

ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК СРЕДСТВО ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

В. В. Никифорова

*Белорусский государственный университет,
nikifororova08studie@mail.ru,
научный руководитель – Е. В. Локтевич, кандидат филологических наук,
доцент*

Целью статьи является осмысление феномена интернет-мема как средства популяризации художественной литературы в молодежной среде. Исследование мем-дискурса осуществляется в связи с маркетинговыми стратегиями интернет-среды. Утверждается, что интернет-мемы являются эффективным средством продвижения книги лишь на начальном этапе и в дальнейшем требуют дополнительной информационной поддержки других творческих и образовательных мероприятий.

Ключевые слова: интернет-мем; медиaprостранство; русская литература; продвижение литературы.

Интернет-пространство в современной культуре можно рассматривать как особую информационную, социальную, психологическую и лингвистическую зону взаимодействия различных субъектов [1, с. 46]. Включенность художественно репрезентированных мемов в это пространство оправдана актуальным запросом на создание многофункциональных средств коммуникации молодежи.

В научном дискурсе тема интернет-мемов активно рассматривается с 2010-х гг. в связи с проблемами общей коммуникации (Ю. В. Щурина, Л. В. Ухова), как феноменологическое явление (К. Л. Рыжков, Л. В. Моисеенко, С. В. Канашина) и знак современного медиaprостранства (Р. Р. Гузаерова), в фокусе подходов к классификации (К. Л. Рыжков) и построению коммуникации с целевыми аудиториями (И. П. Шибут), как инструмент рекламы и продвижения товаров и услуг (В. В. Астурян). Вместе с тем «феномен интернет-мемов все еще остается малоизученным» [2, с. 410].

Мем-дискурс охватывает широкий спектр разных сфер жизни человека, включая рекреационно-художественную, важным направлением которой является литература. Осмысление реализации мем-технологий в репрезентации литературного творчества позволяет увидеть перспективу изучения интернет-мемов в контексте литературоведения. Однако исследование интернет-мемов как средства популяризации литературы и личности писа-

теля неизбежно сопряжено и с изучением маркетинговых приемов, путей влияния интернет-среды на формирование конкретного мнения, что играет решающую роль в продвижении среди пользователей того или иного культурного явления.

Понятие *мем* рассматривается Р. Докинзом как *идея, образ, объект культуры* (чаще нематериальной), который понимается значительной частью общества и имеет увеселительные цели [3, с. 162]. Те мемы, которые распространились в цифровой среде, получили название «интернет-мемы». К отличительным характеристикам мемов можно отнести *смысловую бесплодность* (бессмысленность) в отрыве от их сформировавшей культурной среды, а также *последовательную многозначность*, позволяющую использовать мем в дальнейшем как самостоятельную единицу речи [4, с. 51]. Функционал интернет-мемов довольно богат: интеграционная и информационная функции (формируют идентичность участника сообщества), эмоциональная (становится шаблоном эмоциональной реакции) и нормативная (участвует в формировании норм и ценностей определенного сообщества) [5, с. 2]. Немаловажной является игровая функция мема: здесь *игра* понимается как средство оформления характерных черт интернет-общения, предполагающего дальнейшее декодирование оформленных смыслов участником коммуникации [3, с. 161]. Ю. В. Щурина предлагает дифференцировать интернет-мемы по способу выражения (текстовые, изображения, гифы, медиамемы, комбинированные креолизованные) и по структуре (двусоставные, компаративные, метамемы) [3, с. 164]. Таким образом, существуют некоторые теоретико-методические наработки, позволяющие системно описать мем.

Мем – это единица коммуникативной памяти определенного сообщества, причастность к которому означает, что участник понимает мем, может воспроизвести шаблон шутки и узнать цитаты из нее [6, с. 549]. Так, интернет-мемы, посвященные художественной литературе, в основном распространены в тематических группах социальной сети «ВКонтакте» («Литературные мемы», Literature Memes и т. д.). Литературные мемы нельзя назвать общераспространенными в интернет-среде; они узконаправленные и предназначаются скорее для мотивированной аудитории. В изучении интернет-мемов существенным является намеренное сужение фокус-группы, на которую направлен интернет-мем и которая может его понять, оценить [3, с. 163]. В данном случае фокус-группой являются подписчики тематических групп и аккаунтов, изначально интересующиеся художественной литературой.

Мемы традиционно являются областью юмора «для посвященных», и в разгадке этих смыслов заключается их игровая функция. Важно отметить, что литературные мемы продвигают не всю литературу, а конкретных

авторов, произведения и эпохи. Чаще всего в интернет-мемах «отзеркаливаются» литература из учебной программы средней образовательной школы. Вероятно, это связано с тем, что, несмотря на игровую функцию, мем должен быть понятен широкой аудитории. В качестве примера продвижения конкретного литературного произведения можно привести мем из группы «ВКонтакте» Literature Memes о романе М. А. Булгакова «Мастер и Маргарита» (Рис. 1).

**Мы с другом: *даём
мелочь какому-то
бомжику*
Он с нами следующие
два часа:**



Рис. 1. Мем о романе «Мастер и Маргарита»

Элемент игры здесь проявляется в том, что заглавие романа не называется. Декодирование смысла мема предполагает предварительные знания о месте действия, героях и сюжете произведения, предполагает, что пользователь вспоминает произведение и его автора. Таким образом осуществляется популяризация книги среди аудитории группы: мем и вся связанная с ним информация остаются в сознании индивида. Если реципиент не может его декодировать, он старается найти дополнительную информацию, начинает «игру», пишет комментарии и приходит к «разгадке» послания. По такому принципу функционируют все литературные мемы: их популяризация происходит посредством узнавания и последующего распространения среди аудитории. Решающим фактором здесь становится единство юмора и узнаваемости.

Еще одним видом литературных мемов можно назвать тот, который продвигает всю художественную литературу в целом. Риторика таких мемов

основана на стереотипах о трагическом пафосе характера русской литературы (Рис. 2–3):

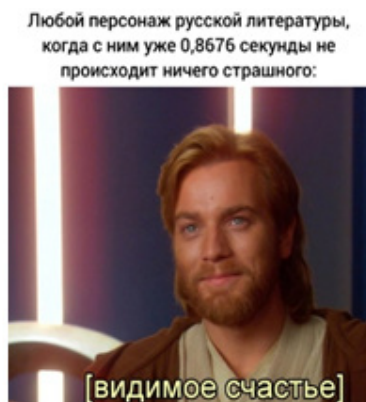


Рис. 2–3. Мемы о произведениях русских классиков

Такие мемы формируют среди основной аудитории тематических групп конкретное мнение о классической литературе, которое закрепляется в сознании индивидов именно благодаря многократному повторению частной художественной позиции, и «работают» на популяризацию русской классики.

Отметим, что большинство литературных мемов являются синтезом узнаваемых мультипликационных и/или кинематографических «историй», ставших в свое время мемами, и литературного явления. Например, рис. 2 – трансформированный мем «Гомер читает предсказание» из мультсериала «Симпсоны». Оригинальные мемы (например, рис. 1) встречаются гораздо реже и характеризуются меньшей степенью узнаваемости.

Таким образом, интернет-мемы можно рассматривать в качестве эффективного метода популяризации художественной литературы в медиасреде. Главным методом продвижения можно назвать синергию юмора и многократного повторения определенной утверждающей позиции. Однако было бы неправильно полагать, что продвижение через мемы может быть самым эффективным способом популяризации литературы в молодежной среде: основной функцией интернет-мема все-таки является развлекательная.

Интернет-мемы могут быть достаточно продуктивными, когда их основной целью является повышение узнаваемости литературного явления. На первом этапе комплексных мер по повышению популярности русской литературы среди молодежи мемы могут оказаться довольно результатив-

ным средством, но в дальнейшем они потребуют дополнительной информационной поддержки других литературно-художественных и культурно-просветительских мероприятий.

Библиографические ссылки

1. *Литневская Е. И., Бакланова А. П.* Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9, Филология. 2005. С. 46–61.
2. *Лысенко Е. Н.* Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник Санкт-Петербург. ун-та. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424.
3. *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Екатеринбург. С. 160–171.
4. *Гузаерова Р. Р.* Интернет-мем как знак современного медиапространства // Филология и культура. 2017. № 2 (48). С. 50–54.
5. *Шибут И. П., Царева А. В.* Использование мемов в коммуникации с аудиторией новых медиа: творчество, основанное на эмоциях // Мультимедийная журналистика Евразии-2017: журналистская деятельность и ее трансформации в цифровой среде Востока и Запада: материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. Казань: Казан. Федер. ун-т, 2017. С. 1–7.
6. *Лысенко Е. Н., Ефимова Н. В.* Интернет-мемы: коммуникативная память в интернет-сообществах // 75-я научная конференция студентов и аспирантов Белорусского государственного университета [Электронный ресурс]: материалы конф. в 3 ч. Ч. 2, Минск, 14–23 мая 2018 г. / Белорус. гос. ун-т, Гл. упр. науки; редкол.: В. Г. Сафонов (пред.) [и др.]. Минск: БГУ, 2018. С. 548–551.