огляду на велику поширеність інтернет-мемів, на даний момент не існує єдиної класифікації даних феноменів, але відмінність і варіативність підходів до їх розмежування, дає можливість говорити про декілька способів типізації, спираючись на різні умови.

Наприклад, за критерієм приналежності інтернет-мема до того чи іншого автора виділяють авторські та анонімні мему [Белкина, Куценко 2014, с. 78].

Кажучи про ступінь універсальності мема, інтернет-мему можна поділити на, власне, універсальні і сепаратні.

Під універсальними інтернет-мемами розуміються ті інтернет-мему, які в своїй основі містять загальнокультурні і загальнолюдські конотації і доступні для дешифрування носію будь-якої мови і культури і представнику будь-якої вікової та соціальної групи. Прикладом таких інтернет-мемів можуть послужити інтернет-мему, першоджерелами яких є емоції.

Сепаратні інтернет-мему умовно діляться на вузькоцільові і ситуативні. До вузькоцільових мемів відносяться мему, орієнтовані на певні фокус-групи, тобто на певну аудиторію, здатну зрозуміти і оцінити даний мем. До таких фокус-груп, згідно Ю. В. Щуріної, відносяться професійні об'єднання (мему для філологів, лінгвістів, юристів), соціальні групи (мему про

студентів), групи за інтересами (меми для любителів аніме) і т.п. [Щурина 2012, с.163].

До ситуативних мемів можна віднести меми, що з'явилися в якості відгуку на якусь культурно-історичну подію, яка не отримала світового резонансу і відома, відповідно, тільки певному колу людей, жителям одного регіону і т.п. [Саидова 2017, с. 176].

Відповідно до критерію походження меми розподіляються за джерелом. Першоджерела мемів різноманітні: інтернет-спільноти (блоги, форуми, групи в соціальних мережах тощо.), Гаряча новина в ЗМІ, предмет мистецтва, фільм, пісня, анекдот, художній текст, комп'ютерна гра, фраза окремого користувача або відомої медійної особистості і т.д. [Белкина, Куценко 2014, с. 78].

Оскільки інтернет-мем являє собою сучасний вид полікодових текстів, в яких інформація передається вербальним і невербальним каналами, зв'язок між вербальним і невербальним компонентами може бути різним за ступенем автономності кожного компонента.

Спостерігаються інтернет-меми як з частковою креолізацією (з певною автономністю графічного і вербального компонентів), при якій виявляються відносини доповнення між компонентами. Прикладом таких мемів можуть слугувати одиниці, що утворюють серії, в яких візуальний компонент залишається тим же, а вербальний компонент може змінюватися.

Зустрічаються також меми з повною креолізацією, в яких утворюється тісний змістовний зв'язок між графічним і вербальним компонентом, без одного з компонентів сенс «розсипається», а прагматичний ефект не досягається [Канашина 2017а, с. 108].

Інтернет мем може виконувати функції інформування, інтеграції, репрезентації, трансляції, а також емоційну і фатичну (функцію встановлення контакту) [Лысенко 2017, с. 410].

Під функцією інформування розуміється здатність мема вимагати досвіду та знань для його розуміння і в той же час давати цю інформацію своїм «читачам» [Лысенко 2017, с. 416].

Суть функції інтеграції полягає в тому, що інтернет-мем допомагає окремим користувачам ділитися думками, емоціями і підтримувати зв'язок з деякою групою або спільнотою. Розуміючи і передаючи меми, користувач встановлює свою ідентичність, асоціює себе з спільнотою «присвячених». Крім того, користувач може не брати участь в житті Інтернет спільноти, однак, споживаючи Інтернет-меми, які в ньому циркулюють, він вже стає його частиною [Зиновьева 2015, с.196].

Репрезентативна функція відповідає за здатність мема відобразити характеристики і властивості будь-якої ідеї, яка іноді може висловлювати позицію окремої людини або цілої групи. Меми є актуальною і оперативною реакцією на ситуацію і породжують дискусію або хвилю нових мемів. У разі, якщо меми точно описують ситуацію, що склалася і прийнятні для картини світу, яку поділяє спільнота, то вони інтегруються в неї. Таким чином, обмін мемами впливає на формування і доповнення соціальної та індивідуальної картини світу [Зиновьева 2015, с.196].

Функція трансляції полягає у здатності інтернет-мема переконувати і впливати на думки мас. Меми впливають на сприйняття і поведінку на індивідуальному і на рівні суспільства. Створюючи і передаючи меми, користувач реконструює і транслює в інтернет-спільноту своє світобачення, зміцнюючи відповідні позиції у інших користувачів. Якщо його переживання знаходять відгук, то мем продовжує передаватися [Зиновьева 2015, с.196].

Здатність мему апелювати до певних емоцій та спонукання на використання для того, щоб посміятися, отримати позитивні емоції і поділитися ними з іншими характеризує емоційну функцію інтернет-мемів.

Що стосується фатичної функції, мається на увазі здатність знака бути засобом встановлення і підтримання психологічного контакту з співрозмовником [Лысенко 2017, с. 418].

Іспаномовні дослідники, як Castañeda W. M. Пропонують враховувати взаємозв'язок як текстової так і знакової складових інтернет-мема, як механізму ефективного повідомлення. Вчений виділяє дві категорії Інтернет-мемів: так звані «Rage faces» і мему з фотографією. Перші містять у собі поширені мему «FUUU», «Forever alone» або «Poker face», в той час як другі складаються з добре впізнаваного зображення знаменитості, сцени з фільму і тд. Було встановлено, що культурні асоціації гарантують ефективність мема незалежно від складнощів в його композиції [Castañeda 2015, p. 21-22].

Ще одним поширеним методом є типізація інтернет-мемів, де за основу береться їх суть і мета. Таким чином виділяються мему, в яких представлені: самореклама, випадкова слава, міські чутки або містифікації, маркетинг і реклама, редаговані зображення, посилання на поп-культуру.

#### 1) Самореклама

Як впливає з назви, відповідає мемам, які виникають як засіб для передачі ідеї або почуття, сподіваючись, що вона стане вірусною і популярною сферою. Ютуб блогери також потрапляють в цю категорію, так як їх контент (відео) створений для цієї мети.

#### 2) Випадкова слава

На відміну від самореклами, цей тип мемів зазвичай створюється третіми особами з метою відзначити або висміяти щось або когось, хто зробив щось смішне. Це може бути дуже представницьке зображення емоції або стереотипу, поширеного в мережі. У більшості випадків такі інтернет-мему створюються без згоди головних героїв, оскільки їх популяризація є не головною метою, а наслідком прийому громадськості. Цей випадок більш поширений, ніж самореклама, тому що все відбувається природньо.

#### 3) Міські чутки або містифікації

До цієї категорії відносяться мему, породжені чутками, помилковими або правдивими новинами, міськими легендами, які зазвичай використовуються для особистої розваги, а не для повідомлення чогось важливого суспільству.

#### 4) Маркетинг і реклама

Це найменш поширена форма мема яка існує для безкоштовної реклами зі сподіванням, що контент стане вірусним. Багато компаній використовують цю форму зв'язку через її низьку вартість і здатність подарувати несподіваний розмах для такого рівня витрат.

#### 5) Редаговані зображення

Ці типи мемів є найбільш поширеними, що генеруються шляхом редагування існуючих зображень в Інтернеті з метою спілкування або висміювання чогось конкретного. Цей тип мемів також створюється як реакція на події, що відбулися або на інші створені раніше меми. Крім того, одне зображення може бути змінено кілька разів для досягнення певної мети.

#### 6) Посилання на поп-культуру

Це меми, які відносяться до певної події на національному або міжнародному рівні, про який варто згадати, змінюючи контент (редагуючи зображення) або просто посилаючись на факт події за допомогою зображень, вже популярних в мережі. Вони поширюються за допомогою хештегів, які представляють собою популярну фразу, стаючи популярною культурою через "Twitter", "Facebook" та інші соціальні мережі [Muñoz Villar, p.22-28].

Що стосується вітчизняних досліджень, найбільшу поширеність придбав підхід класифікації інтернет-мемів виходячи з їх носіїв. Даного методу дотримуються такі дослідники як Ю.В.Щурина, Е.О. Нежура, А.У. Качмазова і ін.

Грунтуючись на критерії носія, вчені виділяють текстові меми (слово або фраза), меми-картинки, відеомеми, гіфи і креолізованні меми, що складаються з текстової та візуальної частини [Щурина 2012, с.164].

1) Текстові меми являють собою слово, словосполучення чи фразу. Сюди ж можна віднести своєрідні клішовані звороти, що починають або завершують висловлювання. Джерелами появи подібних мемів нерідко стають висловлювання «рядових» користувачів.

Текстові мему використовуються як в різних видах інтернет-спілкування (на форумах, в блогах, в чатах і т.п.), так і в якості текстового компонента різних жанрів, таких як інтернет-комікси.

2) Мему-картинки існують в трьох основних різновидах: по-перше, знайоме зображення; по-друге, виконана в графічному редакторі «Photoshop» картинка, оброблена фотографія, яка отримала сленгове назва фотожаба; по-третє - узагальнений образ, що втілює уявлення про персонажа. У другому випадку має значення не тільки візуальна складова, а й сюжет [Щурина 2012, с.165].

3) Відеомему (або медіамему) - комічні відеосюжети, які розміщуються на особистих сторінках користувачів соціальних мереж, передаються один одному по електронній пошті і т.п. Специфіка їх використання полягає в можливості неодноразового відтворення, повторного перегляду, в тому числі колективного. Їх популярність оцінюється кількістю переглядів.

Показово, що деякі відеомему задумуються і знімаються як пародії, а інші, навпаки, стають джерелом комізму несподівано для героя відеозапису. Впізнаваність медіамема служить основою для його подальшого використання, при цьому текстова частина відеомема може піддаватися лексичним і граматичним трансформаціям.

Ю.В. Щурина зазначає, що можливість досягнення необхідного комунікативного ефекту (впізнавання і досягнення комізму) при такому «вторинному» використанні мемів в значній мірі залежить від збігу елементів перцепційної бази автора і адресата, в іншому випадку ідентифікації мему може не відбутися [Щурина 2012, с. 166].

4) Гіфи (гифки) становлять собою анімовані картинки, короткі невербальні замальовки, що фіксують, як правило, якусь емоційну реакцію (від жаху до захоплення; вельми популярні гіфи, буквально демонструють фейспалм (сором)) - і тому найчастіше використовуються в коментарях. Джерела гіфів відображають культурний кругозір користувачів які їх



створюють: замальовки з життя, спортивні події, ситуації з тваринами, події з життя відомих особистостей [Щурина 2014б, с. 87].

5) Креолізований мем - різновид креолізованих текстів, «фактура яких складається з двох негомогенних частин (вербальної мовної (мовленнєвої) і невербальної (що належить до інших знакових систем, ніж природна мова))» [Сорокин, Тарасов 1990, с.180-181].

Основними компонентами креолізованого тексту є вербальна частина (напис / підпис) та іконічна частина (малюнок, фотографія, таблиця). У різних типах текстів вони зустрічаються в різних комбінаціях [Мишина 2007, с. 3].

Креолізованого мему, в свою чергу, класифікуються за змістом і структурою на такі підвиди: мотиватори, демотиватори, едвайс, стріп-комікси та фейси [Качмазова 2016, с. 110].

1) Мотиваторами, від англ. *motivation* - мотивація - називали жанр пропагандистських плакатів, хоча у них не було образотворчого стандарту (канону). Першими з'явилися мотиватори. Стандартно вони виглядають як картинки або фотографії у світлій, найчастіше в блакитній, рамці.

Під картинкою, на блакитному тлі, написаний будь-яке мотивуюче (надихаюче, спонукаюче) гасло і його пояснення. Наприклад, більшість релігійних гасел, гасел проти куріння, алкоголю або абортів роблять саме в вигляді мотиваторів. Мотиватор має філософський підхід і смислове навантаження, призначене для наочної агітації [Качмазова 2016, с. 110].

2) Демотиватор - жанр банера (Інтернет-плакату), виконаний за певним каноном - зображення в товстій чорній рамці з коротким текстом в нижній частині рамки, який з'явився як пародія і антипод мотиватора. Зміст демотиватора зазвичай антиреклама, сатира, гумор. В оформленні демотиватор практично нічим не відрізняється від мотиватора, за винятком рамки чорного кольору. За змістом демотиватор відрізняється безвихіддю і безнадією, має негативний зміст або містить чорний гумор [Качмазова 2016, с. 110].

3) Едвайсом (англ. Advice «консультація, порада») називають мем-картинку з написом. Невербальна частина характеризується наявністю обов'язкового персонажа з певним мімічним виразом на яскравому тлі. Вербальна частина представлена двома написами - верхнім і нижнім, в яких полягає основний задум едвайса [Щурина 2014а, с.151].

4) Стрип-коміксами (англ. Comics «комічний, смішний; strip« стрічка ») називають серію малюнків з короткими текстами, що утворюють зв'язне оповідання, стрічка з 3-6 кадрів, вишикуваних в ряд (горизонтально, вертикально або квадратом) [Щурина 2012, с. 69].

5) Фейси - це карикатурні зображення осіб, які використовуються в коміксах і інтернет-мемах [Качмазова 2016, с. 110].

Що стосується нашого дослідження, для подальшого аналізу нами було обрано типології Ю.В.Щуріної, К. Муньос Велар та Є.Н.Лисенко.

## РОЗДІЛ 2 ЛІНГВОКОГНІТИВНІ ТА КОМУНІКАТИВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ У СУЧАСНОМУ ІСПАНОМОВНОМУ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСІ

### 2.1 Структурні характеристики інтернет-мемів у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі

Як вже було згадано раніше, у мережі інтернет-меми можуть з'являтися у формі тексту, картинок, відео чи гіфів [Щурина 2012, с. 164] і мати свою характерну структуру відповідну формі. Варто також зазначити те, що такі меми можуть використовуватись як самостійно, так і ставати частиною креалізованого мему.

Таким чином, говорячи про текстові меми ми маємо на увазі слово, словосполучення чи фразу, що зазвичай є випадковим висловлюванням та стає відомим завдяки користувачам Інтернету, які розповсюджують його у соціальних мережах [Щурина 2012, с. 162].

Одним з найвідоміших текстових мемів у іспаномовному веб-просторі є вираз "*Claro que sí, ¡campeón!*", що належить галісійському журналісту Мануелю Торреїглесіасу. Ця фраза, як правило, сприймається саркастично та іронічно, з відтінком поблажливості.

Варто згадати, що найчастіше в іспаномовному інтернет-просторі даний мем функціонує як частина зображення з відомим персонажем, та розташовується у верхній чи нижній частині картинки. Найрозповсюдженішими героями даних мемів є сам Мануель Торреїглесіас (Рисунок 2.5), Ісус Христос (Рисунок 2.1), Том Круз (Рисунок 2.4), Леонардо Дікапріо (Рисунок 2.3) та Чак Норіс (Рисунок 2.2). Сам напис може складатись тільки з однієї частини "*Claro que sí*" (Рисунок 2.1),

доповнюватись продовженням “*Lo que tú digas*” (Рисунок 2.3), або залишатись без змін (Рисунки 2.2, 2.4, 2.5).

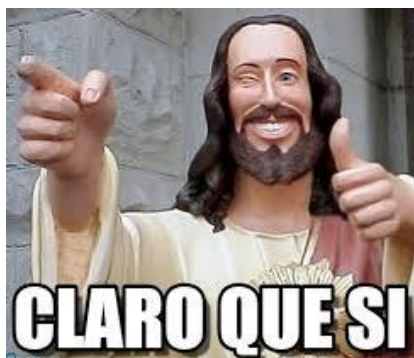


Рисунок 2.1



Рисунок 2.2



Рисунок 2.3



Рисунок 2.4

Завдяки здатності до реплікації та мімікрії текстовий мем у поєднанні із зображенням персонажа може формувати креолізовані меми з більш складною структурою, що складається з декількох частин. Наприклад Зображення 5 складається з двох частин: верхнього зображення стилізованого під запит у пошуковій системі “Google”, де серед варіантів пошуку “*Voy a matar a*” виділено один – “*Voy a matar a chuck norris*”, та нижньої картини з Мануелем Торреїглесіасом, що посміхається, яка

становить одне ціле із фразою “*Claro que sí, ¡campeón!*”, таким чином коментуючи попередню частину.



Рисунок 2.5

Що стосується мемів-зображень, вони являють собою оброблені у графічному редакторі “Photoshop” фотографії, що легко впізнаються користувачами мережі. У цьому випадку має значення не тільки візуальна складова, але і сюжет [Щурина 2012, с. 165].

Одним із найтипівіших прикладів цієї категорії мемів в іспаномовному інтернет-просторі є мему із офіційної Різдвяної промови Короля Філіпа VI у 2018 році. Зі структурної сторони дані мему-зображення являють собою стоп-кадри із відео, у яких за допомогою програми “Photoshop” було змінено зображення без заміни фону (Рисунок 2.6), або навпаки, замінено

навколишнє оточення, і таким чином створено новий сюжет для зображення (Рисунки 2.7; 2.8).



Рисунок 2.6



Рисунок 2.7



Рисунок 2.8

Варто відмітити, що інтернет-меми за участі Короля Філіпа VI та його родини є вельми розповсюдженими у мережі серед іспаномовних користувачів. Так, ще одним типовим прикладом мемів-зображень є заміна лиць на фотографіях, також за допомогою програми “Photoshop”. Такі інтернет-меми можуть функціонувати як у вигляді лише редагованого зображення, як, наприклад, Рисунок 2.9, де на фотографії лица короля Філіпа VI та королеви Летисії замінено місцями; так і ставати креалізованим мемом, доповненим вербальною частиною, як на Рисунку 2.10. Даний інтернет-мем має вигляд посту із соціальної мережі “Twitter”, і складається з текстової частини, представленої фразою “*Felipes los 4*” та зображенням королівської родини, де усі лица замінені на лице Філіпа VI.





Рисунок 2.9



Рисунок 2.10

Наступним різновидом є відео-меми, що являють собою комічні відеосюжети, які можливо відтворювати неодноразово. Вони не характеризуються певними структурними особливостями, бо їх вигляд може варіюватись, але тривалість зазвичай залишається у межах хвилини.

Одним з яскравих прикладів відео-мему є відеозапис звернення мексиканської співачки на ім'я Thalía до своїх фанатів, у якому дівчина висловила свою любов до них у імпровізованій пісні. Відео стало настільки популярним у мережі, що спровокувало появу безлічі пародій, які також можна віднести до цієї категорії.

Стосовно відео-мемів варто зазначити, що дуже часто певні епізоди або фрази з відео набувають графічного вигляду та перетворюються у креолізовані меми. Як приклад, можна привести відео-мем, що має назву “Niño que quiere pelear”, у якому аргентинський хлопець хоче почати бійку з іншим, бо той його дістає, але друг хлопця його стримує. Відео стало настільки вірусним, що було адаптовано у мем, який використовується для вираження несподіваної реакції на щось (Рисунки 2.11; 2.12) та подальшої погоди зі своїми помилками (Рисунок 2.13).

Щодо структури, дані меми зазвичай складаються з текстової частини зверху та кадром із відео знизу.

**Cuando le sacas 20 fotos a tu amiga  
y te dice que no le gustó ninguna**



Рисунок 2.11

**Cuando tu ex anda con otro**



Рисунок 2.12

-gastas tu dinero en puras pendejadas!



Рисунок 2.13

Іноді, картинка супроводжується фразою із відео (Рисунок 2.13) або включають редаговані зображення (Рисунок 2.11).



Говорячи про гіфи, маємо на увазі короткі анімовані картинки, які зазвичай висловлюють певні емоційні реакції і беруть свій початок із відео. За структурою – це квадратні або прямокутні горизонтальні зображення, які можуть включати доречний ситуації текст. Варто відзначити, що гіф-меми є універсальними для користувачів мережі зі всього світу, адже емоційні реакції також є майже однаковими, а тому і легко підлягають декодуванню.

Одними із найбільш розповсюджених гіфів саме у іспаномовному інтернет-просторі є емоційні інтернет-меми за участі блогера з каналу “Los consejos de Auron”. Наприклад гіф з виразом жаху та несподіванки (Рисунок 2.14) має прямокутну форму та позбавлений супроводжуючого тексту, у той час як мем “Perfecto!” (Рисунок 2.15) має квадратну форму, демонструє схвалення і супроводжується підписом.



Рисунок 2.14



Рисунок 2.15

Згідно з прийнятим нами визначенням, інтернет-мем являє собою «одиницю інформації, з текстом і картинкою в квадратній рамці» [Канашина 2017б, с. 85], що дозволяє типізувати зовнішню структуру даного феномену. Але варто також зазначити, що внутрішня структура мема зазнає змін залежно від його підтипу. Одними з найбільш розповсюджених форм є креалізовані меми, і саме на них ми зосередимо основну увагу у подальшому.

Спираючись на дослідження Габріеля Переса Салазара [Pérez Salazar 2017], Щуріної Ю.В. [Щурина 2014б] та Качмазової А.У [Качмазова 2016] нам дається можливим виділити наступні структурні характеристики

креолізованих інтернет-мемів, що циркулюють в іспаномовному інтернет просторі:

а) Зображення, прилеглі до текстів

Маються на увазі мему представлені як зображенням, так і текстом, який супроводжує їх, і з яким вони разом реплікуються. Мовні (текст) та нелінгвістичні (фотографія) знаки, хоча і утворюють одиницю значення, не накладаються, а супроводжують одна одну. Зазвичай такі мему представлені коментарем, що розташований у верхній частині та доречним зображенням, яке знаходиться під цим коментарем. Таким чином вербальна та невербальна складові доповнюють одна одну, викликаючи у споглядача відповідну емоційну реакцію.

Одним із прикладів можна привести мем “Lo bueno que”, який складається з похвальної репліки одного з батьків до своєї дитини, що розташовується у верхній частині картинки, та, власне, двох зображень з емоційною реакцією знизу, які спростовують висловлювання вище (Рисунки 2.16; 2.17; 2.18).



Рисунок 2.16



Рисунок 2.17

Ay hijo, lo bueno que tú no eres así de borrachote como los vecinos.



Рисунок 2.18

б) Зображення із вбудованим текстом

Мова йде про найбільш поширений вид інтернет-мемів, а саме зображення (малюнок чи фотографія), яке може пройти через усі ступені цифрових маніпуляцій і включає лінгвістичні елементи, які безпосередньо пов'язані з референтами, що соціально пов'язані з відповідним мемом.

У цьому випадку маються на увазі ті меми, декодування яких залежить і від зображення і від текстового наповнення, адже саме взаємозв'язок цих складових наповнює мем змістом.

Як приклад вищезазначеного типу, можна привести інтернет-мем “No lo sé Rick, parece falso” який широко використовується у мережі для вираження сумніву. При цьому зазвичай у структурному плані такі одиниці складаються з коментаря, що розташовується у верхній частині мему та може бути як текстовим (Рисунок 2.19) так і іконічним (Рисунки 2.20; 2.21), та зображення, що супроводжується певним написом чи реплікою, які тісно пов'язані між собою.

Quando estás en un exámen de verdadero y falso, y ya pusiste verdadero 3 veces



Рисунок 2.19



Рисунок 2.20



Рисунок 2.21

Одним із підвидів даного типу інтернет-мемів є едвайси, тобто меми на яких зображено персонажа з певним мімічним виразом на яскравому тлі. Зазвичай такі інтернет-меми мають квадратну форму, де у середині зображення розташовується персонаж, а супроводжуючий надпис розділяється на дві частини зверху і знизу.

Для прикладу приведемо мем “Міжо” (Рисунки 2.22; 2.23; 2.24), персонажем якого є стереотипована бабуся, яка не тямить у деталях певних професій, та применшує їх значимість, через що виникає комічний ефект. Посередині таких мемів є фото бабусі, а те, що вона говорить, ділиться на дві



частини: верхню, яка є вступом до жарту та у якій бабуся впевнюється у професії, і нижню, з несподіваним фіналом фрази.



Рисунок 2.22



Рисунок 2.23



Рисунок 2.24

в) Послідовні зображення або мікро-мультфільми або стріп-комікси

Це меми, в яких є невелика історія, у якій беруть участь заздалегідь розроблені персонажі, які використовуються та поєднуються в кожній конкретній ситуації. Багато з цих послідовних зображень засновані на так званих rage comics – коротких просто намальованих коміксах із рядом

мультиплікаційних героїв, емоції яких легко впізнаються користувачами мережі.



Рисунок 2.25



Рисунок 2.26



Рисунок 2.27

Структура таких мемів може значно варіюватись в залежності від наповнення. Невербальну частину зазвичай складає набір зображень, що послідовно створюють певну історію і можуть розташовуватись горизонтально, вертикально (Рисунок 2.25) чи квадратом (Рисунки 2.26; 2.27). Кількість таких зображень може варіюватись зазвичай від двох до шести.

Щодо вербальної складової, у мемах такого типу зазвичай присутні короткі репліки, які супроводжують кожне окреме зображення або декілька з них.

Таким чином, говорячи про структурні характеристики іспаномовних інтернет-мемів маємо виділити наявність вербальної та невербальної складових, які доповнюють одна одну. Візуальний вигляд мемів залежить від їх підвиду, а найбільш розповсюджений тип інтернет-мемів, а саме креолізовані меми, за структурою можна поділити на три різновиди: зображення, з супроводжуваним написом, зображення із вбудованим текстом, а також послідовні зображення або стріп-комікси. Кожному з цих видів притаманні характерні особливості, що виділяють мем із ряду схожих одиниць.

## 2.2 Лінгвокогнітивні особливості інтернет-мемів у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі

Велика кількість дослідників вважає, що інтернет-меми – це креолізовані тексти, в яких вербальні та невербальні елементи утворюють візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, комплексно впливаючи на адресата, а зображення стає елементом створення тексту [Вешнякова 2016, с. 35].

Для користувачів Мережі немає ніяких обмежень у створенні інтернет-мемів. Саме тому більшість з них намагаються застосувати якомога більше лінгвістичних прийомів і орфографічних порушень з метою зробити інтернет-мем більш впізнаваним і оригінальним [Аникіна 2017, с. 67].

З метою виділити найбільш типові лінгвістичні та прагматичні характеристики інтернет-мемів на матеріалі іспанської мови ми беремо за основу класифікацію представлену у роботі іспанської дослідниці Каміли

Муньос Велар “El meme como evolución de los medios de expresión social” [Muñoz Villar 2014, с. 22-28].

1. Самореклама (Рисунок 2.28).



Рисунок 2.28

### **Структура:**

Вищезазначений інтернет-мем складається з двох зображень поєднаних між собою в один сюжет та двох надписів-реплік персонажів, які розташовані над зображеннями відповідно.

### **Вербальна частина:**

Текстову складову даного інтернет мему формують дві фрази-репліки розташовані у верхній частині. Фраза жінки представлена двоскладовим складним неповним реченням з двома присудками з використанням Pretérito Indefinido та Pretérito Imperfecto у складі непрямої мови. Також, варто зазначити еліпсис у структурі “10 millones mensuales”, де під “millones” мається на увазі певна грошова валюта.

Щодо репліки у правій верхній частині, вона є синтаксично не повною, бо ми не спостерігаємо ні підмета ні присудка у її структурі. Це ще раз підтверджує, що мова інтернет-мемів максимально наближена до розмовної мови.



### **Невербальна частина:**

На фото з лівої сторони зображені дві жінки. На першому плані – блондинка, що вказує пальцем правої руки на когось або щось за межами картинки, ніби звинувачуючи у чомусь. Брюнетка на задньому плані в той час намагається стримати та заспокоїти першу жінку.

На фото з правої сторони зображено kota, який з виразом відрази на обличчі сидить перед тарілкою з овочами. Над ним з права додано зображення прапора Венесуели.

### **Контекст:**

Даний інтернет мем з'явився у мережі через поєднання двох складових шляхом монтажу. Ліва складова – кадр із 14 серії 2-го сезону реаліті-шоу «Справжні домогосподарки Беверлі-Хіллз», де Тейлор Армстронг плаче під час суперечки, і її колега Кайл Річардс намагається її заспокоїти.

У правій частині зображений кіт, який став відомим в мережі Інстаграм, де володарка розповсюджує його фото та ділиться історіями. Таким чином, фото у мемі – це реакція kota на овочі, які йому не до вподоби.

Варто також відмітити невинувачувальну присутність флагу Венесуели на картинці, бо болівари, згадані у текстовій частині – це національна валюта країни.

### **Інтерпретація:**

Декодування смислу даного інтернет-мема залежить від освідомленості у економічній ситуації Венесуели, бо ця інформація є важливою для правильного розуміння комічності зображення. Як правило, для інтернет-мемів не існує тем-табу, тому, в данному випадку, навіть складний економічний стан країни стає основою для їх створення.

Після серйозного економічного спаду у Венесуелі знецінилась валюта, що призвело до гіперінфляції, тож наразі один доллар приблизно відповідає 2,5 мільйонам боліварів. Відповідно 10 мільйонів боліварів дуже маленька сума, і саме на цьому ефекті непередбачуваності заснований комічний ефект представленого мему. Дівчина на фото дуже емоційно звинувачує kota у

тому, що він збрехав про свою зарплатню, на що кіт з вельми скептичним виразом обличчя спокійно зауважує, що мав на увазі болівари, національну валюту Венесуели, а не будь-яку іншу. Ефект несподіваності виникає через навмисну недосказанність першої репліки.

Паралельно, дана ситуація викликає асоціації із стереотипом звичайної сварки між представниками різної статі, де жінка емоційно звинувачує чоловіка у його брехні, а чоловік залишається байдужим до істерики.

### **Поліmodalність:**

Вербальна складова даного інтернет-мему апелює до матеріальних цінностей а саме таких концептів як гроші, зарплатня, національна валюта. Невербальна частина в свою чергу представлена двома ментальними просторами які складаються з таких концептів, як розчарування, злість, звинувачення, біль, та з іншої сторони – байдужість, холодність. Бленд, що утворюється при накладанні ментальних просторів зводиться до байдужості влади щодо економічної ситуації у Венесуелі.

2. Випадкова слава (Рисунок 2.29).

### **Структура:**

Даний інтернет-мем являє собою зображення з вбудованим текстом, який розміщується у верхній та нижній частинах мему, та нерозривно пов'язаний між собою.

### **Вербальна частина:**

Текстова частина інтернет мему представлена однією фразою – реплікою від першої особи однини, розділеною на дві частини та розміщеною, відповідно, зверху та знизу. Відразу впадає в очі особливий написання слів, де задля досягнення комічного ефекту використовується навмисне спотворення та заниження стилю мовлення. Для цього приголосні R та D замінені на L.



Рисунок 2.29

Також варто звернути увагу на розмір надпису з виділеними словами «JOVEN» і «TLATO DE». Вибір такого стилю написання може бути пов'язаний з емоційним забарвленням фрази, адже як відомо, для вираження злості чи роздратування користувачі мережі при написанні широко використовують caps lock, який влучно передає підвищення тону голосу. Таким чином, базуючись на поступовій зміні розміру слів у фразі ми можемо прослідити і емоційну забарвленість репліки, де починаючи з досить спокійного тону роздратування досягає свого піку на слові «JOVEN» та поступово спадає до кінця фрази.

Важливим моментом є використання слова «ESTUPILO», що в оригіналі пишеться як «estúpido», а перекладається як «дурний». Його поява обгрунтовується емоційним забарвленням фрази і саме у подібному використанні жаргонізованої лексики проявляється стилістично занижений характер інтернет-мему.

**Невербальна частина:**

Графічний компонент даного інтернет-мему включає зображення собаки японської породи Шіба-іну з прижмуреними очима, у білій пов'язці у вигляді прапора Японії з червоним кругом посередині та двома ієрогліфами з обох боків від круга.

#### **Контекст:**

Видозмінена фраза «ahorita no joven» є загальним виразом в іспанській мові, який часто використовується старшими для відмови молодим людям і несе відтінок зневаги. У поєднанні з зображенням Шіба-іну, мем став відомим після відео опублікованого на просторі “YouTube”, де чоловік йде в магазин сигар, і його обслуговує собака Шіба-іну на прізвисько Шіба-Чан, яка відкриває вітрину магазину, як тільки чоловік підходить.

#### **Інтерпретація:**

Як відомо, однією з характеристик інтернет-мему є його детабуїзація, в даному випадку висміювання певних особливостей мовлення. Мається на увазі стереотипізоване уявлення про вимову представників азіатської національності, яке полягає у стилістичному заниженні. Таким чином зображення собаки японської породи, у пов'язці з японським прапором та прищуреними очима, які також є характерною зовнішньою особливістю східних національностей, і навмисно спотворений стиль мови викликають ряд певних асоціацій. До того ж, цю стилістичну заниженість мовлення можна пояснити, так званим, “LOLspeak”, тобто навмисним написанням слів з літерами відмінними від оригінального правопису, що є дуже типовим для мемів за участю тварин [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska 2018, p. 165].

Таким чином, поєднуючи у собі декілька першоджерел, даний інтернет-мем представляє японського собаку, який роздратований через те, що його відволікають, коли він намагається зконцентруватися на чомусь важливому. Додакова гумористична лінія прослідковується у тому, що пес дуже милий, і ця невідповідність милого, майже дитячого та несерйозного образу з суворим виразом обличчя створюють комічний ефект.

#### **Полімодалність:**

Невербальна частина мему містить алюзію на типові складові японської культури, представлені у вигляді пов'язки для карате та однієї з наймиліших порід собак, яка також є японською. Таким чином всі ці компоненти створюють ментальні концепти небезпеки, суворості, дисципліни та у той же час несерйозності, невинності та поблажливості. Вербальний простір представлений концептом роздратування, який виражається фразою «ahogita no joven». Усі ці складові утворюють бленд значення якого зводиться до двузначності узагальнених уявлень про японців.

3. Міські чутки або містифікації (Рисунок 2.30).

## LaVozdelBecario



**Disneyland París compra el tobogán de Estepona para su Casa del Terror**

Рисунок 2.30

### **Структура:**

Представлений інтернет-мем складається з двох зображень поєднаних в одну картинку, короткого напису у верхній частині та коментарю, який розташований у нижній частині. Сам мем стилізований під заголовок із сайту новин та імітує його типову структуру, а саме зображення та заголовок. Саме це ілюструє нам таку властивість інтернет-мему як мімікрія, та доводить його актуальність, адже у новинах мова зазвичай йде про недавні події.

### **Вербальна частина:**

Важливою складовою даного інтернет-мему є коментар-заголовок, який розташовується у нижній частині. Він має вигляд простого речення, яке коротко пояснює та описує основні події, які також проілюстровано зображенням зверху. Серед особливостей можна відмітити наявність топонімів (París, Estepona), власну назву парку розваг Діснейленд, що розташований у Парижі та один з атракціонів цього парку – Дім Жахів. Варто зауважити, що назва парку ніяким чином не змінюється та не асимілюється під іспанську мову, у той час, як назву Дому Жахів представлено у перекладеному вигляді.

### **Невербальна частина:**

Ілюстративна частина мема представлена двома зображеннями. Справа розташована фото фасаду Дому Жахів із Паризького Діснейленду, а зліва – фото гірки, побудованої у Естепоні (провінція Малага, автономна спільнота Андалусія), по якій готується зїжджати дівчина. На фото також присутня певна кількість людей, які прийшли подивитись на це.

### **Контекст:**

Фото зроблене у день відкриття гірки, яка мала стати оригінальним шляхом поєднання двох вулиць у місті Естепона. Та конструкція ініційована міською владою виявилась небезпечною для громади, через значну висоту та невдалість планування нахилу. Вже після перших спусків були зареєстровані випадки травмування та серйозні пошкодження, і гірку було закрито. Ця подія викликала значну увагу в мережі та провокувала створення мемів,

основною темою яких була небезпека гірки. Людина незнайома з новиною про гірку у Естепоні наврядчи зможе зрозуміти гумор даного мему, бо в такому випадку зображення не буде викликати ніяких асоціацій. Отже для розуміння суті інтернет-мему та коректного декодування його змісту потрібно зрозуміти культурні коннотації закладені у ньому.

Поява цілого ряду інтернет-мемів на базі цієї події підтверджує такі характеристики цього феномену як вірусність та реплікативність, а різноманітність сюжетів пояснюється фантазійним характером.

### **Інтерпретація:**

В представленому інтернет мемі ілюстративна частина поєднана спільною темою, а саме тим, що викликає емоцію страху. Атракціон Дім Жахів навмисно створений для тих, хто хоче отримати гострі відчуття, а гірка у Естепоні ненавмисно створена для того, щоб пережити ті самі емоції. Отож, проводячи таку емоційну паралель автор несправжньої новини припускає, що гірка була б доречним доповненням до Дому Жахів. Слід звернути увагу також на логотип реально існуючого іспанського онлайн видання “La Voz del Becario”, що розташований над зображенням і використаний для посилення комічності, а також вигаданості цієї новини.

### **Поліmodalність:**

Вербальна частина мему створює ментальний простір зі значенням небезпечних розваг, адреналіну, жаху, у той час як невербальна складова апелює до повсякденності, звичайності, звичності, проводячи паралель з виданням новин. Таким чином у ході накладання ментальних просторів народжується бленд значення якого зводиться до оманливості реальності, де не усе є тим, що здається на перший погляд. Так Дім з Жахами ззовні виглядає як звичайна будівля а створення гірки у Естепони здавалось гарною ідеєю, та якщо заглибитись у деталі все стає зовсім інакшим.

#### 4. Редаговані зображення (Рисунок 2.31).



Рисунок 2.31

#### **Структура:**

Даний інтернет-мем складається із зображення, що доповнюється написом-цитатою у верхній частині.

Вербальна частина:

Текстова складова мему являє собою репліку від першої особи однини. Варто звернути увагу на те, що дана фраза представлена як цитата, на що вказують лапки з обох боків. У вербальній частині також присутнє власне ім'я героя фільмів та коміксів від компанії «Марвел» Тоні Старка, яке в іспанській версії залишається незмінним, не перекладається та не асимілюється.

#### **Невербальна частина:**

Графічна частина мему має дві складові. По-перше, це фото екс-президента Мексики Енріке Пенья Ньето із характерним виразом суму на обличчі. По-друге, це сірі частинки, що створюють ефект розчинення фото, ніби крихти піску відлітають з поривом вітру. Завдяки редагуванню фотографії здається, що Енріке Пенья зникає з неї.

#### **Контекст:**

Цей інтернет-мем з'явився у мережі як реакція на результати президентських виборів у Мексиці в 2018 році, де перемогу отримав Андрес



Мануель Лопес Обрадор (також відомий як AMLO), представник політичної партії “Morena” з лівими поглядами. До цієї події Президентом із 2012 по 2018 був Енріке Пенья Ньето, представник Інституційно-революційної партії “PRI”. Варто відмітити, що вищезазначена партія керувала країною протягом 71 року до виборів у 2000 році, і після нетривалого періоду в опозиції повернулася до влади в 2012 році під керівництвом Енріке Пенья. Таким чином обрання Президентом AMLO стало важливим моментом зміни правлячої верхівки.

Що стосується власне редакції мему, то тут виділяється саме візуальна складова завдяки програмі Фотошоп фото екс-президента Мексики ніби поступово зникає, на що вказують частинки відлітаючі від цілого зображення. Цей процес супроводжується фразою героя останнього фільму Марвел «Месники: Війна нескінченності» Людини-павука, який перед тим як померти у фільмі говорить іншому персонажу, Тоні Старку, що не хоче зникати.

### **Інтерпретація:**

Таким чином, з виборами нового Президента у Мексиці закінчилась ера правління Інституційно-революційної партії, представником якої є екс-президент Мексики, зображений на цьому інтернет-мемі. Так само як і смерть Людини-павука у фільмі була непередбачуваною, так і зміну правлячої партії у Мексиці не можливо було напроорокувати. З виразу обличчя Енріке Пенья ми розуміємо, що він засмучений та відчуває незадоволення від змін, що відбуваються, але вплинути на ситуацію не може.

Не дивлячись на трагічність сцени із фільму, що лягла в основу даного інтернет-мему, зображення не викликає негативних емоцій. Алюзія, що закладена у мемі створює комічний ефект, основою для якого є іронія.

### **Полімодальність:**

Візуальна складова мему формує ментальний простір зі значенням розчарування, поразки, смутку від зникнення чогось важливого у житті. Вербальний компонент базується на прецедентному феномені та містить

алюзію на одну зі сцен фільму «Месники: Війна нескінченності», таким чином створюючи ментальний простір зі значенням боротьби, супротиву реальності, неймовірності того, що відбувається. Як результат накладання ментальних просторів з'являється бленд зі значенням неочікуваності змін, який у даному контексті виражає монополію на владу у Мексиці як константу повсякденного життя.

5. Посилання на поп-культуру (Рисунок 2.32).

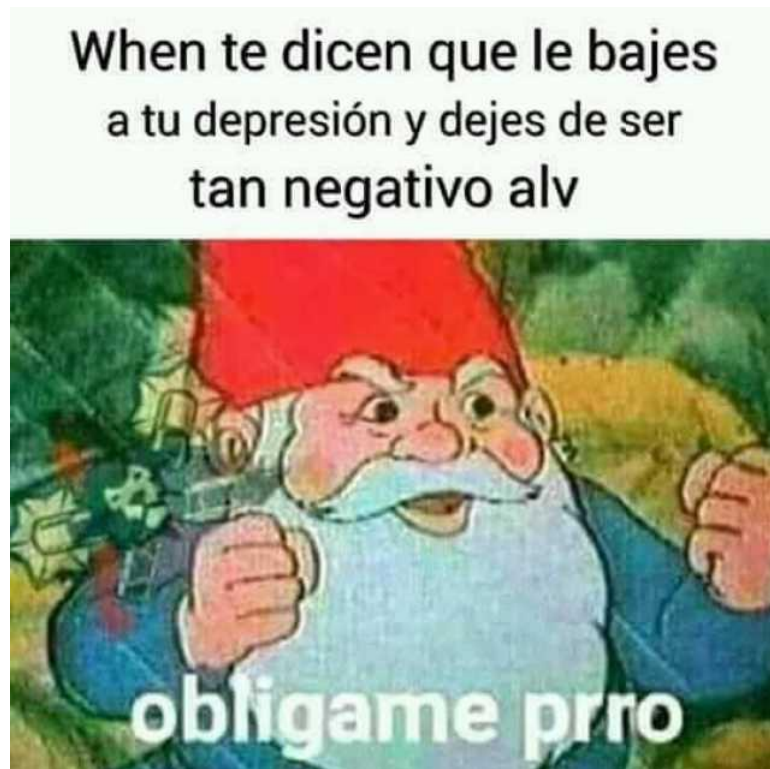


Рисунок 2.32

**Структура:**

Інтернет-мем представлено написом у верхній частині та зображенням із вбудованим текстом у нижній частині.

**Вербальна частина:**

Перше, що привертає увагу – це використання запозичень з англійської мови. Це пов'язано насамперед із статусом англійської як мови глобальної мережі, і, як наслідок, активний вжиток англіцизмів у віртуальному спілкуванні. Так у прикладі замість іспанського “cuando” використовується англійське “when”.

Іншою характерною лінгвістичною особливістю інтернет-мемів є безліч скорочень і аббревіатур, які виконують в основному функцію економії часу і простору [Букина 2016, с. 128].

У представленному прикладі помічаємо такі скорочення, як “alv”, що означає “a la verga”, та “rrgo”, що розшифровується як “pergo”. Наявність подібних лексичних одиниць є типовою для інтернет-мемів і підкреслює їх емоційність та стилістично знижений характер.

Що стосується текстової складової розташованої в нижній частині мему, окрім скорочення варто звернути увагу також і на форму дієслова, що стоїть у імперативі.

#### **Невербальна частина:**

На ілюстрації зображено розгніваного гнома з білявою бородою та у червоному капелюсі, на що вказують стислі в кулаки долоні, ніби готові до драки.

#### **Контекст:**

Персонаж зображений у мемі – герой іспанського мультсеріалу “David el Gnomu”, який є повною протилежністю своєму зображенню у мемі.

#### **Інтерпретація:**

Даний мем дуже яскраво передає емоцію непокірності та виклику. Цьому сприяють не тільки вираз обличчя та поза самого гнома але і також фраза, що це супроводжує. Імперативну форму тут використано для того, щоб проілюструвати приховану погрозу, яку стилістично доповнює слово «rrgo», тобто пес, яке виражає неповагу та зверхнє ставлення до співбесідника.

Варто зазначити, що представлений мем, спираючись на свою популярність і розповсюдженість у мережі не перестає реплікуватись, що чудово ілюструє здатність мемів утворювати споріднені серії.

#### **Полімодалність:**

Вербальний компонент мему формує ментальний простір зі значенням нав'язування та соціального тиску. Візуальна складова створює ментальний

простір супротиву, непокору, бунтарства, агресії. Як наслідок накладання цих ментальних просторів створюється бленд з ідеєю виклику суспільній думці.

Отже, інтернет-мемам як різновиду креолізованих текстів властива полімодальність структури, що виражається у наявності вербальних та невербальних складових, які при взаємодії утворюють концептуальні зв'язки. Окрім розуміння полімодальних блендів утворених при накладанні візуальної та текстової частин для правильного декодування послання закладеного в інтернет-мемі та його інтерпретації необхідно враховувати і екстралінгвістичний контекст.

Таким чином, інтернет мему є різновидами прецедентних феноменів, адже вони зберігають в собі інформацію про першоджерело та у той же час залишаються спрямованими на певну аудиторію, яка зможе їх зрозуміти. Через широке розповсюдження феномену здатність до реплікації та серійність є важливими характеристиками інтернет-мемів. Важливою властивістю також є гумор, який може бути заснований на ефекті несподіванки, створюватись за використання алюзій чи фоторедакторів. Оскільки мем виник з кількох жанрів і увібрав у себе їх основні риси, йому також властива мімікрія, як наприклад стилізація під заголовок із сайту новин. Серед основних лінгвістичних характеристик варто також зазначити коллокалізацію, яка проявляються у використанні скорочень та жаргону (“alv”, “prro”), використання англіцизмів (“when” замість “cuando”), еліпсисі структур (“10 millones mensuales”); детабуїзацію, що означає відсутність тем табу, як-от політичні погляди чи надзвичайні події.

### 2.3 Інтернет-мем у сучасному іспаномовному інтернет-дискурсі як комунікативне явище

Меми слугують не тільки розважальним засобом для користувачів мережі, але і також дають можливість дізнатись інформацію про певні події чи явища у простому вигляді за декілька секунд.

В останні роки масова комунікація зазнала значних змін, і важлива частина цих даних заснована на актуальності, придбаній, особливо цифровою областю, завдяки появі і впливу Інтернету. Весь феномен, який оточує цю технологію в області комунікацій, вказує на те, що сьогодні вона є основним джерелом інформації. Фактично спостерігається міграція майже всього контенту, який зазвичай випускався у друкованому форматі, в онлайн-тип [Muñoz Villar 2014, p. 12].

Інтернет-комунікація в останні роки має тенденцію до максимальної ефективності, спрощення контенту і як можна більшої кількості інформації в двох словах. Отже, користувачі Інтернету в повсякденному спілкуванні використовують безліч скорочень, слів з подвійним значенням, фіксованих фраз, які можна використовувати в багатьох різних сценаріях, і в багатьох візуальних уявленнях своїх почуттів і реакцій.

Інтернет-меми стають важливою частиною мережі, користувачі якої вважають за краще просте, відносно швидке спілкування, а також контент та інформацію, для розуміння яких потрібно всього кілька секунд уваги. Їх основні принципи ідеально відповідають тим, які продиктовані інтернет-суспільством.

Крім того, що меми прості, але також складні і досить цікаві для аудиторії, вони також легко налаштовуються відповідно до індивідуальних потреб, що є ще однією причиною їх популярності [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska 2018, p. 161].

В наші дні меми активно побутують в блогах, чатах, на форумах, в електронній пошті; використовуються на радіо і телебаченні, в друкованій продукції; насичують мовну практику мільйонів людей [Гузаєрова 2017, с. 51].

Згідно думці деяких дослідників інтернет-меми слугують засобом ідентифікації «свій-чужий» в культурному просторі інтернету, вони відображають виникаючі в суспільстві різні думки з приводу гострих соціальних, політичних і економічних проблем [Савицкая 2013, с. 6].

Крім використання тільки в розважальних цілях, меми все частіше використовуються в маркетингових кампаніях. В даний час меми досить відомі, що робить їх ідеальним онлайн-інструментом для створення успішної онлайн-кампанії, яка буде привабливою [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska 2018, p. 161].

Являючись широко поширеним соціально-культурним та лінгвістичним феноменом інтернет-меми виконують певні функції у процесі комунікації, а саме інформаційну, репрезентативну, трансляційну, інтеграційну, емоційну та фатичну [Лысенко 2017, с. 415]. Розглянемо функціонування інтернет-мемів у іспаномовному інтернет просторі на прикладах.

По-перше, варто зауважити, що меми створюються користувачами інтернету з метою поділитися, наприклад, своєю думкою з приводу актуальних новин, або реакцією на якусь подію, або позитивними емоціями від жарту, або певними знаннями і так далі. Тобто інтернет меми, розповсюджуючись у мережі, виконують інформаційну функцію. Під інформаційною функцією розуміється «здатність мему вимагати досвіду та навичок розуміння і в той же час давати цю інформацію своїм «читачам»» [Лысенко 2017, с. 416].

Доречним прикладом мему з домінуючою інформаційною функцією є Рисунок 2.33. Для декодування змісту даного інтернет-мему потрібно володіти певною інформацією про іспаномовних музичних виконавців, а саме про колумбійського співака Juanes, але при всьому цьому для розуміння

немає необхідності знати, як він виглядає, адже цю інформацію реципієнт отримує безпосередньо з самого мему.



Рисунок 2.33

Ще одним важливим для сприйняття моментом стає ознайомленість з законами формування множини у іспанській мові, адже ім'я Juan у множині буде Juanes. Таким чином, відсутність знань про співака може спричинити непорозуміння, адже Juanes може бути інтерпретовано як назву групи а не ім'я співака, і тоді коментар щодо кількості людей на фотографії буде здаватись недоречним і не викликати відповідної реакції. Отже, користувачам мережі, які незнайомі з творчістю співака чи лінгвістичними особливостями іспанської мови, розуміння даного мему буде складнішим.

Зазвичай інтернет-меми виникають як відповідь на певні події сучасності, тому однією з основних їх характеристик є актуальність, а одними з провідних функцій – репрезентативна та трансляційна. Створюючи та розповсюджуючи меми у мережі користувачі реконструюють і транслюють в Інтернет-спільноті своє світобачення, тим самим роблячи його публічним, та зміцнюючи відповідні позиції у інших користувачів [Зиновьева 2015, с. 195].

Яскравим прикладом цього в іспаномовному інтернет просторі є мемі-реакції на обрання Ніколаса Мадуро Президентом Венесуели на другий термін у 2018 році (Рисунок 2.34). Розглянемо один із них.



Рисунок 2.34

Даний мем представлено фотокарткою Президента із написом, автор якого є невідомим, бо саме така характеристика інтернет-мему як анонімність гарантує свободу для відкритого вираження своєї думки без мовних, політкоректних рамок [Канашина 2018а, с. 127].

Посилання мему вкрай негативне, у ньому присутня критика політичної діяльності Президента та прихильників його діяльності, яких названо “personas pendejas”, тобто дурнями. Таким чином, за допомогою одного з найпоширеніших засобів передачі інформації у мережі висловлюється та поширюється негативна реакція на обрання Мадуро Президентом на другий термін. До того ж, у вищезазначеному інтернет-мемі яскраво проявляється функція трансляції ідеології, адже послання закладене у ньому є досить переконливим, зважаючи на стан країни після першого терміну правління Ніколаса Мадуро, що робить даний мем дуже впливовим на суспільну думку.

Дуже часто для того, щоб розкодувати послання, яке закладено у мемі, потрібно володіти певною культурною базою, а також необхідно бути в курсі подій, що відбуваються. У цьому випадку ми можемо говорити про функцію інтеграції. Дослідник Тейлор Берджес вважає, що мемі є способом визначити



наше онлайн «плем'я», або наше уявлення про нього в даний момент часу. [Burgess]. Тобто розповсюджуючи мему в інтернет просторі, користувачі тим самим визначають свою приналежність до певних спільнот та встановлюють відносини плану «свій-чужий»».

Як приклад можемо привести вузьконаправлений мем пов'язаний з відомим у іспаномовному світі серіалом “La casa de papel” (Рисунок 2.35), який умовно можна поділити на дві частини.



Рисунок 2.35

Верхня, на якій зображено шкільний урок географії супроводжується червоним знаком у нижньому правому кутку зображення та картинкою з великим пальцем донизу. Таким чином вербальна частина взаємодіє з невербальною та передає ідею того, що звичний в усіх розуміннях шкільний урок це неправильний спосіб вивчення географії. У той час нижня частина даного мему являє собою зображення з героями фільму “La casa de papel”, та, відповідно, картинкою із великим пальцем догори на зеленому фоні, таким чином створюючи алюзію на події у фільмі, та схвалюючи ідею вивчення географії за цим серіалом. Комічний ефект полягає у тому, що серіал кримінальний, тож головні герої є злочинцями, що переховуються, і тому

вивчення географії за серіалом буде дуже детальним, адже злодіям потрібно добре продумати маршрут.

Отже, якщо користувач не володіє знаннями про сюжет, сенс мему залишається для нього незрозумілим та інтеграції не відбувається, адже вірне розкодування, відтворення і передача мема властиві лише членам групи, у даному випадку тим, хто дивився серіал. За думкою Н. А. Зінов'євої [Зінов'єва 2015, с. 196] «правильне розуміння внутрішньо-групових мемів і їх передача символічно відмежовує членів групи від чужих, тих, хто не розуміє».

З появою інтернету змінився і формат спілкування, комунікація все більше зосереджується в режимі онлайн. Ця зміна простору спілкування надає безліч можливостей та водночас і обмежень. Таким чином, наприклад, спілкування онлайн у текстових месенджерах лише за допомогою тексту обмежує зміст і емоційне сприйняття виражених у повідомленні думок. Отже виникає потреба у передачі невербального змісту, яка провокує широке використання смайликів, емоджі та, звісно, мемів, які використовуються для того, щоб доповнити зміст висловів та уникнути непорозумінь. Як наслідок, ми можемо говорити про емоційну функцію інтернет мемів.

Зазвичай мему у повсякденному спілкуванні використовуються для того, щоб посміятись, отримати певні емоції та поділитись ними з кимось іншим. Як приклад інтернет-мему з яскраво вираженою емоційною функцією можна привести мем “Komo lo zuro” (Рисунок 2.36). Він зображає звичну, відому багатьом ситуацію, коли через небажання образити співрозмовника ми не відмовляємося від запрошення, а знаходимо відмовку, посилаючись на зайнятість та сподіваємось, що ніхто не здогадається про істинні мотиви.

Комічний ефект у мемі виникає через руйнування переконань та несподіваність викриття справжнього задуму, на що натякає фраза “komo lo zuro” та відповідний вираз обличчя мавпи на малюнку. Взаємодія зображення і тексту створює унікальний сенс, непритаманний цим складовим окремо одна від одної, а впізнаваність та універсальність комунікативної

ситуації знаходить відгук серед користувачів мережі та тим самим мотивує його циркуляцію та розповсюдження.



Рисунок 2.36

Однією з важливих функцій інтернет мема є фатична, або функція встановлення контакту. Оскільки використання мемів у спілкуванні не обмежується правилами, тож вони можуть слугувати як приводом до початку або завершення розмови, так і коментарем якоїсь думки або реакцією на неї у процесі комунікації [Лысенко 2017, 418].

Найчастіше меми є способом заповнити мову якимись словами, зробити її більш зручною для сприйняття. Таких мемів переважна більшість. Їх вплив на аудиторію визначається яскравістю образів і ясністю закладених послань. Яскравим прикладом може слугувати мем “Ola k ase” (Рисунки 2.37; 2.38; 2.39) який внаслідок здатності мемів до реплікації та утворення рядів схожих одиниць циркулює в інтернеті у різних формах, які використовуються для встановлення контакту між учасниками діалогу. Таким чином замість звичної форми привітання учасником діалогу використовується інтернет-мем з ідентичним посилом та додатковим емоційним забарвленням, що допомагає встановити дружню атмосферу для подальшого спілкування.



Рисунок 2.37



Рисунок 2.38



Рисунок 2.39

Варто також відмітити іконічну частину мемів даної серії, яка, формуючи єдине ціле з текстовою складовою, впливає на адресата, передаючи комунікативне послання. На Рисунку 2.37 представлена лама естетично неприємного вигляду, яка своїм зовнішнім виглядом скоріш відштовхує, аніж спонукає до початку спілкування. На Рисунку 2.38 зображено дитину, що спирається на скло, завдяки чому виникає відчуття, що дитина знаходиться дуже близько і скло є єдиною перешкодою.

Третій мем (Рисунок 2.39) показує досить абсурдну ситуацію у якій знаходячись в офісі, верблюд заглядає у монітор комп'ютера дівчини, а двічі повторювана фраза "k ase; k ase" створює ефект настирливості. Загалом три меми поєднує ідея втручання у чужі справи, але негативний ефект цього втручання зникає через саму природу героїв мемів, адже це діти та тварини на яких, зазвичай, важко сердитись.

Таким чином реципієнт отримуючи привітання зазначеного вигляду інтерпретує його без участі негативних конотацій, а лише як забавний спосіб поцікавитись як справи, на який можна дотепно відповісти схожим за посилком мемом (Рисунки 2.40; 2.41). Комічний ефект вищезазначених інтернет мемів полягає у абсурдності та ірреальності відображених ситуацій.



Рисунок 2.40



Рисунок 2.41

Отже, однією з найважливіших функцій інтернет-мемів є емоційна, що полягає у здатності мемів викликати певні реакції та спонукати до їх передачі іншим користувачам. Популярність тих чи інших одиниць залежить від ясності закладеного змісту, який мотивується мінімалізмом форми, та їх актуальністю.

Зазвичай інтернет-меми виникають як відповідь на певні події сучасності що дозволяє нам говорити про важливість функцій репрезентації та трансляції, які дозволяють мему одночасно бути носієм певних думок та засобом впливу на них. У повсякденному спілкуванні меми використовуються для того, щоб посміятись, отримати певні емоції та поділитись ними з кимось іншим.

Найчастіше меми є способом встановлення, налагодження або підтримання контактів між користувачами мережі, що реалізується у фатичній функції. Особливо важливим є також процес самоідентифікації у безмежному просторі Інтернету, і саме розуміючи і передаючи меми, користувач встановлює свою ідентичність, асоціює себе з спільнотою

«втаємничених». Крім того, досить важливим є не тільки процес обміну інформацією, але також й отримання певних знань, що характеризує інформаційну функцію мемів.

## ВИСНОВКИ

З розвитком інформаційних технологій в ХХІ ст. виникають і нові способи комунікації результатом чого є перетворення мережі Інтернет з величезного сховища даних на потужний засіб спілкування. Як наслідок виникає нове для лінгвістики поняття – Інтернет-дискурс. Навіть нараз не існує єдиного визначення цього терміну але найбільш доречним для нашої праці є розуміння "інтернет-дискурсу" як окремої нової форми мовлення, що виникає в результаті віртуальної взаємодії людей і володіє своїм комунікативним кодом, який реалізується в спеціальних графічних, лексичних і стилістичних засобах.

Специфічним для інтернет-дискурсу засобом комунікації і обміну інформацією є меми. Поняття "мем" бере свій початок у теорії культурної еволюції Річарда Докінза і з того часу не було досягнуто жодного консенсусу згідно концепції мема. Загалом меми – це одиниці культурної інформації, що передаються від однієї особи до іншої за допомогою культурного наслідування та присвоєння; головним середовищем їх функціонування і поширення, а також важливим джерелом їх виникнення, є Інтернет-середовище, що дозволяє нам говорити про нове поняття – інтернет мем.

У нашому дослідженні ми беремо за основу визначення С.В.Канашиної й Ю.В.Щуріної і розуміємо інтернет-мем як комплексний феномен інтернет-комунікації, що представляє собою цілісну, завершену одиницю інформації, з текстом і картинкою в квадратній рамці, який отримав популярність – як правило, спонтанно – в середовищі, що обслуговується інформаційними технологіями, і здатний в стислому вигляді передати інформацію про текст-джерело або про цілу культурну / історичну подію, використовуючи вербальний і візуальний канали передачі.

Варто наголосити на різниці між мемами та інтернет-мемами, бо згідно думки зарубіжних вчених інтернет-меми розповсюджуються не

завдяки інференції, а шляхом прямого цифрового копіювання а замість того, щоб випадково мутувати, інтернет-меми свідомо змінюються людьми.

Являючись унікальним явищем дискурсу Мережі, інтернет-мему притаманні певні характеристики, що виділяють його з ряду суміжних понять. У ході дослідження нами було проаналізовано 42 меми, що побутують в іспаномовному Інтернет-середовищі, і виявлено наступні характеристики.

При аналізі структурних характеристик ми притримувались типології Ю.В.Щуріної, яка ґрунтується на критерії носія. Таким чином можна виділити текстові меми (слово або фраза), меми-картинки, відеомеми, гіфи і креолізованні меми, що складаються з текстової та візуальної частини.

Серед структурних характеристик іспаномовних інтернет-мемів маємо виділити наявність вербальної та невербальної складових, які доповнюють одна одну. Візуальний вигляд мемів залежить від їх підвиду, а найбільш розповсюджений тип інтернет-мемів, а саме креолізованні меми, за структурою можна поділити на три різновиди: зображення, з супроводжуючим написом, зображення із вбудованим текстом, а також послідовні зображення або стріп-комікси. Кожному з цих видів притаманні характерні особливості, що виділяють мем із ряду схожих одиниць.

Стосовно прагматичних характеристик, найбільш вдалою для виконання поставлених нами цілей виявилась типологія представлена у роботі Каміли Муньос Велар, яка розподіляє меми за суттю і метою. Таким чином виділяються меми, в яких представлені самореклама, випадкова слава, міські чутки або містифікації, маркетинг і реклама, редаговані зображення та посилання на поп-культуру. Що стосується мемів, метою яких є маркетинг і реклама, у ході дослідження виявилось, що це найбільш рідкий тип мемів, тому аналіз за предсталеною типологією відбувався без врахування цієї категорії.

Отже, інтернет-мемам як різновиду креолізованих текстів властива полімодальність структури, що виражається у наявності вербальних та



невербальних складових, які при взаємодії утворюють концептуальні зв'язки. Окрім розуміння полімодальних блендів утворених при накладанні візуальної та текстової частин для правильного декодування послання закладеного в інтернет-мемі та його інтерпретації необхідно враховувати і екстралінгвістичний контекст.

Таким чином, інтернет мему є різновидами прецедентних феноменів, адже вони зберігають в собі інформацію про першоджерело та у той же час залишаються спрямованими на певну аудиторію, яка зможе їх зрозуміти. Через широке розповсюдження феномену здатність до реплікації та серійність є важливими характеристиками інтернет-мемів. Така характеристика Інтернет-мережі як анонімність дає можливість користувачам вільно та у будь-якій формі висловлювати свою думку з приводу різних подій, що обумовлює фантазійний характер, а бажання виділитись пояснює навмисне звуження фокус-групи, на яку він орієнтований і яка може його зрозуміти та оцінити.

Важливою властивістю також є гумор, який може бути заснований на ефекті несподіванки, створюватись за використання алюзій чи фоторедакторів. Оскільки мем виник з кількох жанрів і увібрав у себе їх основні риси, йому також властива мімікрія, як наприклад стилізація під заголовок із сайту новин. Серед основних лінгвістичних характеристик варто також зазначити колоквиалізацію, яка проявляються у використанні скорочень та жаргону («alv», «rro»), використання англіцизмів (when замість cuando), еліпсис структур («10 millones mensuales»), детабуїзацію, що означає відсутність тем табу таких як політичні погляди чи надзвичайні події.

Щодо комунікативних характеристик, найбільш доречно було аналізувати їх спираючись на функції які властиві інтернет мему, і тому за основу було взято типологію Є.Н.Лисенко. Як результат ми дійшли наступних висновків.

Однією з найважливіших функцій інтернет-мемів є емоційна, що полягає у здатності мемів викликати певні реакції та спонукати до їх передачі

іншим користувачам. Популярність тих чи інших одиниць залежить від ясності закладеного змісту, який мотивується мінімалізмом форми, та їх актуальністю.

Зазвичай інтернет-меми виникають як відповідь на певні події сучасності, що дозволяє нам говорити про важливі функції репрезентації та трансляції, які дозволяють мему одночасно бути носієм певних думок та засобом впливу на них. Зокрема такими подіями в іспаномовному інтернет-середовищі, можна назвати наступні: політичні та законодавчі події (вибори Президента, вибори до Парламенту, прийняття та оприлюднення нових законів тощо), спортивні новини, зокрема футбол (Чемпіонат Світу, Ліга Чемпіонів, Кубок Америки, Ель Класіко та ін), події у житті зірок та знаменитостей (творчість та приватне життя) й інше. У повсякденному спілкуванні меми використовуються для того, щоб посміятись, отримати певні емоції та поділитись ними з кимось іншим.

Найчастіше меми є способом встановлення, налагодження або підтримання контактів між користувачами мережі, що реалізується у фатичній функції. Особливо важливим є також процес самоідентифікації у безмежному просторі Інтернету, і саме розуміючи і передаючи меми, користувач встановлює свою ідентичність, асоціює себе з спільнотою «присвячених». Крім того досить важливим є не тільки процес обміну інформацією але також і отримання певних знань, що характеризує інформаційну функцію мемів.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні змін сприйняття мемів в іспаномовному інтернет-середовищі, описі емоцій, які викликають меми, причинах їхньої гіперболізації, вивчення специфічної субкультури, яка утворюється навколо мемів за своїм сленгом тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### СПИСОК ТЕОРЕТИЧНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аникина Т. В. Интернет-мем в условиях современной коммуникации. *Новая наука: опыт, традиции, инновации*. 2016. № 8-2. С. 54–58.
2. Аникина Т. В. Специфика вербальной составляющей креолизованных интернет-мемов. *Интерактивная наука*. 2017. № 19. С. 66–68.
3. Белкина Ю. А., Куценко Е. В. Мем как часть интернет-дискурса. *Азимут научных исследований: педагогика и психология*. 2014. № 4 (9). С. 77–79.
4. Бережной В. А. Интернет-мем и анекдот: к постановке проблемы. *Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки*. Запоріжжя, 2014. № 1. С. 135–144.
5. Букина Л.М. Лингвистический и паралингвистический аспекты интернет дискурса (на примере французских пользователей). *Вестник РУДН. Теория языка. Семиотика. Семантика*. 2016. № 4. С. 125–133.
6. Вешнякова А.В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2016. № 6-4. С. 34–40.
7. Вжещ Я. Л. Интернет-дискурс: проблема визначення поняття, особливості структури. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2012. № 14 (249). С. 15–19.
8. Горина Е. В. Дискурс Интернета: определение понятия и методология исследования. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 11. Т.2. С. 64–67.
9. Горобцова И. В., Киселёва Н. Ю. Речевой жанр интернет-мема в современном англоязычном сетевом пространстве. *Современные тренды развития социогуманитарного знания*. 2014. С. 140–151.

10. Гудзь Н. О. Интернет-дискурс – невід’ємна складова сучасної комунікації. *Вісник Житомирського державного університету*. 2013. № 4 (70). С. 228–232.
11. Гудзь Н.О. Интернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати. *Сучасні лінгвістичні студії* : навч. посіб. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2015. С. 61–87.
12. Гузаєрова Р. Р. Интернет-мем как знак современного медиапространства. *Филология и культура*. 2017. № 2 (48). С. 50–54.
13. Докинз Р. Эгоистичный ген. М : Мир, 1993. 318 с. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/UKR/courses/asp/asp-lit/Dokinz-1986.pdf> (дата звернення: 13.05.2019).
14. Зиновьева Н. А. Анализ процесса конструирования смысла Интернет-мема. *Дискуссия*. 2013. №. 9. С. 133–137.
15. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов. *Вестник экономики, права и социологии*. 2015. № 1. С. 195–201.
16. Канашина С. В. Интернет-мем как поликодовый текст. *Языковое бытие человека и этноса*. 2017а. №19. С. 106–112.
17. Канашина С. В. Интернет-мем как современный медиадискурс. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. Волгоград, 2018а. № 8 (131). С. 125–129.
18. Канашина С. В. Семантические особенности интернет-мема как полимодального дискурса. *Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки*. 2018б. № 16 (811). С. 74–80.
19. Канашина С. В. Текстовые категории модальности и темпоральности в интернет-меме как образец современного креолизованного текста. *Вестник Рязанского государственного университета им. С.А. Есенина*. 2016 № 1(50). С. 79–87.

20. Канашина С. В. Что такое интернет-мем?. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки.* 20176. № 28 (277). С. 84–90.
21. Качмазова А. У. Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики.* 2016. № 3 (23). С. 108–110.
22. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология.* 2017. № 10 (4). С. 410–424.
23. Лутовинова О. В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена.* 2008. № 71. С. 58–65.
24. Марченко Н. Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества. *Казанская наука.* 2013. № 1. С. 113–115.
25. Мигранова Л. Ш., Кромина Е. И. Интернет-мем как особое средство коммуникации. *Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам* : материалы 3-ей междунар. науч.-практ. конф. / под ред. В. С. Артемовой. 2015. С. 239–243.
26. Мишина О. В. Средства создания комического в видеовербальном тексте (на материале английского юмористического сериала «Monty Python Flying Circus») : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.04. Самара, 2007. 25 с.
27. Нежура, Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета. *Теория языка и межкультурная коммуникация.* 2012. № 2. С. 47–52.
28. Патрушева Л. С. Функционально-стилистические особенности форума как жанра интернет-коммуникации. *Вестник Удмуртского университета.* 2013. № 4. С. 128–134.
29. Распопина Е. Ю. Стратегический аспект информационного жанра интернет-дискурса : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : 10.02.19. Иркутск, 2012. 21 с.

30. Рязанцева Т. Н. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения. *Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультурная коммуникация*. 2007. № 1. С. 202–211.
31. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры. *Культура в современном мире*. 2013. № 3. URL: [http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM\\_archive/articles/2013/03/2013-03\\_r\\_kvм-s3.pdf](http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvм-s3.pdf) (дата звернения: 05.09.2019).
32. Саидова З. Э. Мем как универсальный феномен интернет-культуры (на материале русского, английского и чеченского языков). *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов, 2017. № 1 (67). С. 175–178.
33. Сорокин, Ю.А. Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. *Оптимизация речевого воздействия*. 1990. С. 180–186.
34. Часовский, Н. В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации. *Ученые записки Забайкальского государственного университета. Филология, история, востоковедение*. 2015. № 2 (61). С. 124–127.
35. Щурина Ю. В. Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров. *Жанры речи*. 2014а. №1-2 (9-10). С.147–153.
36. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. *Научный диалог*. 2012. № 3. С. 160–171.
37. Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии. *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2014б. № 6 (59). С. 85–89.
38. Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации. *Вестник Новгородского государственного университета им. Я. Мудрого: научно-теоретический и прикладной журнал. Филология. История*. Великий Новгород, 2010. № 57. С. 82–86.
39. Щурина Ю. В. Прецедентные элементы в структуре малых речевых жанров комического. *Российский лингвистический ежегодник*. Красноярск, 2006. № 1(8). С. 77–84.

40. Ahotita no joven URL: <https://knowyourmeme.com/memes/ahorita-no-joven> (дата звернення: 05.11.2019).
41. Blackmore S. *The Meme Machine*. United States : Oxford University Press, 1999. 264 p. URL: [http://sociology.morrisville.edu/readings/SOCI201/Susan\\_Blackmore-The\\_Meme\\_Machine.pdf](http://sociology.morrisville.edu/readings/SOCI201/Susan_Blackmore-The_Meme_Machine.pdf) (дата звернення: 13.05.2019).
42. Börzsei L. K. Makes a meme instead: A concise history of internet memes. *New Media Studies Magazine*. 2013. №. 7. 28 p.
43. Burgess T. Friday Fun: What Different Types of Memes Say About IT Service Management Professionals. – URL: <http://blog.samanage.com/friday-fun/friday-fun-what-different-types-of-memes-say-about-it-service-management-professionals> (дата звернення: 05.11.2019).
44. Castañeda W. M. Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y estetizantes. *KEPES*. 2015. № 11. P. 9–33.
45. Danung J., Attaway L. H. All your media are belong to us: An analysis of the cultural connotations of the internet meme. 2008. URL: [http://bth.danung.com/danung\\_rsch.doc](http://bth.danung.com/danung_rsch.doc) (дата звернення: 05.11.2019).
46. Dawkins R. Just for Hits. *The Saatchi & Saatchi New Directors' Showcase*. 2013 URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GFn-ixX9edg> (дата звернення: 05.11.2019).
47. Dennet D. *Darwins Dangerous Idea*. United States : Simon & Schuster, 1995. 586 p. URL: <http://www.inf.fu-berlin.de/lehre/pmo/eng/Dennett-Darwin'sDangerousIdea.pdf> (дата звернення: 13.05.2019).
48. El meme de la mujer que le grita a un gato está en todos lados, pero ¿de dónde salió? URL: <https://www.elcomercio.com/afull/historia-meme-mujer-grito-gato.html> (дата звернення: 09.09.2019).
49. El origen del meme viral del gato y la mujer: quién lo creó URL: <https://www.infobae.com/america/mundo/2019/08/29/el-origen-del-meme-viral-del-gato-y-la-mujer-quien-lo-creo/> (дата звернення: 09.09.2019).

50. El tobogán de Estepona, cerrado tras dejar varios heridos: «Me tiré y volé dos metros» URL: [https://www.abc.es/sociedad/abci-tobogan-mas-grande-espana-deja-varios-heridos-201905101749\\_noticia.html](https://www.abc.es/sociedad/abci-tobogan-mas-grande-espana-deja-varios-heridos-201905101749_noticia.html) (дата звернення: 09.09.2019).

51. Gatherer D. Why the ‘Thought Contagion’ Metaphor is Retarding the Progress of Memetics. *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*. 1998. № 2. P. 1–21. URL: [http://cfpm.org/jom-emit/1998/vol2/gatherer\\_d.html](http://cfpm.org/jom-emit/1998/vol2/gatherer_d.html) (дата звернення: 13.05.2019).

52. González Espinosa F. Análisis crítico del discurso de los “memes” alusivos al debate sobre paramilitarismo (2014) del Congreso de la República de Colombia. Cali : Universidad del Valle, 2015. 74 p.

53. Kostadinovska-Stojchevska B., Shalevska E. Internet memes and their socio-linguistic features. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*. 2018. Vol. 2. № 4. P. 158–169.

54. Mach L.E. Cat Pictures and Communication The Phenomenon of Internet Memes. URL: [https://www.academia.edu/6991739/Cat\\_Pictures\\_and\\_Communication\\_The\\_Phenomenon\\_of\\_Internet\\_Memes](https://www.academia.edu/6991739/Cat_Pictures_and_Communication_The_Phenomenon_of_Internet_Memes) (дата звернення: 05.11.2019).

55. Memes: Qué son y de dónde salen URL: <http://www.neoteo.com/memes-que-son-y-de-donde-salen-24224/> (дата звернення: 13.05.2019).

56. Muñoz Villar C. El meme como evolución de los medios de expresión social. Santiago : Universidad de Chile, 2014. 47 p.

57. Milner R. M. The world made meme: discourse and identity in participatory media. 2012 URL: [https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/10256/Milner\\_ku\\_0099D\\_12255\\_DATA\\_1.pdf](https://kuscholarworks.ku.edu/bitstream/handle/1808/10256/Milner_ku_0099D_12255_DATA_1.pdf) (дата звернення: 11.09.2019).

58. Salinas P. ¿Sabes cuál es el origen de este famoso ‘meme’? *Redacción MVS Noticias* URL: <https://mvsnoticias.com/noticias/actualidad/sabes-cual-es-el-origen-de-este-famoso-meme-562/> (дата звернення: 10.09.2019).

59. Pérez Salazar G. Teoría del meme. *El meme en Internet. Identidad y usos sociales*. México : Fontamara, 2017. P. 15-68.



60. Reyes Molina N. El lenguaje contemporáneo: entre memes y reacciones de facebook. 2018. 79 p.

61. Top 10: Los mejores video-memes más virales en 2018 URL: <https://trendnews.com.co/top-10-los-mejores-video-memes-mas-virales-en-2018/>

(дата звернення: 09.09.2019).

### **СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ**

62. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М. : Советская энциклопедия, 1966. 245 с.

### **СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ**

63. Відео «Thalia me escuchan, me oyen». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PXLenUeGX3w>

(дата звернення: 10.09.2019).

64. Гіф мем “Auronplay Perfecto” URL: [https://tenor.com/view/auronplay-auron-perfecto-good-bien-gif-7350262?utm\\_source=share-](https://tenor.com/view/auronplay-auron-perfecto-good-bien-gif-7350262?utm_source=share-button&utm_medium=Social&utm_content=pinterest)

[button&utm\\_medium=Social&utm\\_content=pinterest](https://tenor.com/view/auronplay-auron-perfecto-good-bien-gif-7350262?utm_source=share-button&utm_medium=Social&utm_content=pinterest) (дата звернення: 10.09.2019).

65. Гіф-мем “Los consejos de Auron #5” URL: <https://giphy.com/ru/nastyscentedblackfly> (дата звернення: 10.09.2019).

66. Cuánto Cabrón URL: <https://www.cuanticabron.com> (дата звернення: 11.09.2019).

67. Cuánta Razón URL: <https://www.cuantarazon.com> (дата звернення: 11.09.2019).

68. Facebook URL: <https://es-la.facebook.com> (дата звернення: 11.09.2019).

69. Instagram URL: <https://www.instagram.com/?hl=es> (дата звернення: 11.09.2019).

70. Memedroid URL: <https://es.memedroid.com> (дата звернення: 11.09.2019).

71. Meme Generator URL: <https://www.memegenerator.es> (дата звернення: 11.09.2019).

72. Pinterest URL: <https://www.pinterest.es> (дата звернення: 11.09.2019).

73. Visto en las Redes URL: <https://www.vistoenlasredes.com> (дата звернення: 11.09.2019).

## RESUMEN

El objeto del estudio en este trabajo son memes de internet en español y sus características lingvocognitivas y comunicativas.

El objetivo consiste en revelar las características principales de los memes de Internet en español como un fenómeno lingüístico y comunicativo en el discurso contemporáneo de Internet.

La base teórica y metodológica: obras de Yu. V. Shchurina, S.V. Kanashina, N. A. Zinovyeva, E.M. Lysenko, E. O. Nezhura, A.U. Kachmazova, M.V. Chasovsky, R.R. Guzaerova, R. Dawkins, S. Blackmore, W.M. Castañeda, etc., y los siguientes recursos en línea: Cuánto cabrón, Cuánta razón, Memedroid, Memegenerator, Visto en las redes, Facebook, Instagram, Pinterest, Youtube.

Los resultados obtenidos: La forma más extendida de los memes en la red española es la forma polimodal que permite transmitir información sobre la fuente de texto o un evento cultural / histórico utilizando canales verbal y visual lo que los convierte en las variedades de fenómenos precedentes. Las propiedades importantes de los memes de Internet son capacidad de replicarse, serialidad, mimetismo, carácter viral y fantástico, estrechamiento deliberado de grupos de enfoque y el humor. Coloquialización, uso de anglicismos, elipsis de estructuras y elevación de tabús se encuentran entre las características lingüísticas básicas de los memes de Internet. Como medio de comunicación, los memes de Internet se utilizan activamente en la red mediante la realización de funciones informativa, emocional, fática, representativa, transmitiva y la de integración.

*Palabras clave: memes, memes de Internet, discurso de Internet, comunicación online, polimodalidad, referencias culturales, humor.*

**Декларація**  
**академічної доброчесності**  
**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Дячкіна Анастасія Геннадіївна, студент(ка) 2курсу, форми навчання денної, факультету іноземної філології, спеціальність мова і література (іспанська), адреса електронної пошти anadyvg@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Лінгвокогнітивні та комунікативні характеристики інтернет-мемів (на матеріалі іспанської мови)» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.