

REFERENCES

1. Archbischof Taushev, A. (2001) "Tutorial on Homiletics", *Rukovodstvo po gomiletike*, Publishing office of Orthodox St. Tikhon Theological Institute, Moscow, Russia, available at: http://aspirantura.org.ua/katalog_kniga_Ukraina_Rossiia_text (access January 15, 2014).
2. Ajsner, L.Yu. "Orthodox Sermon as a Phenomenon of Russian Culture: History and Modernity", *Pravoslavnaia propoved kak fenomen russkoi kultury: istoriia i sovremennost*, Thesis abstract for Cand. Culturology, 24.00.01, Kemerovo State University of Culture and Arts, Kemerovo, Russia.
3. Homiletics: Abstract for 3 Courses (2001), *Gomiletika: Konspekt dlia 3 kursa*, Stavropol, Russia, available at: <http://lib.cerkov.ru/preview/5796> (access January 18, 2014).
4. "Homiletics" (2011), The Orthodox encyclopedia, *Gomiletika, Pravoslavnaia entsyklopediia*, Vol. 12, Moscow, Russia, available at: <http://www.pravenc.ru/text/166109.html> (access January 15, 2014).
5. "Abstract of Lectures on Homiletics" (Class 3) (1970), *Konspekt lektsyi po gomiletike*, Zagorsk, Lavra-Seminaria, available at: www.sedmica.orthodoxy.ru/kdais/kds-gomilet-3.htm (access January 15, 2014).
6. Yartseva, V.N. (ed.) (1990), "Linguistic encephalopathy vocabulary", *Lingvisticheskij entsyklopedicheskij slovar*, Sovetskaia Entsyklopedia, Moscow, Russia, available at: <http://tapemark.narod.ru/les> (access February 2, 2014).
7. Matei, I.K. (2012), "Orthodox Vocabulary in the Modern Russian Language and the Language Consciousness of its Speakers", *Pravoslavnaia leksika v sovremennom russkom yazyke i yazykovom soznanii yego nositelei*, Thesis abstract for Cand. Sc. (Philology.), 10.02.01, Voronezh state pedagogical University, Voronezh, Russia.
8. Sermon (2008), *Propoved*, available at: www.bogoslov.ru/text/293272.html (access January 17, 2014).
9. Kozhina, M.N. (ed.) (2006), "Stylistic Encyclopedic Dictionary of the Russian Language", *Stilisticheskii entsiklopedicheskii slovar russkogo yazyka*, Flinta, Nauka, Moscow, Russia.

УДК 398.23:82.311.5:004:316.77

ИНТЕРНЕТ-МЕМ И АНЕКДОТ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Бережной В. А., аспирант

Запорожский национальный университет, ул. Жуковского, 66, г. Запорожье, Украина

e-mail: legeartis7@gmail.com

В статье делается попытка выявить общие структурные черты анекдотов и интернет-мемов, функционирующих в социальных сетях; разрабатывается классификация интернет-мемов; впервые рассматриваются некоторые аспекты трансформации, происходящей в ряде анекдотов под влиянием интернет-мемов: визуализация, появление дополнительных сюжетных линий, усиление или ослабление комического эффекта и т. п.

Ключевые слова: фольклор, анекдот, мем, интернет-мем, визуализация.

ИНТЕРНЕТ-МЕМ І АНЕКДОТ: ДО ПОСТАНОВКИ ПРОБЛЕМИ

Бережной В.А.

Запорізький національний університет, вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, Україна

e-mail: legeartis7@gmail.com

У статті робиться спроба виявити загальні структурні риси анекдотів та інтернет-мемів, що функціонують у соціальних мережах; розробляється класифікація інтернет-мемів; уперше розглядаються деякі аспекти трансформації, що відбувається в ряді анекдотів під впливом інтернет-мемів: візуалізація, поява додаткових сюжетних ліній, посилення або ослаблення комічного ефекту тощо.

Ключові слова: фольклор, анекдот, мем, інтернет-мем, візуалізація.

TO THE PROBLEM OF INTERNET MEME AND JOKE

Berezhnoi V.A.

Zaporizhzhya National University, Zhukovsky str., 66, Zaporizhzhya, Ukraine

e-mail: legeartis7@gmail.com

This article attempts to identify the common structural features of the jokes and the internet memes, functioning in the social networks; it develops a classification of the Internet memes; some aspects of the transformation, that are taking place in some jokes when they are visualized, are appeared for the first time.

The joke is visualized in the Internet meme because both of these genres have similar features: an entertaining character, a paradoxicality, a conciseness, a relevance, a taboo violation, etc.

When visualizing joke comic effect can be amplified (a metaphorical representation of situations, a color highlighting of phrases, a replacing the author's words with a picture) or it can be decreased (a reproduction of the incomplete original text). The object of the derision can also be changed, the additional values can be introduced (this is peculiar to the variants of a joke in oral use).

If a long joke is visualized, and it turns to the multi-frame comic strip, the additional storylines have to be introduced to bring a diversity (to maintain an interest). It is not typical for the joke. This violates the boundaries of the genre and makes it similar to the artistic humorous work. These trends point to the search for the new forms of expression that are associated with the increasing role of "visual thinking".

Key words: folklore, joke, meme, internet meme, visualization.

В интернете наблюдается тенденция к визуализации анекдота (одного из наиболее популярных жанров городского фольклора) в интернет-меме (не менее популярном жанре сетевого фольклора). Визуализация – переход вербального текста в креолизованный (КрТ), т. е. такой текст, который имеет вербальную и иконическую (изобразительную) составляющую, напр., карикатура, плакат, афиша, комикс и т. д. [1, с. 118], [2]. Интернет-мем – один из наиболее распространенных в Сети жанров, появившийся относительно недавно. Его особенности активно изучаются в научном дискурсе, но многие аспекты еще остаются неразработанными, в частности – визуализация анекдота в произведениях этого жанра.

В связи с этим цель работы – проанализировать формы визуализации анекдота в интернет-меме.

Объект исследования – размещенные в социальной сети «ВКонтакте» интернет-мемы, визуализирующие анекдот.

Коммуникация в интернете имеет ряд особенностей (выделенных в статье В.А. Михайлова и С.В. Михайлова «Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества»), отличающих ее от устной и письменной коммуникации: виртуальность, интерактивность, гипертекстуальность, глобальность, креативность, анонимность, мозаичность [3]. Специфика интернет-пространства влияет и на специфику жанров, возникающих и функционирующих в нем. В связи с этим Е.И. Горошко говорит о возникновении новой области жанроведения – жанровой экологии интернета, занимающейся изучением системы и структуры жанров, бытующих в Сети. В целом история развития и основные вопросы этой области науки, а также различные подходы к разграничению и исследованию жанров в интернете рассмотрены в статьях этого автора [4], [5].

Один из наиболее распространенных в Сети жанров – интернет-мем. Мем – это единица передачи культурной информации, ориентированная на максимальное свое воспроизведение и распространение, т. е. репликацию [6].

Под термином «интернет-мем» понимается мем, место создания и первичного функционирования которого – Интернет. Первичного, т.к. интернет-мем может переходить в письменное (комиксы, печатная реклама), устное бытование (использование в речи фраз типа «Ну ты кэп»), видео и т. д. По месту создания этот жанр, пользуясь терминологией Е.И. Горошко, можно назвать дигитальным (англ. digital – цифровой) [5].

Ю.В. Щурина считает интернет-мемы разновидностью прецедентных феноменов, способных в сжатом виде «передать информацию о тексте-источнике либо о целом культурном/историческом событии» [7, с. 84]. Среда активного функционирования этого жанра – имиджборды (англ. imageboard – доска изображений). Это анонимные форумы, отличающиеся широкими возможностями прикрепления к сообщениям файлов (чаще – графических). Зачастую на таких ресурсах интернет-мемы и появляются (напр., Бчан, Доброчан, Девятый канал и др.). Более подробное описание функционирования имиджбордов – в статье И.В. Ксенофоновой «Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг» [8].

Одни из первых мемов, появившиеся в Сети в начале 2000-х гг., были вербальными (т. н. «олбанский йазык», напр., «превед», «выпей йаду», «пацталом» и т. п.), но затем появились и получили более широкое распространение креализованные тексты. Популярность жанра интернет-мема, причем именно в виде КрТ, во многом объясняется следующими тенденциями в Интернете, отмеченными В.А. Михайловым и С.В. Михайловым: 1) возрастание роли «визуального мышления»; 2) коллективизация и интенсификация совокупного действия («мозговой штурм в десятки тысяч голов») [3]. Первая тенденция свидетельствует в пользу повышения популярности КрТ в Интернете, а вторая указывает на значительное увеличение возможности репликации мемов в Сети по сравнению с письменной и устной коммуникацией.

Рассмотрим соотношенность анекдота и интернет-мема (их источники, стадии функционирования, а также типы мемов, наиболее оптимальные для визуализации в них анекдота).

И.В. Ксенофопова предлагает два источника зарождения интернет-мемов: 1) появление в Сети глупого/нелепого вопроса или опечатки; 2) «на ровном месте» [8, с. 287]. Определение второго источника кажется весьма спорным. Объект, спровоцировавший появление интернет-мема, должен быть необычным (необязательно глупым, он может оказаться и остроумным), и этим вызывать интерес и желание его обыгрывать, реплицировать. В качестве примера второго источника исследователь приводит фразу «Меня интересуют только мыши, их стоимость и где приобрести», которую обычной назвать никак нельзя. Ее незаурядность обусловлена, в первую очередь, несоответствием (скорее всего, непреднамеренным) утилитарного содержания и стихотворного размера, которое и послужило стимулом для введения фразы в мемофонд. Впрочем, поводом для появления интернет-мема может служить не только вербальный текст, но и графическое изображение, видео, ситуация и т. д., если в них есть нечто необычное (напр., мем «Свидетель из Фрязино» – свидетель на свадьбе, одетый в кожаную куртку и белые спортивные штаны – стал популярен с 2006 г. в связи с появлением в Сети соответствующей фотографии). Необычность, незаурядность – черты, характерные и для анекдота (столкновение смыслов в точке его пуанты).

М.А. Кронгауз выделяет 4 стадии функционирования интернет-мема: 1) создание и первоначальная реакция; 2) распространение (видоизменение, «проба» новых контекстов и ситуаций); 3) использование мема (постепенная потеря энергии, бытование «по инерции»); 4) угасание или изменение статуса [9]. Эти стадии совпадают со стадиями бытования фольклорных произведений. Анекдот визуализируется в интернет-меме на второй и третьей стадии его функционирования, когда происходит, по выражению М.А. Кронгауза, «коммуникативная экспансия», в поле которой попадает и жанр анекдота.

О.А. Воронина различает две степени креализации («спаянности») вербального и иконического компонентов в карикатуре, которые (с некоторыми оговорками) можно перенести и на КрТ в целом: 1) полная: по отдельности компоненты не являются самодостаточными (М.Б. Ворошилова обозначает такое явление термином «взаимная

синсемантия» [2]; 2) частичная: один из компонентов факультативен. Ориентируясь исключительно на карикатуру, О. А. Воронина в качестве факультативного компонента называет вербальный [10, с. 17]. В расширенной классификации, распространенной на все КрТ, роль факультативной может играть также иконическая составляющая. Именно в таких текстах и визуализируется анекдот (обязательной частью которого выступает лишь вербальная).

Е.А. Нежура выделяет некоторые типы интернет-мемов, выраженных через КрТ: демотиватор (изображение, расположенное в одноцветной, чаще – черной, рамке и подпись под ним), эдвайс (изображение определенного персонажа на разноцветном фоне и подпись, отображающая типичное мышление или поведение этого персонажа), интернет-комикс (лаконичный комикс, обычно из 2-4 кадров, отличающийся минимализмом в оформлении и шаблонными элементами) [11]. Классификация неполная, в нее не включены еще ряд КрТ: т. н. «Аткрытки», мемы, не относящиеся к эдвайсам из-за отсутствия многоцветного фона, и т. д.

Более широкая типология интернет-мемов (включающая не только КрТ) предлагается Ю.В. Щуриной:

1) текстовый мем (слово, фраза: «Превед», «Афтар жжот»);

2) мем-картинка:

а) узнаваемое изображение (сова, Ктулху);

б) фотожаба (изображение, которое выглядит смешным и/или необычным в результате обработки в фотопроцессоре или другом графическом редакторе);

3) видеомем (комические видеосюжеты с большим количеством просмотров);

4) креолизованный мем (состоящий из текстовой и визуальной части: Кэп, Филологическая дева) [12].

Впрочем, некоторые пункты этой классификации спорны или требуют дополнения. Так, к типу «узнаваемых изображений» следует отнести также лица, изображающие определенные эмоции – т. н. «мем-фейсы» (трололо, фейспалм, forever alone и т. п.).

Учитывая достаточно широкое понимание слова «текст» в научном дискурсе, вместо «текстового мема» корректнее использовать термин «вербальный мем».

В роли интернет-мема могут выступать также элементы структуры определенной картинки (комикса, он-лайн-переписки и т. д.) и фразы, порождающие определенную структуру картинки. Их можно выделить в отдельный тип интернет-мемов (мем-структуры). Соответственно, первые будут относиться к подтипу «графические структуры», а вторые – «структуры вербальные». К этому же типу относятся демотиваторы (на основе устоявшегося в них принципа расположения графических и вербальных частей) и фотожабы (структура которых заключается в искажении/замене уже существующих и/или добавлению новых элементов на фотографиях).

В такой классификации эдвайсы (адвайсы) следует отнести к подтипу графических мем-структур, т. к. они строятся по принципу размещения фраз на заданном фоне (Филосораптор, Филологическая дева, Сумасшедший волк и т. д.), при этом фразы напрямую зависят от характера персонажа эдвайса.

Принимая во внимание эти изменения, можно предложить следующую классификацию интернет-мемов:

1) вербальный мем («превед», «пацталом», «Ну ты кэп»);

2) мем-изображение (мем-фейсы, в число которых входят не только нарисованные лица, и изображения в полный рост, но и фото реальных людей, пользующихся популярностью в Сети, напр., Джигурда, Петросян и пр.);

3) видеомем (видеоролик, многократно воспроизводимый и обыгрываемый);

4) мем-структура:

а) вербальная структура (слово/фраза, влияющие на расположение частей, напр., «Ожидание – Реальность», «[Нечто] – Что ты делаешь – Ахаха – Прекрати»);

б) графическая структура (элементы структуры картинки, напр., он-лайн-переписки или он-лайн-комикса);

в) структурное расположение частей (сам принцип этого расположения, напр., демотиватор);

г) фотожаба (здесь повторяется искажение/замена некоторых элементов на исходной фотографии).

С учетом большого количества интернет-мемов и их постоянной динамики, эта классификация не претендует на всеохватность материала и в дальнейшем, возможно, будет изменяться.

В рамках исследования просмотрено более 2000 картинок, из которых отобраны и проанализированы 45 интернет-мемов, визуализирующих анекдоты. Источники:

1) группа «1001 мем» (<http://vk.com/mem1001>) в социальной сети «ВКонтакте», которая насчитывала наибольшее количество участников (1382603 по состоянию на 15.12.2013) по ключевым словам «мем», «мемы» и имела много групп-конкурентов с аналогичным названием («1001 мем» – по названию одноименного сайта), но со значительно меньшей аудиторией. Выборка интернет-мемов проводилась с 15.11.2013 по 15.12.2013. Просмотрено более 1000 картинок, отобрано 14;

2) группа «Комиксы Stare Dad [StareDad]» (<http://vk.com/club13165262>) «ВКонтакте» (6520 участников по состоянию на 15.12.2013). В группе расположены комиксы не только на русском, но и на английском (зачастую первоисточники). Просмотрены все интернет-комиксы на русском языке (более 700 штук, которые размещались с 17.11.2009 по 06.08.2013), из них отобрано 15;

3) группа «Комікси/меми по-українськи» (<http://vk.com/ukrcomics>) «ВКонтакте» (356 подписчиков по состоянию на 31.12.2013). Просмотрено 449 картинок, размещенных с 19.03.2012 по 14.07.2013, из них отобрано 16.

На этих ресурсах представлены все виды интернет-мемов (кроме видеомема). Визуализации анекдота обнаружены в графических структурах (комиксы Stare Dad) с элементами вербального мема («Неси ружье сын») и фотожабы (в руках сына дорисована сабля), в мем-структурах (структурном расположении частей) и интернет-комиксах с использованием мем-изображений. Все эти рисунки относятся одновременно и к мемам, и к КрТ.

Рассмотрим некоторые особенности визуализации анекдота в интернет-мемах (орфография и пунктуация оригинала сохранена).

Описываемая в анекдоте ситуация может изображаться метафорически. Напр., в меме «Купи лезвия, пену и носки перед 23-м февраля, поставь жену в тупик» помимо вербальной составляющей, присутствует и иконическая: женщина, задумчиво стоящая у глухой стены перед дорожным знаком «тупик».



Рис.1. Інтернет-мем с добавлением иконической составляющей после пуанты
 символизирующей эмоцию, соответствующую реплике. Последний кадр – без реплики, на нем изображено очень злое лицо девушки, получившей ответ о сосиске (Рис. 1).

Для усиления комического эффекта может использоваться цветовое выделение фразы из пуанты. Напр.:

– Профессор, чтобы сдать этот экзамен, я готова на все!

– На все?

– На ВСЕ!

– Ну, так идите и выучите.

При визуализации этого анекдота последняя фраза сокращается до одного слова «ВЧИСЬ», которое выделяется красным цветом и помещается на черном фоне последнего кадра с мем-фейсом «angry dark stare» (злобно пялящийся человек). Интересно в этом меме и соотношение особенностей замены паравербальных средств в вербальном тексте и в КрТ. Так, усиление двусмысленности фразы «готова на все» (в устном бытовании подчеркиваемой интонационно) в первом случае происходит за счет перевода слова «все» в верхний регистр, а во втором – за счет использования мем-фейса «me gusta», символизирующего удовольствие от чего-то отвратительного (зачастую – пошлого). Мем-фейс в этом случае дает более объемное и наглядное представление о ситуации, чем вербальное средство.

Слова автора в меме могут заменяться иконической составляющей. Напр., при визуализации следующего анекдота:

Два адвоката заходят в кафе, заказывают напитки и достают бутерброды.

– Извините, – говорит бармен, – но у нас нельзя есть свою еду.

Адвокаты переглядываются, пожимают плечами и меняются своими бутербродами...

В меме сохраняется только единственная фраза «Хлопці, тут не можна їсти свою їжу». В результате, с одной стороны, сокращается время восприятия пуанты, что усиливает комический эффект. С другой стороны, из-за того, что никак не обозначена профессия персонажей, смещаются акценты, меняется объект высмеивания. В первоначальной

версии речь идет о юридических уловках, а в меме они заменяются абстрактной человеческой хитростью/находчивостью.

При визуализации анекдота (как и при устном исполнении) возможна вариативность:



Рис.2. Интернет-мем с трансформацией образа персонажа

– Бабуля, я доеду до центра?

– Нет, сынок!

Пассажир выскакивает на следующей остановке.

Бабуся, кряхтя, усаживается на его место: "А я доеду!"

В интернет-меме из всех слов автора сохранены (в качестве ремарок) только следующие: «Автобус. Заходит мужик» и «Вийшов з автобуса» (возможно, создатель мема забыл полный текст). В результате этого теряется часть комического эффекта и трансформируется образ одного из персонажей –

бабушки (в первом варианте она хитростью получает место в транспорте, а во втором обманывает человека ради самого обмана, что подчеркивает и мем-фейс «I lied» (я солгал) в последнем кадре). Акцент смещается с поступка персонажа на его эмоцию (во многом благодаря использованию мем-фейса) (Рис. 2).

В интернет-комиксах на основе мем-структур (имеющих, как правило, форму диалога) пауза в речи передается с помощью кадра с изображением персонажа, который должен отвечать, но без вербального наполнения (без реплики). Ответ персонаж дает в следующем кадре. Часто этот прием используется в комиксах Staredad, и зачастую – перед пуантой (для усиления комического эффекта). Напр., при визуализации следующего анекдота:

– Папа, я потерял свои таблетки! Голубенькие, ты их не видел?

– У нас есть проблема и похуже, сынок...

– Какая?

– НА КУХНЕ ДРАКОН!!!

Перед кадром с последней фразой расположен кадр с молчащим отцом. Комизм пуанты в этом меме подчеркнут не только паузой, но и расширенными зрачками отца (дорисованными в графическом редакторе) на последнем кадре.

Нередко текст с анекдотом просто помещается на одноцветный или разноцветный фон. В этом случае используется структурно расположение частей. Зачастую такая визуализация обусловлена не только стремлением к привлечению внимания реципиента, но и тем, что в ряде групп участники при просмотре постов «перелистывают» их, и в окне такого «перелистывания» отображаются лишь файлы с изображениями, а не тексты.

Иногда мем-фейсы вносят дополнительные значения, которых не было в анекдоте до визуализации. Напр., в анекдоте «Русская семья в представлении американской» фраза сына: «Мам, я пойду поиграю с медведем» высмеивает стереотипные представления о

том, что в России медведи свободно ходят по улицам, а дети даже играют с ними. В меме вместо обычного медведя изображен Pedobear, что вносит в текст пошлые коннотации.

Если визуализируется большой по объему анекдот, и комикс получается многокадровым, для внесения разнообразия (поддержания интереса) вводятся дополнительные сюжетные линии (никак не влияющие на развитие основного сюжета, но тоже вызывающие смех), что в принципе не характерно для анекдота.

В качестве примера можно привести анекдот, в котором жаба оказывает ряд услуг парню (мужчине), а в качестве благодарности за помощь просит поцеловать ее, после чего превращается в девушку, не достигшую совершеннолетия. Анекдот имеет много вариантов, которые, как правило, заканчиваются фразой «Вот так, господа присяжные, эта несовершеннолетняя девочка оказалась в номере моего подзащитного/в моем номере». После визуализации этот анекдот превратился в одиннадцатикадровый интернет-комикс. В качестве второстепенных персонажей были добавлены девочка из фильма «Звонок» (в роли дочери главного персонажа), омская птица (Winged Doom), Бэтмен и др. В кадрах они расположены на заднем плане и не связаны ни между собой, ни с основной сюжетной линией. Заметить их можно лишь при достаточно внимательном рассмотрении каждого кадра. С одной стороны, это соответствует многоуровневости текста в эпоху постмодерна, когда один из уровней рассчитан на «массового читателя», а остальные – на читателя более внимательного, обладающего к тому же широкими фоновыми знаниями. С другой стороны, это нарушает односюжетность (один из основных жанровых признаков анекдота).

Некоторые интернет-комиксы, создающиеся на основе мем-структур, уже сами по себе ориентированы на определенную тематику, напр., «Повар-расист» (см. группу «ВКонтакте» http://vk.com/povar_rasist). Анекдоты визуализируются в них чаще, чем в других мемах, но тексты при этом должны соответствовать заданной теме.

В комментариях (если возможность комментирования доступна) пользователи (читатели) нередко указывают, что первоисточником того или иного мема выступает анекдот. Например, в группе «Комиксы Stare Dad [StareDad]» размещены как нейтральные (просто констатирующие) комментарии («Анекдот такой есть»), «по анекдоту»), так и оценочные: осуждающие повторяемость известных текстов («хм.. на старые анекдоты можно комиксов 500 нарезать..»), подчеркивающие превосходство текста в устном бытовании над текстом визуализированным («анекдот звучал интересней»). В некоторых мемах сам автор указывает первоисточник (напр., внизу картинки пишется: «По мотивам анекдота»).

Итак, анекдот визуализируется в интернет-меме на стадии распространения и использования («коммуникативной экспансии») последнего. Происходит это в КрТ с частичной «спаянностью», иконический элемент в этом случае факультативен. Анекдот визуализируется в мем-структурах (графической и структурном расположении частей). При этом в таких структурах нередко используются мем-изображения и фотожабы. Все эти рисунки относятся одновременно и к мемам, и к КрТ, т. к. и первые, и вторые имеют черты, сходные с чертами анекдотов (развлекательный характер, парадоксальность, лаконичность, актуальность, нарушение табу и пр.).

При визуализации анекдота комический эффект может как усиливаться (введение немой сцены перед пуантой, цветовое выделение фразы, замена слов автора иконической составляющей), так и снижаться (воспроизведение неполного текста оригинала). Также может меняться объект высмеивания, могут вноситься дополнительные значения (что отчасти свойственно и вариантам анекдота в устном бытовании). Нехарактерно для анекдота введение дополнительных сюжетных линий, происходящее при его визуализации. Это нарушает границы жанра и приближает его к художественному юмористическому произведению. Такие тенденции свидетельствуют о поисках новых

форм выражения, связанных, в том числе, и с возрастанием роли «визуального мышления». Интернет-мемы могут быть исследованы с точки зрения соблюдения орфографических норм, а также многих других лингвистических аспектов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина. – М. : Логос, 2003. – 173 с.
2. Ворошилова М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. – Вып. 20. – Екатеринбург, 2006. – С. 180–189.
3. Михайлов В.А. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В.А. Михайлов, С.В. Михайлов // Сборник научных трудов "Актуальные проблемы теории коммуникации". – СПб : Изд-во СПбГПУ, 2004. – С. 34–52.
4. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Вып. 6 «Жанр и язык». – Саратов : Издательский центр «Наука», 2009. – С. 111–127.
5. Горошко Е.И. Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области / Е.И. Горошко // Жанры речи. – Вып. 5. «Жанр и культура». – Саратов : Издательский центр «Наука», 2007. – С. 370–389.
6. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М. : Мир, 1993. – 318 с.
7. Щурина Ю.В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Вестник Новгородского государственного университета им. Я. Мудрого: научно-теоретический и прикладной журнал. – Серия «Филология. История». – № 57. – Великий Новгород, 2010. – С. 82–86.
8. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И.В. Ксенофонтова // Интернет и фольклор. Сборник статей. – М. : Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. – С. 285–294.
9. Кронгауз М.А. Мемы в интернете: опыт деконструкции / М.А. Кронгауз // Наука и жизнь. – 2012. – № 11. – С. 127–131.
10. Воронина О.А. Карикатура как вид креолизованного текста / О.А. Воронина // Вестник ЦМО МГУ. – 2009. – № 2. – С. 14–18.
11. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета / Е. А. Нежура // Теория языка и межкультурная коммуникация. – 2012. – № 2 (12). – С. 47–52.
12. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Научный диалог. – 2012. – №3. – С.161–173.

REFERENCES

1. Valgina, N.S. (2003) "Theory of the text", *Teoriia teksta*, Logos, Moskow, Russia.
2. Voroshilova, M. B. (2006), "Creolized text: aspects of the study", *Kreoilizovanniy tekst: aspekty izucheniia*, Politicheskaiia lingvistika, issue 20, pp. 180–189.
3. Mihaylov, V.A, Mihaylov, S.V. (2004) "Special development features of information-communicational environment in modern world", *Osobennosti razvitiia informatsionno-kommunikativnoi sredy sovremennoho obshchestva*, Sbornik nauchnykh trudov "Aktualnyie problemy teorii kommunikatsii", pp. 34–52.
4. Goroshko, Ye.I. (2009) "Internet genre and functioning of language on the Internet: an attempt to reflection", *Internet-zhanr i funktsionirovaniie yazyka v Internete: popytka refleksii*, Zhanry rechi, issue 6 "Zhanr i yazyk", pp. 111–127.

5. Goroshko, Ye.I. (2007) "Theoretical analysis of Internet genres: to the description of the problem area", *Teoreticheskii analiz Internet-zhanrov: k opasaniuu problemnoi oblasti*, Zhanry rechi, issue 5 "Zhanr i kultura", pp. 370–389.
6. Dawkins, R. (1993) "The Selfish Gene", *Egoisticheskii gen*, Mir, Moscow, Russia.
7. Scchurina, Yu.V. (2010) "Comic creolized texts in Internet communication", *Komicheskiiye kreolizovannyye teksty v internet-kommunikatsii*, Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Ya. Mudrogo: nauchno-teoreticheskii i prikladnoi zhurnal, – no. 57, pp. 82–86.
8. Ksenofontova, I.V. (2009) "Specificity of communication in terms of anonymity: memetics, imageboard, trolling", *Spetsyfika komunikatsii v usloviakh anonimnosti: memetika, imidzhbordy, trolling, Internet i folklor*. Sbornik statei, pp. 285–294.
9. Krongauz, M.A. (2012) "Memes on the Internet: the experience of deconstruction", *Memy v internete: opyt dekonstruktsii*, Nauka i zhizn, no. 11, pp. 127–131.
10. Voronina, O.A. (2009) "Caricature as a kind of creolized texts", *Karikatura kak vid kreolizovannogo teksta*, Vestnik SMO MGU, no. 2, pp. 14–18.
11. Nezhura, Ye.A. (2012) "New types of creolized texts in the communicative space of the Internet", *Novyye tipy kreolizovannykh tekstov v kommunikativnom prostranstve interneta*, Teoriia yazyka i mezhkulturnaia komunikatsiia, no. 2 (12), pp. 47–52.
12. Shchurina, Yu.V. (2012) "Internet Meme as a Phenomenon of Internet Communication", *Internet-memy kak fenomen internet-kommunikatsii*, Nauchnyi dialog, no. 3, pp.161–173.

УДК 811.111:81'367.2.,653"

СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ДАВНЬОАНГЛІЙСЬКОГО КВАЗІБЕЗОСОБОВОГО РЕЧЕННЯ З ПОЗИЦІЇ ТЕОРІЇ УПРАВЛІННЯ ТА ЗВ'ЯЗУВАННЯ

Бігдан М.В., аспірант

*Житомирський державний університет імені Івана Франка,
вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, Україна*

2331533@mail.ru

У статті розглядаються сучасні генеративні підходи та методи вивчення еволюції давньоанглійських квазібесособових речень. Запропоновані методики дослідження спираються на теорію управління та зв'язування Н.Хомського, що дало змогу проаналізувати структурні зміни імперсоналій та варіативність їх поверхневих реалізацій в англійській мові VII–XI ст.

Ключові слова: квазібесособове речення, теорія управління та зв'язування, діахронія, деривація, синхронний зріз.

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ДРЕВНЕАНГЛИЙСКОГО КВАЗИБЕЗЛИЧНОСТНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ С ПОЗИЦИИ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ И СВЯЗЫВАНИЯ

Бигдан М.В.

*Житомирский государственный университет имени Ивана Франко, ул. Большая
Бердичевская, 40, г. Житомир, Украина*

2331533@mail.ru

В статье рассмотрены современные генеративные подходы и методы изучения эволюции древнеанглийских квазибезличных предложений. Предложенные методики исследования основаны на теории управления и связывания Н.Хомского, что позволило проанализировать структурные