

Г.В. Денисова

доктор культурологии, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

О.В. Смирнова

кандидат филологических наук, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Galina V. Denissova

Doctor of Culturology, Lomonosov Moscow State University

Olga V. Smirnova

Candidate of Philology, Lomonosov Moscow State University

Лингвокультурные особенности восприятия российских и китайских интернет-мемов: результаты компаративного исследования

Linguocultural peculiarities of perception of Russian and Chinese Internet memes: results of a comparative study

Ключевые слова: интернет-мем; креолизованный мем; культурная парадигма; визуальный язык; восприятие; прецедентность.

Key words: Internet memes; ethnic and cultural peculiarities; cultural paradigm; visual language; perception; precedence.

Работа посвящена анализу типологических и содержательных особенностей интернет-мемов на тему COVID-19 в России и в Китае. Данная тематика была выбрана в связи с ее острой актуальностью, а также с тем, что несмотря на внимание к мемам специалистов из самых разных областей науки [Шомова 2018], [Brodie 1996], [Castaño 2013], [Davison 2012], [Dawkins 1976], [Jiang 2012], [Vartanova 2019] и др, на сегодняшний момент интернет-мем изучен недостаточно полно именно как знак, выполняющий в общении функцию культурного кода и неразрывно связанный с проявлением этнокультурной идентичности. В этой связи особую важность приобретают кросс-культурные исследования, нацеленные на выявление особенностей формы и содержания интернет-мемов, а именно того, как разные национальные мемы могут различаться степенью структурной сложности и точностью отражения действительности [Smirnova, Denissova, Svitich, Lin, Steblovskaia 2020: 166].

Интерпретация мемов как жанра образной реальности основана на совместном функционировании трех взаимосвязанных элементов: визуального ряда, вербального компонента и социокультурного образа. Образная реальность проявляется как сложная социокультурная и

психическая реальность, важнейшей чертой которой является регулирование соотношения общего и частного, субъективного и объективного в становлении образа видимого. Образ восприятия и есть форма «видения», на которую влияют социокультурные аспекты [Лободанов 2013: 257–258]. Существование социальных, мировоззренческих, культурных, этических и иных контекстов порождают уникальные для каждой социокультурной группы образные реальности, не всегда успешно «считываемые» представителями иных культур.

Цель работы: выявление особенностей восприятия интернет-мемов на тему COVID-19 в России и в Китае. Исследование проводилось на основе анализа опроса, проведенного в период с мая по октябрь 2020 г. Выборка была сформирована из интернет-мемов на тему пандемии, которые отбирались из социальных сетей. Общая выборка составила 400 мемов, в том числе 200 – мемы из российского сектора и 200 – мемы из китайского сектора интернета. Респондентов (всего 120) просили оценивать мемы по пятибалльной шкале и давать подробную характеристику особенностей каждого из мемов с особым вниманием к соотношению визуального и текстового образов.

В ходе исследования было установлено, что прецедентность является ведущим компонентом мемов, так как отсутствие фоновых знаний и неспособность «считать» заложенный культурный код препятствуют «расшифровке» семантики и, фактически, десемантизируют мем.

Дальнейшее изучение явления интернет-мемов представляет интерес в контексте понимания роли мемов в формировании информационной повестки и создании информационной картины мира.

Information in today's media sphere is transmitted through a variety of verbal, visual, and auditory channels, using numerous codes, such as cultural, ideological, linguistic, semantic, stylistic, graphic codes, etc. In this context, the phenomenon of the Internet meme, which promptly responds to a newsworthy event and has a viral nature, reflects a wide variety of opportunities for multichannel communication [Shomova 2018], [Brodie 1996], [Castaño 2013], [Davison 2012], [Dawkins 1976], [Jiang 2012], [Vartanova 2019]. At the same time, the Internet meme carries verbal and visual codes of different etymology and offers a unique opportunity to study the ethnocultural features of the present-day media discourse [Smirnova, Denissova, Svitich, Lin, Steblovskaia 2020: 166].

The present research applies Cultural Discourse Studies theoretical paradigm to Internet memes and treats them as samples of using visual culture. Nowadays human discourse is being re-conceptualized as a multi-faced but integrated communicative event, which manifests social interaction using linguistic and other symbolic means and mediums in particular historical and cultural relations. The purpose of the present paper is to show the interrelationship between linguistic means (oral or written) and the contextual meaning implicitly encoded in acts of human communication illustrated by comparing and confronting groups of Russians and the Chinese.

The interpretation of memes as a genre of image reality is based on joint functioning of three interrelated elements: the visual imagery, the verbal component, and the social and cultural image [Lobodanov 2013: 257–258]. The perception of image reality, which is manifested as the relationship between the universal and the particular or the subjective and the objective, is fundamentally influenced by social and cultural aspects. The existence of social, worldview, cultural, ethical, professional, and other contexts generates image realities that are unique for each social and cultural group.

The study was based on the analysis of the survey conducted from May to October 2020. The procedure was focused on how particular Russian and Chinese Internet memes were perceived by 120 respondents. The sample of pandemic-related memes include 200 Russian memes and 200 Chinese memes.

We tried to show that the precedence is the key component of memes, since the lack of background knowledge and the failure to understand the cultural code embedded in the meme prevent the “decoding” of semantics and, in fact, desemanticize the meme.

Further study of the phenomenon of Internet memes is of interest in the context of understanding, on the one hand, the processes of memetization of public consciousness, on the other hand, understanding the role of memes in shaping the information agenda and creating an information picture of the world.

Библиографические ссылки

Лободанов А.П. [Lobodanov A.P.] Семиотика искусства: история и онтология. М.: Изд-во МГУ, 2013.

Шомова С.А. [Shomoa S.A.] Мемы как они есть. М.: Аспект Пресс, 2018.

Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme. Seattle: Integral Press, 1996.

Castaño D., Carlos M. Defining and characterizing the concept of Internet Meme // Revista CES Psicología. 2013. 6 (2). P. 82–104.

Davison P. The Language of Internet Memes // Mandiberg M. (ed.) The Social Media Reader. N.Y: NY University Press. 2012. P. 120–134.

Dawkins R. The Selfish Gene. Oxford: Oxford University press, 1976.

Jiang Y. On the Formation, Replication and Transmission of Strong Memes and their Cognitive Psychological Motivations // *Theory and Practice in Language Studies*. 2012. 2 (2). P. 398–401.

Smirnova O., Denissova G., Svitich L., Lin Ch., Steblovskaia S. Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China. *Psychology in Russia: State of the Art*. 2020. 13 (4). P. 148–167.

Vartanova E. 2019. Russian media change as a cultural process. *European Journal of Communication*. 34 (2). P. 205–210.