

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

БЕЛЬБАС ТЕТЯНА ОЛЕКСАНДРІВНА

Допускається до захисту:
к.філол.н., доцент, завідувач кафедри
англійської філології
Ольга ЗАЛУЖНА

« ____ » _____ 2022 р.

АНГЛОМОВНІ ПОЛІТИЧНІ ІНТЕРНЕТ-МЕМИ У ЛІНГВІСТИЧНОМУ
АСПЕКТІ

Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська»
Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури
(переклад включно)»

Магістерська робота

Науковий керівник:
Юрковська Майя Миколаївна,
к.філол.н.,
доцент кафедри англійської філології

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали/за шкалою ЄКТ5/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

Вінниця 2022

АНОТАЦІЯ

Бельбас Т. О. Англомовні політичні інтернет-меми у лінгвістичному аспекті. Спеціальність 035 «Філологія». Спеціалізація 035.041 «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська». Освітня програма «Англійська та друга іноземна мови та літератури (переклад включно)». Донецький національний університет імені Василя Стуса, 2022. – 86 с.

Магістерську роботу присвячено вивченню лінгвістичних особливостей англомовних політичних інтернет-мемів.

Матеріал дослідження містить текстові та візуальні складові політичних інтернет-мемів, обрані методом суцільної вибірки з англомовних сегментів мережі Інтернет. Обсяг вибірки становить 280 одиниць.

Термін політичний інтернет-мем, як один з різновидів політичного креолізованого тексту, являє собою закінчений мовний твір політичної комунікації, формою реалізації якого є візуальна та вербальна складові.

Функцію впливу на реципієнта допомагає реалізувати нейтральна та професійна політична термінологія, а також лексика розмовно-побутового стилю. Серед основних способів словотворення переважають суфіксальні на префіксальні способи. Граматична складова текстів політичних інтернет-мемів зазвичай спрощена. В текстовій частині мему на політичну тематику переважають прості речення, в яких прослідковується випущення артиклів, навмисне спотворення правопису та допущення низки граматичних помилок. Для створення комічного ефекту автори політичних інтернет-мемів активно використовують різноманітні мовностилістичні засоби, як наприклад: мовна гра (фонетична та морфологічна), різні прийоми виразності, а також вдаються до використання шрифтового варіювання та художньо-стилістичного варіювання знаків пунктуації.

Ключові слова: інтернет-мем, політичний інтернет-мем, інтернет-комунікація, креолізація, комічний ефект, мовленнєвий жанр, лінгвістична гра.

SUMMARY

Belbas T. O. English-Speaking Political Internet Memes in Linguistic Aspect. Speciality 035 “Philology”. Specialisation 035.04 “Germanic Languages and Literatures (including translation), first foreign language – English”. Educational Programme “English and second foreign languages and literature (including translation)”. Vasyl’ Stus Donetsk National University, 2022. – 86 p.

The Master’s research paper is devoted to the study of linguistic features of English political Internet memes.

The empirical material of the research includes textual and visual components of political Internet memes, selected by continuous sampling from English-speaking segments of the Internet. The sample size is 280 units.

The term political Internet meme, as one of the varieties of political creolized text, is a complete linguistic work of political communication, the form of implementation of which is visual and verbal components.

Neutral and professional political terminology, as well as colloquial units help to implement the function of influencing the recipient.

Among the main methods of word formation, suffix and prefix methods prevail. The grammatical component of the texts of political Internet memes is usually simplified. In the text part of the meme on political topics, simple sentences prevail, in which the omission of articles, deliberate distortion of spelling and a number of grammatical errors can be traced. To create a comic effect, the authors of political Internet memes actively use a variety of linguistic and stylistic means, such as: language play (phonetic and morphological), various methods of expression, as well as resort to the use of font variation and artistic and stylistic variation of punctuation marks.

Keywords: Internet meme, political Internet meme, Internet communication, creolization, comic effect, speech genre, linguistic game.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1 ІНТЕРНЕТ-МЕМ ЯК ОБ’ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	9
1.1 Інтернет-мем як лінгвовізуальний феномен.....	9
1.2 Структура та типологія текстів інтернет-мему.....	10
1.3 Інтернет-мем – об’єкт міждисциплінарних досліджень.....	18
РОЗДІЛ 2 ІНТЕРНЕТ-МЕМ ЯК КОМІЧНИЙ ТЕКСТ.....	23
2.1 Сутність та види комічного.....	23
2.2 Поняття комічного у лінгвістичному аспекті.....	32
2.3 Взаємодія вербальних та невербальних складових у створенні комічного змісту.....	37
РОЗДІЛ 3 МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ІНТЕРНЕТ-МЕМУ.....	40
3.1 Лексико-граматичні та семантичні особливості політичних інтернет-мемів.....	40
3.2 Паралінгвістичні особливості англомовних політичних інтернет-мемів.....	50
3.3 Засоби та прийоми створення комічного в англомовних політичних інтернет-мемах.....	53
3.4 Політична карикатура як прототип сучасного політичного інтернет-мему.....	64
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	78
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.....	86

ВСТУП

У цій роботі досліджується англомовний політичний інтернет-мем як одиниця інтернет-дискурсу, його структура та комічний ефект, що є невід'ємним складником цього типу тексту. В свою чергу, інтернет-дискурс, як зазначає Л. П. Сон, це тип мовного спілкування, зв'язний текст у сукупності із соціокультурними, прагматичними, психологічними та іншими чинниками [50, с. 194–197]. Варто розуміти, що інтернет-дискурс формується та функціонує в глобальній системі сполучених комп'ютерних мереж, яка зв'язує між собою користувачів цих комп'ютерних мереж і дає можливість кожному користувачу обмінюватися різноманітною інформацією з іншими користувачами. Також він надає доступ до практично необмежених інформаційних ресурсів [50].

У сучасному світі комунікація та інтернет-комунікація стали нероздільні. Ми досить часто переносимо реальне спілкування на простори інтернету, але існує феномен, який навпаки, з інтернет-комунікації проникає в наше повсякденне життя, швидко розповсюджується та активно використовується. І назва цього феномену – інтернет-мем. Інтернет-мем є складним утворенням з вербальними та невербальними складниками, які мають культурну цінність і здатність швидко поширюватися в мережі Інтернет [61]. За останнє десятиліття меми перетворились у складне явище інтернет-комунікації, яке привернуло увагу багатьох всесвітньо відомих учених, які вивчають їх соціологічні та лінгвістичні аспекти. Текстуальна частина мемів має унікальні лінгвістичні особливості, які роблять її дуже привабливою для сучасних лінгвістів усього світу, які вивчають мовні засоби, зокрема стилістичні прийоми та образні засоби, типи речень за структурою і правильність їх побудови, орфографію, пунктуацію, лексичний масив з урахуванням аббревіатур і т. д. Вивчення інтернет-мемів тісно пов'язане з аналізом самого поняття *мем* та його особливостей. Розробкою проблематики мему в галузі лінгвістики займалися такі дослідники, як Р. Докінз, Г. Плоткін, Ю. В. Щуріна, М. І. Громова, Е. І.

Горошко, Е. А. Нежура та інші. Варто зазначити, що на сьогоднішній момент інтернет-мем (як і політичний інтернет-мем) є найменш вивченим феноменом інтернет-комунікації, саме тому звернімо увагу на його лінгвокреативний потенціал, а саме: на гру слів, стилістичні прийоми, навмисне спотворення правопису, взаємодію вербального та візуального рядів та ін.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю системного опису англomовного політичного інтернет-мему у лінгвістичному аспекті з огляду на його структуру та потенціал створення комічного ефекту у його вербальній та іконічній частинах.

Мета дослідження полягає у всебічному вивченні та описі лінгвістичної природи англomовних політичних інтернет-мемів та механізмів створення комічного ефекту в них.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- 1) визначити специфіку інтерпретації понять *інтернет-мем* та *політичний інтернет-мем*;
- 2) узагальнити інформацію щодо багатоаспектної класифікації інтернет-мемів;
- 3) розглянути функції інтернет-мемів та їх структурно-прагматичні особливості;
- 4) проаналізувати інтернет-мем як різновид комічного тексту;
- 5) визначити сутність та види комічного;
- 6) проаналізувати поняття комічного у лінгвістичному аспекті;
- 7) визначити роль вербальних та невербальних складових інтернет-мемів у створенні комічного змісту;
- 8) проаналізувати зібраний корпус політичних інтернет-мемів та описати їх лінгвістичні особливості;
- 9) дослідити мовностилістичні засоби та прийоми створення комічного в англomовних політичних інтернет-мемах;
- 10) виконати зіставний аналіз політичних інтернет-мемів та політичної карикатури.

Об'єктом дослідження виступає англомовний політичний інтернет-мем як одиниця інтернет-комунікації.

Предметом дослідження є структурні, функційні та мовностилістичні особливості англомовних політичних інтернет-мемів, а також механізми створення комічного ефекту в них.

Мета та завдання, окреслені в роботі, а також специфіка об'єкта дослідження зумовили використання таких **методів та прийомів** лінгвістичного аналізу як описово-аналітичний аналіз, лінгвопрагматичний аналіз, семантичний аналіз, дискурс-аналіз та текстовий аналіз.

Матеріалом дослідження слугують 280 одиниць політичних інтернет-мемів, виокремлених з англомовних сегментів мережі Інтернет, а саме: Know Your Meme (онлайн платформа, яка присвячена англомовним мемам), Memes Harpen, 9GAG, Lurkmore та ін.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження викладено в доповіді на Всеукраїнській науковій студентській конференції присвяченій 85-ій річниці з Дня заснування Університету «Зіставне вивчення германських, романських та слов'янських мов і літератур» (ДонНУ, Вінниця, 2022 р.).

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаної літератури (100 наукових джерел українською, російською та англійською мовами), списку джерел ілюстративного матеріалу (4 позиції). Загальний обсяг роботи складає 86 сторінок. Основний текст дослідження викладено на 86 сторінках.

У *Вступі* обґрунтовано актуальність дослідження, висвітлено його мету та завдання, окреслено об'єкт, предмет та методи, кількість емпіричного матеріалу роботи, описано структуру магістерської роботи та подано відомості щодо апробації результатів роботи.

У *першому розділі* «Інтернет-мем як об'єкт лінгвістичного дослідження» з'ясовано стан дослідження феномену інтернет-мем на сучасному етапі розвитку лінгвістичної думки, визначено специфіку інтерпретації цього

поняття, узагальнено інформацію щодо класифікації інтернет-мемів, розглянуто їх функції та структурно-прагматичні особливості.

У другому розділі «Інтернет-мем як комічний текст» проаналізовано інтернет-мем в аспекті комічного тексту, визначено сутність та види комічного, проаналізовано поняття комічного у лінгвістичному аспекті, а також розглянуто роль вербальних та невербальних складових інтернет-мемів у створенні комічного змісту.

У третьому розділі «Мовностилістичні особливості англomовного політичного інтернет-мему» проведено лінгвістичний (описово-аналітичний, лінгвопрагматичний, семантичний, текстовий, стилістичний) аналіз політичного інтернет-мему, виконано зіставний аналіз політичних інтернет-мемів та політичної карикатури, подано кількісні результати дослідження та проаналізовано отримані дані.

У висновках підбито підсумки проведеного аналізу.

РОЗДІЛ 1

ІНТЕРНЕТ-МЕМ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1 Інтернет-мем як лінгвовізуальний феномен

Одним з найпопулярніших понять серед користувачів мережі Інтернет є поняття *мем*. Однак, незважаючи на своє широке поширення та використання, цей термін не завжди розуміють навіть ті, хто його активно використовує. Так, деякими людьми *мем* розуміється виключно як інтернет-феномен, а саме смішна картинка з написом на її фоні. Іншими ж термін трактується більш широко і розуміється як якась ідея, що має не тільки графічне, але й інше вираження. Таким чином, до мемів відносять будь-якого роду популярні жарти, афоризми та навіть стереотипи. Поняття мему з'явилося ще в минулому столітті, а точніше, у 1976 році, у праці Річарда Докінза «Егоїстичний ген» [70]. Незважаючи на те, що ця праця була присвячена біологічним наукам, поняття *мем* (за аналогією з геном) увійшло в науковий обіг західної культурології та семіотики. Сам термін заснований на одному давньогрецькому слові *μίμητα*, що можна приблизно перекласти як 'щось, що наслідують'. Багато років потому цей же термін був використаний для позначення абсолютно іншої речі – чогось важливішого для остаточного розуміння цифрової культури в наші дні; культурного цифрового артефакту, який здобуває нові значення та функції, оскільки він швидко набуває популярності. Варто зазначити, що суто з лінгвістичної точки зору меми розглядаються вкрай рідко: найчастіше науковий інтерес дослідників спрямований на їх розгляд саме у когнітивному або культурологічному аспектах [61, с. 160].

Глибина та повнота сприйняття мему цілком залежить від адресата. Для переважної більшості мемів бути «в темі», тобто в ситуації – є досить суттєвим для розуміння цього феномену. Мем не обмежений у часі, він несе в собі більше інформації, ніж можна побачити на поверхні (він посиляється на цілу ситуацію, кількість його слів не дорівнює значенню). З часом семантичне та

етимологічне наповнення мему трансформується і залишається лише форма та ситуативне значення. Форма мему фіксована, але може підлягати ситуативній трансформації (на зразок зміни фразеологізму) [61, с. 162].

Більшість дослідників, таких як Т. Є. Савицька та А. Ю. Ашкерів, схиляються до думки, що мем стає мемом тільки тоді, коли з конкретної прецедентної події він перетворюється у безконтекстну одиницю інформації. Тобто має загальний сенс, який походить з певної ситуації, проте не пов'язується з нею й надалі. Це узгоджується з поняттям знаку, який запропонував Чарльз Пірс: «...знаки позначають слова, образи, звуки, запахи, смаки, дії або об'єкти, але вони стають знаками лише тоді, коли ми надаємо їм значення» [43].

Можна дійти висновку, що феномен інтернет-мему з'явився задовго до того, як він увійшов у міжкомунікаційний простір. Незважаючи на велику кількість досліджень, і досі постає питання щодо його лінгвокреативного потенціалу.

1.2 Структура та типологія текстів інтернет-мему

У зв'язку з тим, що поняття *мем* підлягає під визначення знаку, то й первинний розподіл мемів на типи базуватиметься на найпростішому розподілі знаків: за способом надання та сприйняття інформації. Отож, можна виділити два базових види мему: вербальний та невербальний [57].

Таблиця 1

Види інтернет-мемів

MEM							
Вербальний			Невербальний	Комплексний (поєднання двох або більше попередніх типів)			
слово	сполучення слів	речення	(візуальний, аудіальний, жестовий)	вербально- візуальний	вербально- аудіальний	вербально- жестовий	ін.

До вербальних мемів можна віднести влучні вирази та фразеологізми, які ніколи не мають візуального або аудіального компонента та існують лише у словесному вигляді. Щодо візуальних мемів, вони включають в себе лише картинку без вербального супроводу, наприклад: *Zhdun* (Рис. 1) [57].



Рис. 1

Трапляються також візуальноаудіальні меми, виражені шляхом відеозапису [57].

Традиційно в інтернет-середовищі від користувача до користувача передавалися анекдоти, жарти, посилання на медіа-об'єкти розважального характеру. Однак особливу увагу на явище, яке зараз звуть інтернет-мемом, звернули, коли за тим же принципом почали поширюватися не тільки жарти, але і більш складні утворення, в яких вербальні та невербальні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, призначене для комплексного впливу на адресата, – утворення креолізованого типу. Можливості досягнення комічного ефекту в цьому випадку обумовлені органічною взаємодією вербального та іконічного рядів [57].

Багато дослідників пропонують охарактеризувати інтернет-меми з різних аспектів, однак, на нашу думку, найоптимальнішою класифікацією, яка об'єднала в собі усі ознаки цього явища є класифікація Ю. В. Щуріної. Дослідниця пропонує класифікувати інтернет-меми наступним чином: *текстовий мем* (слово або фраза); *мем-картинка*; *відеомем*; *креолізований мем* (складається з текстової та візуальної частини) та *гіфи* [61, с. 164]. Наразі охарактеризуємо кожен з цих типів.

Текстові мему, як було уже зазначено, характеризують собою слово, словосполучення або фразу: *IMHO, IRL, I shouldn't have said that*. Сюди ж можна віднести різноманітні клішовані звороти, які починають або завершують вислів, наприклад: *Мені одному здається, що..., Листай далі..., Читати усім до кінця*. Найчастіше джерелом появи подібних мемів стають висловлювання звичайних користувачів [61, с. 164].



Рис. 2

Мему-картинки – впізнаване зображення або створена в графічних редакторах (додатках) картинка. У цьому типі мемів важливою є не тільки візуальна складова, а й сюжет. Сюди можна віднести:

- впізнаване зображення, в якому головна увага звернена на візуальну частину, наприклад: *Facepalm* (людина, що закриває обличчя руками, тим самим показуючи, що вона відчуває сором за те, що відбувається);



Рис. 3

- «Фотожаба» – результат творчої переробки зображення за допомогою програми Photoshop;

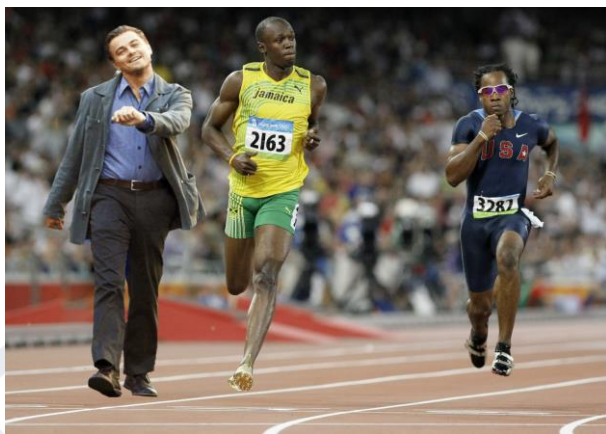


Рис. 4

- узагальнений образ, що втілює уявлення про персонажа [61, с. 165].

Відеомеми – комічні відеосюжети, які, як правило, розміщуються на особистих сторінках користувачів соціальних мереж. Вони передаються від користувача до користувача за допомогою різноманітних мобільних додатків, електронної пошти та інших ресурсів. Специфіка їх використання полягає в тому, що є можливість повторного відтворення, в тому числі колективного. Їх популярність оцінюється за кількістю переглядів. Примітно, що деякі відеомеми замислюються і знімаються як пародії, а інші навпаки стають джерелом комізму несподівано для героя відеозапису [61, с. 166].

Креолізований мем – різновид креолізованих текстів, які складаються з двох частин: вербальної (мовної) та не вербальної (належить до інших знакових систем, на противагу звичайній мові). Основними компонентами креолізованого тексту є вербальна частина (напис/підпис) та іконічна частина (малюнок, фотографія, таблиця). В різних типах текстів вони зустрічаються в різних комбінаціях. Такі меми можуть бути поодинокими або мультимодальними, вони часто містять додаткові тексти або інші зображення, які повинні підвищити популярність мему, його зрозумілість і потенціал поширення. Саме зображення може бути яким завгодно: від фільмів, телешоу, політичних дебатів, фотографій знаменитостей до домашніх тварин або тварин взагалі. Немає майже нічого, що не могло б слугувати основою для мему. У своїй текстовій частині ці меми можуть містити фіксовані фрази, фрази, створені в певному очікуваному стилі, або нефіксований текст. Текст може

бути настільки коротким або довгим, як задумав автор. Іноді це може бути тільки одне слово, наприклад *я*. Текст може мати як підпис, так і свого роду уявний діалог. Зв'язність креолізованого тексту проявляється в узгодженні, тісній взаємодії вербального та іконічного компонентів. Вона виявляється на різних рівнях: змістовному, змістовно-мовному, змістовно-композиційному. Слід зазначити, що в більшості випадків початковий зміст або контекст конкретного нерухомого зображення, який був використаний у мемі, значно відрізняється від того, що є в мемах, хоча у нього є принаймні один зв'язуючий сегмент, який робить початковий контекст важливим та потрібним для загального розуміння. Джерелом появи інтернет-мемів креолізованого типу зазвичай стає специфічний комічний інтернет-жанр – *демотиватор* (картинка зі «смішним» написом, створена для того, щоб здивувати, спантеличити або повеселити людину, яка звернула на неї увагу). Для створення та сприйняття демотиваторів необхідно не тільки мати почуття гумору, але і вміти бачити явища в різних ракурсах [61, с. 167–168].



Рис. 5

Гіфи – анімовані картинки, короткі невербальні замальовки, що зображують певну емоційну реакцію (від жаху до захоплення). Також можна відмітити, що найбільш популярні особистості часто стають незалежними мем-персонажами, завдяки цьому згадки про них поширюються за рамками мережі Інтернет: в ЗМІ, на телебаченні, радіо та в газетах [58, с. 87].

Інтернет-меми також класифікують за джерелом виникнення. Так, М. І. Громова в якості джерела вказує наступне:

- 1) літературні твори;
- 2) музичні твори;
- 3) фольклорні твори;
- 4) політичне життя;
- 5) вірування та релігія;
- 6) історичні події;
- 7) реклама;
- 8) побутова сфера життя [16, с. 28].

Іншим критерієм для класифікації інтернет-мемів може слугувати структура. Аналізуючи структуру, Ю. В. Щуріна виокремлює наступні типи мемів:

- 1) двоскладові;
- 2) компаративні;
- 3) метамеми [58].

Двоскладові меми складаються із двох частин: зав'язки та «панчлайн» (від англ. *punchline*: *punch* в одному із знач. 'удар', а також 'сила', 'енергія'; *line* – укр. 'лінія', в одному із знач. 'рядок'), тобто з результату, який має переважно розважальний характер [58, с. 88].

Компаративні – меми, які створюються за допомогою співставлення двох або трьох зображень [58, с. 88].

Метамеми – виконують референтну функцію, тобто безпосередньо посилаються на інші меми. Їх ідентифікація та інтерпретація вимагає значних зусиль від адресата [58, с. 88].

Мемі поділяються за терміном життя, вони бувають *коротко* та *довгостроковими*. До перших варто віднести ті меми, які втратили актуальність настільки ж спонтанно, як і виникли, тобто їхній появі не передували якісь події, вони просто стали «вірусними». Довгостроковими є меми, які розповсюджуються набагато довше, аніж відбувалася історія, яка стала основою для мему [58, с. 89].

Не менш важливим є і те, що меми мають соціо-культурний характер, вони полімодальні та можуть бути політично або соціально забарвлені, однак ця ознака зустрічається далеко не у всіх мемах [58].

Деякі дослідники виділяють особливу інтернет-мову і говорять про інтернет-мем, як про новий мовний жанр, що володіє власними систематичними змінами в області синтаксису, лексики та правопису.

С. В. Канашина на матеріалі популярних мемів виокремлює певну шаблонність його побудови. За словами дослідниці, володіючи конкретно заданою структурою, мем є прямим посиланням до вже відомого оригінального висловлювання (джерела) і видозмінює його протягом свого розвитку та в процесі поширення [21]. Джерелом мему є:

- фразеологічні одиниці
- крилаті вирази
- цитати
- афоризми [21, с. 85].

Часто автори мемів звертаються до зразків української народної творчості та слов'янізмів (як, наприклад, поява *жаргонно-слов'янських розмовників*). Такі дії можна назвати відповідною реакцією україномовної інтернет-спільноти на численні англіцизми, які увійшли в широкий вжиток у зв'язку з популярністю міжнародних ресурсів, де панує англійська мова. Часто лексика популярного англomовного мему калькується або входить в мову шляхом транслітерації без належної адаптації, в результаті чого викликає негативну реакцію в широких колах користувачів, наприклад: *лагають, фіча, чатитися, лонгслив, фолловіти* та багато інших). Інтернет-меми спрямовані на користувача. Вони передають яку-небудь емоцію або ідею, використовуючи: наказовий спосіб дієслів (*А тепер уяви собі...*), звертання (*Пс, хлопець...*), безумовно-особисті пропозиції (*Приходьши такий...*) [21].

Основною мовою інтернет-простору є англійська мова. Англomовні меми набувають все більшого поширення у світовій мережі та активно калькуються.

Один з найбільш впізнаваних мемів англомовного інтернет-простору – *Doge*. (Рис. 6) Популярність він набув не стільки завдяки фотографії собаки, яка буквально «облетіла» весь Інтернет, скільки завдяки власним граматичним правилам ламаної англійської, за якими будується шаблон мему. Так, мем *Doge* являє собою фотографію собаки породи сіба-іну, на тлі якої шрифтом *Comic Sans* написані короткі фрази. Найчастіше використовуються іменні поєднання з двох слів, найбільш характерні поєднання іменників зі словами: *wow, very, much, so, such (such eat, very wine)* для вираження подиву в монологічній формі. Рідше використовується навмисне змінене написання слів. Так, мова мему являє собою аналогію примітивної дитячої мови. Яскравою особливістю мови даного мему є спрощення і порушення синтаксичної структури. Звідси і з'являються вирази наприклад: *feels, I can't even (I've lost the ability to can), because reasons*. *Doge* – не єдиний вид мемів, який використовує змінений синтакс. Наявність власних граматичних правил при побудові мему – це запорука того, що мем побачать більше людей. Тому автори напрочуд рідко порушують правопис чи змінюють лексичний характер, вони надають перевагу граматичним змінам. Однак дані зміни можуть поєднуватися [102].



Рис. 6

Мем слугує в першу чергу для розваги інтернет-користувачів. Він задає власний лінгвістичний контекст, який проявляється як в тексті, так і у фоновій картинці. Так, жарти асоціюються переважно не з якою-небудь заданою заздалегідь фразою або лінгвістичною структурою, а з фоном: фотографією або абстрактною кольоровою схемою. На впізнаваному яскравому тлі в більшості випадків задається фраза-установка, а потім несподівана кінцівка-кульмінація.

Кінцівка обов'язково асоціюється із загальною спрямованістю мему: так, наприклад, мем *Socially Awesome Penguin* (Рис. 7) містить яку-небудь соціальну ситуацію з несподіваним, але сприятливим результатом: *Walk directly behind socially awkward penguin. Wave to approaching friend down the street* [102]. Гумористична складова також доповнюється особливостями мови мему: лексичними і граматичними. Неправильне написання або контекстуальне вживання слова, порушення граматичних правил дозволяє створити ситуацію, максимально близьку заданій тематиці мему. Досить характерним є вживання безособових конструкцій та опущення займенників [43].



Рис. 7

1.3 Інтернет-мем – об'єкт міждисциплінарних досліджень

Вивченням лінгвістичного мему в інтернет-просторі займається мережна лінгвістика (наука, що має справу з синхронічним аналізом мови, задіяної в усіх сферах мережної діяльності, включно з електронною поштою, різними видами чатів та ігрових кімнат, миттєвими повідомленнями та веб-сторінками, а також із суміжними сферами комп'ютерно-опосередкованого спілкування (*computer mediated communication* або *СМС*), такими як *SMS*. Дана галузь лінгвістики покликана займатися більш глибоким вивченням інтернет-явищ, які постійно з'являються та змінюються, як наприклад, меми, як лінгвістичних та соціальних феноменів. Якщо порівняти меми, які були створені раніше з тими, які існують зараз, то можна легко зрозуміти, що сучасні меми комплексніші та складніші з точки зору використаної мови та стилю. Вони містять багато посилань і вимагають всебічних фонових знань [10].

За останнє десятиліття меми перетворилися у складне явище інтернет-комунікації, яке привернуло увагу багатьох всесвітньо відомих вчених, що вивчають їх соціологічні та лінгвістичні аспекти. Текстуальна частина мемів має унікальні лінгвістичні особливості, які роблять її дуже привабливою для сучасних лінгвістів по всьому світі, які вивчають мову, що використовується в мемах, структуру речень і їх правильність, орфографію, аббревіатури і т. д. Що робить меми особливо цікавими для соціологів, так це профіль користувачів Інтернету, які створюють їх, діляться ними і взаємодіють з ними за допомогою коментарів; вікова група, до якої належать ці користувачі; їхня професія і країна проживання [39].

Мемі створюються по всій земній кулі. В кожній країні, в кожному регіоні, місті, населеному пункті існують певні специфічні особливості, традиції, кухня, звичаї, морально-етичні норми, а також політичне і релігійне підґрунтя. Ці особливості унікальні і абсолютно різні в усьому світі. Тому іноді мем, який містить посилання на певну країну або регіон, є незрозумілим та не має жодного сенсу для того, хто там не живе. Автори мемів часто створюють свої власні слова, тобто неологізми; вони використовують хитромудрі метафори, гасла і фіксовані фразові вираження; вони навмисно змінюють місцями лексичні одиниці; використовують асоціативні прийоми і т. д.

Як зазначає вчена М. І. Громова, існує ознака, яка об'єднує всі меми – це здатність сприйматися комунікантом, проникаючи в його свідомість та здатність багаторазово передаватися членам інтернет-спільноти з притаманними мему конотаціями [16, с. 29].

Окрім того, на думку Ю. В. Щуріної, відносна недовговічність активності мемів обумовлена необхідністю отримання попередніх знань для досягнення комічного ефекту [61, с. 170]. Залежно від обставин, поширення мему займає від декількох днів до декількох років, після чого процес реплікації сповільнюється або зупиняється. Настає період пересичення: мем витісняється іншими, новими мемами. Іноді мем залишається відомим лише вузькій

аудиторії користувачів мережі Інтернет. Потім процес реплікації сповільнюється або ж узагалі припиняється [60, с. 170].

Останнім часом у лінгвістиці пропонується розглядати інтернет-меми як сучасні паремії, які несуть культурну інформацію і є відображенням типових життєвих ситуацій [51, с. 150]. У зв'язку з цим слід узагальнити визначення терміну паремія. Український літературознавець М. М. Пазяк зазначав, що термін *паремія* здебільшого вживається для визначення родового поняття жанру поряд з терміном *прислів'я* та *приказки*, а видові поняття позначаються термінами *прислів'я*, *приказка*, *побажання*, *вітання*, *каламбур*, *велеризм*, *загадка* та ін., хоча нерідко обидва терміни змішуються і вживаються як синоніми [23]. В. М. Телія у свою чергу вважає паремії «...потужним джерелом інтерпретації, тому що вони є традицією, що передається від покоління до покоління мовою століттями сформованої культури, яка в сентенційній формі відображає всі категорії й установки життєвої філософії народу – носія мови» [23].

Щоб визначити, чи відносяться меми до пареміологічних одиниць, необхідно розглянути основні ознаки цих одиниць. Відтак, Т. С. Зевахіна виділяє такі ознаки:

- 1) приналежність народу, а не конкретній особі;
- 2) узагальнення життєвого досвіду трансформується в народну мудрість;
- 3) неодноразова відтворюваність в живій мові, в даний конкретний момент часу;
- 4) можливість передачі із покоління в покоління;
- 5) для створення таких одиниць використовуються поетичні засоби художнього мовлення [20, с. 93].

Важливою особливістю паремій є те, що вони завжди пов'язані не тільки з конкретним контекстом, а й посилаються до усієї сукупності знань про світ. Паремії звертаються не тільки до розуму, а й до почуттів реципієнта, що дозволяє ефективно впливати на нього, змінювати думку і поведінку. Крім того,

Т. С. Зевахіна відносить до паремій не тільки твердження, але також і поради, засудження, похвали та попередження [20, с. 96].

Лінгвісти відносять до сучасних пареміологічних одиниць меми, демотиватори, анекдоти, приказки, антиприказки (спотворені прислів'я), сентенції та спотворені цитати [51, с. 152].

М. М. Степанова та Є. В. Ковальова виділяють наступні риси мемів як сучасних пареміологічних одиниць:

- 1) додавання наукових термінів до висловлювання для створення комічного ефекту;
- 2) мовна гра, що часто характеризується неперекладністю;
- 3) відображають реалії сучасного світу та культурну специфіку;
- 4) з одного боку, утворюють (культивують) стереотипи у свідомості, з іншого, руйнують їх, ставлять під сумнів існуючі норми;
- 5) інтертекстуальність: посилання на художні твори та пісні;
- 6) певна тематична спрямованість: часте звернення до тем політики, дискримінації, мовної гри, навчання, роботи, сім'ї, побуту, релігії, технологій і т. д [51, с. 153].

Отже, проаналізувавши усе вищезгадане можна дійти висновку, що інтернет-мем є одиницею, яка несе в собі культурну інформацію. Вона відображає явища сучасної дійсності і тим самим представляє собою вербальні, невербальні або гібридні утворення. Інтернет-меми можуть бути розділені на групи за хронологією, способом вираження, джерелом виникнення, за структурою, а також за ефектом впливу. Текстуальна частина мемів має унікальні лінгвістичні особливості, саме тому багато лінгвістів зосереджують свою увагу на його феномені. Порівнюючи меми, які були створені раніше з тими, які існують зараз, можна легко зрозуміти, що сучасні меми комплексніші та складніші з точки зору використаної мови та стилю. Вони містять багато посилань і вимагають всебічних фонових знань. Варто зауважити, що при створенні інтернет-мемів автори вдаються до навмисного спотворення як лексичних та і граматичних одиниць та часто використовують гру слів. Крім

того, можна прослідкувати схожість сучасного інтернет-мему з пареміологічними одиницями. Вони несуть культурну інформацію, є відображенням типових життєвих ситуацій та мають схожі з фразеопареміологічними одиницями функції.



РОЗДІЛ 2

ІНТЕРНЕТ-МЕМ ЯК КОМІЧНИЙ ТЕКСТ

2.1 Сутність та види комічного

Явище комічного є предметом вивчення природних і гуманітарних наук ще починаючи з античних часів. Ці небували за масштабами наукові дослідження створюють картину комічного в людській культурі та дозволяють об'єднати його в такий розділ гуманітарних знань, як *гелотологія* (від грец. *гелос* – *сміх*) – наука про сміх, яка включає в себе всі дослідження, що стосуються природи комічного [9, с. 12].

Однак невирішеним залишається питання щодо лінгвостилістичних ознак цього типу текстів, про механізми, завдяки яким комічний текст, який ми сприймаємо, ідентифікується як комічний не тільки рідною, а й іноземною мовою. На сучасному етапі розвитку лінгвістики та філології, коли проблема розуміння текстів знаходиться в центрі уваги багатьох досліджень, механізми створення комічних текстів та їх розуміння набувають особливої значущості.

Важливим є той факт, що явище комічного є естетичною категорією, що характеризує той аспект естетичного освоєння світу, який супроводжується сміхом без співчуття, страху та пригнічення [41].

У роботі таких дослідниць як Ж. Є. Фомічова та І. Б. Єлісєєва про «Мовні засоби створення комічного ефекту в пародійному художньому тексті» стверджується, що категорія комічного є однією з найбільш складних естетичних категорій [54]. Питання про його сутність і досі викликає велику кількість дискусій. Багато відомих дослідників (Ю. Б. Боров, В. Я. Пропп, Д. Д. Лихачов, М. М. Бахтін, Дж. Макфадден, Е. Галліган, З. Фрейд) неодноразово намагалися систематизувати це явище. Саме тому існує велика кількість теорій комічного в сучасній гуманітарній науці. Також варто зазначити, що комічне – це філософська категорія, яка характеризується культурним оформленням, соціальним та естетично значущим. Комічний текст завжди будується на якійсь незвичайності, на відхиленні від буденного, на ефекті несподіванки. Сенса-

комічного тексту заснований на трансформації, що викликає деякий дисонанс, результатом якого є сміхова реакція. Комічний текст, у порівнянні з іншими типами тексту, найбільше потребує формування адекватної проєкції тексту, яка, як зазначає Фомічова: «...є результатом включення змісту тексту в смислове поле реципієнта» [54].

Автор завжди прагне висловити свої естетичні задуми для створення певного естетичного ефекту, спрямованого на читача, що є причиною створення будь-якого художнього тексту. Мовна діяльність, в результаті якої виникає художній текст, може бути визначена як когнітивна та естетична. Сприйняття художнього тексту читачем також являє собою когнітивну і естетичну діяльність [41].

Сутність комічного вбачали в *потворному* (Платон), в *самознищенні потворного* (Розенкранц), але найчастіше визначали формально, вбачаючи її в *невідповідності* (наприклад: між дією і результатом, метою і засобами, поняттям і об'єктом, і т. д.).

Проаналізувавши дослідження Ж. Є. Фомічової та І. Б. Єлісєєвої, можна дійти висновку, що розвиток предмета комічного у філософсько-естетичних та лінгвістичних дослідженнях представлений в декількох теоріях, однією з яких є *теорія невинуватеного очікування* або *теорія несумісності* (І. Кант, Г. Спенсер, Жан-Поль). На думку дослідниць, у комічному тексті завжди спостерігається контраст між очікуваннями суб'єкта (заснованими на його життєвому досвіді) і кінцевою реалізацією цих очікувань: «...сміх є емоцією, що виникає з несподіваного перетворення напруженого очікування в ніщо» [54, с. 308–317].

Розвиток концепції комічного знаходить своє відображення в розробці *теорії ворожості*. Іншими словами – теорії переваги, обґрунтованої як в поглядах представників давньої філософії, так і філософії нового і новітнього часу: у працях Платона, частково Аристотеля та Цицерона, А. Шопенгауера, Т. Гоббса та ін. Сутність даної теорії може полягати в тому, що смішне визначає знаходження почуття переваги над чимось, або ж в подоланні перешкоди чи агресії, нападу на якийсь об'єкт: «...всі дії та комунікації, що виникають або

здається, що виникають з багатого досвіду, знання, розважливості або дотепності, і є суттю предмету шанування. Бо всі ці речі є силою», зауважував Т. Гоббс [54].

В. Раскін пропонує свою концепцію комічного, зауважуючи, що всі групи досліджень даної категорії тексту добре описуються семантичною теорією гумору як одного з видів комічного. Всі вони так чи інакше зводяться до принципу невідповідності, який, на думку вченого, і є основним механізмом комічного, і є його логічною структурою [84].

Комічне охоплює багато аспектів людського життя, тому є об'єктом дослідження багатьох гуманітарних наук: етики та естетики, філософії, лінгвістики, семіотики, психолінгвістики, медицини, лінгвокультурології, соціології, історії, літературознавства та когнітивної лінгвістики. Значна кількість досліджень з питань комічного в різних лінгвістичних науках свідчить про постійний інтерес науковців до цього досить складного явища.

Комічним називають той текст, в якому реалізуються всі особливості, способи та прийоми створення комічного ефекту. Комічне не може існувати поза людиною, поза створеної нею ситуації, в тому числі комунікативно-дискурсивної. Комічне є соціальним явищем та носить колективний характер. Не дивним є і той факт, що те, що здається смішним одному ідивіду, іншого може засмутити або навіть здатися трагічним. Категорія комічного є двоїчною, в її основі лежать два початки: *протиріччя* і *гра* (слів, уяви і т. д.). У традиціях багатьох народів ігровий елемент зберігся і до сьогодні та проявляється у фестивалях, карнавалах, тощо [62].

Для дослідження лінгвостилістичних особливостей створення комічного ефекту варто звернути увагу на національний англійський гумор. Мовознавиця Т. Н. Ярміна стверджує, що англійський гумор – це переважно словесний гумор, який побудований на грі слів, каламбурі, лімериках та інших лексичних прийомах [62]. Збереження тонкої рівноваги серйозності в англійському гуморі є однією з його особливостей. Національний англійський гумор представлений у творах класиків англійської літератури (В. Шекспір, О. Уайльд, С. Моем, Дж.

К. Джером), а також у творчості письменників-гумористів. Відтак, англійський гумор становить істотну частину англійського національного характеру і є необхідним елементом національної самосвідомості. Англійський гумор являє собою щось сокровенне, щось приватне та не призначене для сторонніх очей. Він проявляється в мимоволі помітних натяках і усмішках, які адресовані певному колу людей, здатних оцінити ці недомовки як розпливчасті відблиски на добре знайомих предметах. Саме тому цей гумор здається чужим та незрозумілим будь-якому іноземцю, який з ним стикається. Його не можна відчутти відразу або разом з освоєнням мови [62].

Дослідження комічного в галузі лінгвістики слідує провідним тенденціям сучасної науки. Саме тому, орієнтуючись на функціональний аспект мовних одиниць у контексті дискурс-аналізу, сучасна лінгвістика знайшла нові підходи до вивчення комічного тексту. Це дало можливість виявити у даному типі текстів його дискурсивні параметри та представити його як холістичну одиницю в об'єднанні з формальними, тексто-композиційними та функціонально-комунікативними параметрами [38].

Лінгвістика приєдналась до вивчення комічного явища у ХХ столітті. Варто зазначити, що, проаналізувавши роботи лінгвістів з цього питання, стає зрозуміло – більшість науковців намагаються дати визначення цьому феномену та створити чітку класифікацію, яка охоплювала б та висвітлювала усі його особливості. Вони намагаються розрізнити поняття гумору, жарту та іронії. Не менш важливим є і той факт, що вчені намагаються встановити причини його виникнення під час мовлення, а також механізмів його створення.

Безсумнівно, комічне – результат роботи людського мозку. Відповідне осмислення отриманої інформації, в результаті якого ми сприймаємо та усвідомлюємо комічне (тобто виникнення того самого комічного ефекту) в повній мірі залежить від наявності у адресата певних знань про навколишній світ. У лінгвістиці можна розглянути як процес, так і результат мовної діяльності людини. Наразі варто зосередити нашу увагу на працях лінгвістів, які стосуються поставленої проблеми.

Теорії А. Кестлера, В. Раскіна та С. Аттардо були одними із перших лінгвістичних теорій ще до визначення явища комічного. Ці дослідники пояснювали саме когнітивний механізм комічного.

Теорія А. Кестлера полягає в тому, що комічне – це результат психічних процесів, які по іншому можна назвати бісоціацією. Бісоціація, на думку вченого, це сприйняття ситуації або ідеї в двох несумісних системах координат або асоціативних контекстах. Під поняттям асоціативні контексти розуміються фрейми (декларативне знання) та сценарії (процедурне знання). Явище комічного виникає внаслідок різкої зміни ходу думок з одного асоціативного контексту на інший. На думку А. Кестлера, необхідною умовою комічного є так званий бісоціативний шок, тобто несподіванка. В результаті вивільнення емоційної енергії і виникає сміх [79, с. 35].

Однією з варіантів теорії бісоціації А. Кестлера є теорія семантичних сценаріїв В. Раскіна. Згідно цій теорії, комічне складається в комбінації двох семантичних сценаріїв за допомогою перемикача. Сценарій, який виступає носієм семантичної інформації, моделює лінгвістичну та екстралінгвістичну компетенцію індивіда. Взаємодія сценаріїв викликає в свідомості людини одну з наступних опозицій: справжнє/помилкове, реальне/нереальне, можливе/неможливе. Варто також зазначити, що більшість західноєвропейських і американських вчених ототожнюють терміни *комічне* і *гумор*, віддаючи перевагу останньому [19, с. 24].

Таким чином, проаналізувавши дані теорії можна дійти висновку, що поняття *гумор* ширше, ніж в трактуваннях цього явища вітчизняними та російськими дослідниками.

В свою чергу формальна теорія С. Аттарді базується на теорії В. Раскіна. Вчений розробив *компетентну* модель, яка враховує породження та сприйняття комічного за елементами опозицій. Мовець може створювати комічну ситуацію, а слухач може її розпізнавати [19, с. 25].

Звертаючи особливу увагу на механізми виникнення комічного, варто зазначити, що М. Мінський також говорив про фрейми: «...найбільш спільним

елементом для всіх видів гумору є неочікувана зміна фреймів: спочатку сцена описується з однієї точки зору, а потім неочікувано постає зовсім в іншому ракурсі» [45, с. 293].

Проаналізувавши вищезазначену гіпотезу, стає зрозуміло, що при такому розвитку дій (зміна фреймів) новий семантичний простір суперечить логіці та здоровому глузду. Цей простір руйнує звичні стереотипи та схеми, будуючи в людській свідомості нову, гумористичну картину світу.

На початку XX століття вчений на ім'я В. Я. Пропп виокремив механізми, які спричиняють виникнення комічного ефекту. До них відносяться: професії, пародіювання, фізичний вигляд людини, комічне перебільшення, одурманення, брехня. Дослідник спробував довести, що комізм виникає внаслідок того, що увага відволікається від змісту мовлення до зовнішніх форм та виразів, і саме це сприяє втраті сенсу мови. Опис мовних засобів створення комізму зайняв особливе місце у дослідженнях Проппа. Вчений виокремив каламбури (гру слів, що використовується як невагомий жарт), іронію та парадокси. Автор намагався донести нам той факт, що комізм досягається тим, що увага відволікається від змісту до зовнішніх форм та виразам і внаслідок цього мова втрачає своє значення. За словами автора, «...щоб засміятися, комічне потрібно вміти побачити; в інших випадках потрібно дати діям певну моральну оцінку (комізм скупості, боязливості і т. д.). Нарешті, щоб оцінити анекдот чи каламбур, потрібно зробити певну розумову операцію» [41, с. 31].

Спробу описати мовні засоби досягнення комічного ефекту намагався й інший лінгвіст – А. Н. Лук. Він досліджував почуття гумору як форму психологічної діяльності людини. Отже, вчений розробив декілька груп мовних засобів, до яких відніс:

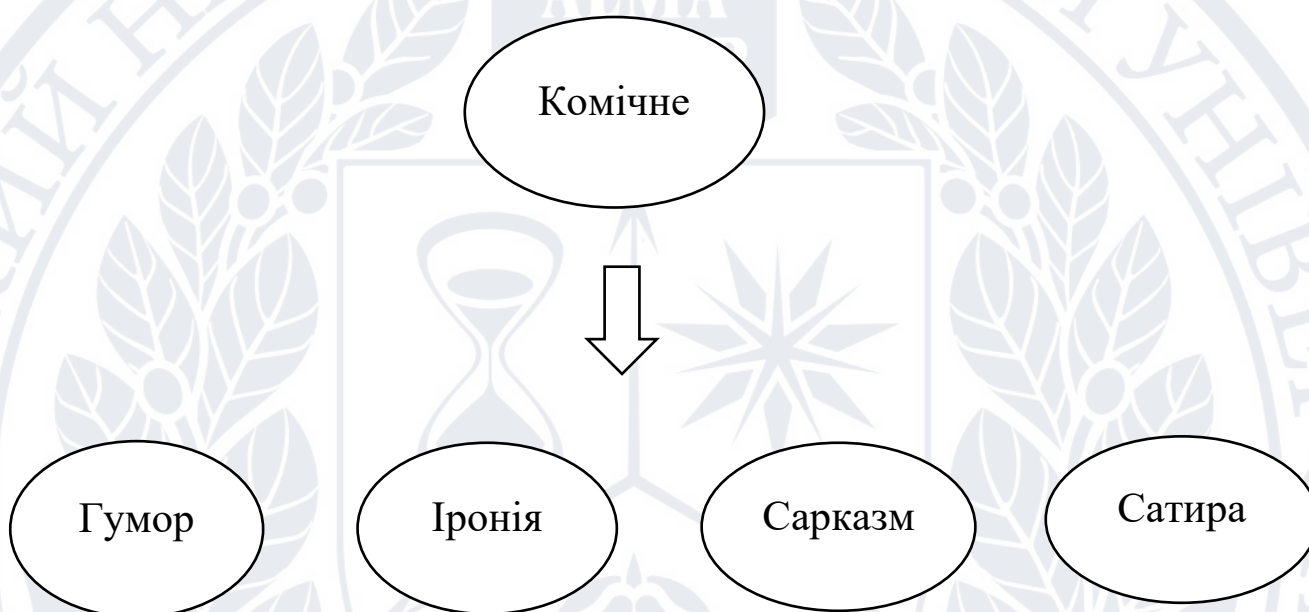
- 1) доведення до абсурду;
- 2) хибне протиставлення;
- 3) змішування стилів;
- 4) подвійне пояснення;
- 5) порівняння по випадковій ознаці;

- б) повторення та парадокс;
- 7) іронію [33].

На противагу своєму попереднику (В. Я. Проппу), Лук розглядає жарт як літературний жанр разом з анекдотом, пародією та епіграмою [33].

Широковідомо, що гумор, іронія, сатира та сарказм є основними видами комічного (Табл. 2).

Таблиця 2



За визначенням літературного енциклопедичного словника (за ред. В. М. Кожевнікова та П. А. Миколаєва) сенс іронії, гумору та сатири вбачається у наступному: «...у синкретичного сміху в потенційному або в зародковому вигляді закладено багато видів комічного, що потім відображаються в ході розвитку культури. Це перш за все іронія та гумор, протилежні за «правилами гри». В іронії смішне ховається під маскою серйозності, з переважанням негативного (глузливого) відношення до предмета; в гуморі – серйозне ховається під маскою смішного, зазвичай з переважанням позитивного (глузливого) відношення. А ось викривальний сміх сатири, предметом якого служать пороки, відрізняється цілком певним – негативним тоном оцінки» [96, с. 250].

Американська академіка та професорка лінгвістики Д. Таннен розробила модель механізмів, поглибивши аналізи її попередників, що відповідають за вироблене враження і успішну або неуспішну комічну ситуацію. На думку Д. Таннен, механізми, які формують розмовний стиль, поділяються на кілька великих груп:

1. зацікавленість в темі розмови (паузи, тембр голосу і т. д.);
2. очікування реакції, вживання питань, темп ведення;
3. розмови, вживання повторень, дотримання теми розмови;
4. терпимість до виникнення розмови або її відсутності;
5. сміх [89].

Опираючись на ці механізми, мовець може застосувати прийоми закидання співрозмовника різномітними питаннями, може вдатись до вживання етнічно маркованих та інших виразів, або ж почергового розповідати історії та використовувати іронічі або гумористичні висловлювання. Використання останньозазначеного прийому залежить від інтонації, темпу, якості голосу та невербальних сигналів. Це застосування може видозмінюватись від сарказму до іронії та жарту. В подальшому ці іронічні та жартівливі обороти об'єднуються в одну групу, в якій характерна наявність трьох відмінних рис: назалізація частини або всього висловлювання, більш повільний темп відтворення вислову або його частини, а також сильний наголос на якійсь одній або на декількох частинах вислову. Наявність даних трьох компонентів не завжди обов'язкова, але вони характерні для гумористичних висловлювань [89].

Безсумнівно, існує безліч різноманітних сторін в дослідженні комічного, наприклад: філософські, соціальні, психологічні, лінгвістичні та ін. Вчена на ім'я П. Кіт-Спігель зробила спробу уніфікувати теорії гумору, додавши декілька своїх теорій, і представила один із найзагальніших варіантів, розділивши їх на вісім основних типів:

1) біологічні, інтуїтивні і еволюційні теорії – являються ознаками архаїчної адаптивної поведінки, можливості сміху і гумору «вбудовані» у нашу нервову систему;

2) теорія переваги – основа сміху полягає у тріумфі над іншими обставинами або людьми; висміювання, насмішка і сміх над нерозумними діями інших є головним фактором гумористичної атмосфери даного типу тексту;

3) теорія невідповідності – гумор виникає від несумісних ідей або ситуацій чи уяви ідей та ситуацій, які відхиляються від звичних традицій;

4) теорія здивування – елементи здивування, шоку, раптовості або несподіванки є необхідними умовами для гумористичного ефекту;

5) теорія протилежності – сміх виникає, коли індивідум одночасно переживає несумісні емоції та почуття;

6) теорія конфігурацій – гумор досягає ефекту, коли елементи, які сприймалися як такі, що неможливо поєднати, раптово займають свої місця;

8) психоаналітична теорія – смішне має запас у витраченні психічної енергії [45, с. 62].

Проаналізувавши усе вищезгадане, ми можемо із впевненістю сказати, що комічне – широке поняття і воно охоплює усі явища смішного, в основі якого завжди лежить невідповідність та порушення форми. Відтак стає зрозуміло, що феномен комічного охоплює усі сторони людського буття, саме тому є об'єктом дослідження багатьох гуманітарних наук, результати яких вдалось описати. Категорія комічного носить об'єктивний (наднаціональний) характер саме завдяки тому факту, що нею цікавилися представники різних епох та народів. Звичайно не варто забувати й про суб'єктивну сторону комічного, а саме про його національний характер. Розвиток та вивчення теорії комічного відбувалось у двох напрямках: в напрямку визначення істотних моментів в об'єкті комічного та в напрямку аналізу суб'єктивних умов для сприйняття та продукування цього феномену.

Сама суть комічного мислилася у її зв'язку з контрастом, відхиленням та протиріччям, а суб'єктивна реакція чи здатність до створення – з грою. Тож можна сказати, що категорія комічного – явище амбівалентне, в основі якого лежать два онтологічних начала: протиріччя і гра (гра слів, гра уяви і т. д.). Звідси стає зрозумілим і той факт, що створення та сприйняття комічного нерозривно пов'язано з мовою. Воно пов'язане з тим, наскільки лінгвістично точно та коректно відпрацьовані та збалансовані мовні засоби, наскільки послідовно вони сплановані та представлені в тексті, щоб налаштувати адресата на сприйняття мовлення в комічному ракурсі. Отже, є усі підстави стверджувати, що комічне – невід'ємна частина національної культури, але при цьому не потрібно забувати, що воно також є універсальною категорією. Саме тому воно відіграє величезну роль в міжнародній комунікації.

2.2 Поняття комічного у лінгвістичному аспекті

Поняття комічного та смішного часто вважали однаковим за значенням, але з подальшим розвитком лінгвістичної думки почали з'являтися значення, які їх відрізняють.

Різні підходи до феномена комічного як лінгвістичної категорії пов'язані із різними його проявами. Тому не дивно, що ця проблема становить значний інтерес для лінгвістичного аналізу. У вчених досі різняться погляди на комічне з лінгвістичної точки зору. У лінгвістиці феномен комічного розглядають як особливий вид творчості, що пов'язаний як з вербальною, так і з невербальною комунікацією. Відтак, дві форми комічного, а саме – мовна і немовна (тобто іконічна), виокремлювались вже при перших спробах осмислення його природи [9, с. 5–6].

Усі жарти поділяються на ситуативні та мовні. У ситуативних жартах комічне проявляється із самої ситуації. Адресат розуміє гумор не через інтерпретацію мовних знаків, а саме через безпосереднє сприйняття ситуації. Ситуативні жарти формуються на активних діях героїв ситуації (рухи, взаємодія з навколишнім середовищем, переміщення у просторі) або на динамічній зміні обставин ситуації (фізичні прояви навколишнього

середовища, які обумовлені взаємодією з героями ситуації або виникають незалежно від героїв, однак мають безпосередній вплив на них). Мовні елементи цих жартів є виключно елементами ситуації, які функціонують так само як і дії героїв або динамічні зміни. Ці мовні елементи не створюють природу протиріччя, закладеного у жарті. Вони лише повідомляють адресатові певну інформацію, необхідну для створення комічного потенціалу, суто вказують на певний аспект ситуації не надаючи їй оцінки чи інтерпретації. Видається за можливе назвати таку функцію вербальних знаків у жартах і це – індикативна функція [5, с. 2].

У мовних жартах комічне породжується саме у вербальній площині. У такому випадку ситуація є суто фоном для жарту, його контекстом. Мовні жарти будуються виключно на репліках героїв, які при цьому можуть не виконувати ніяких активних дій, і при цьому обставини ситуації взаємодії залишатимуться незмінними [5, с. 3]. Мовний комізм володіє ілюктивною силою, яка підпорядковується загальній комунікативній стратегії висловлювання [41].

Вчений О. Н. Лук, про якого вже згадувалось раніше, аналізував спроби класифікації комічного таких науковців та філософів як: Цицерон, Квінтіліан і З. Фрейд. За його аналізом, Цицерон своєму у трактаті «Оратор» запропонував першу формальну класифікацію гумору, розділивши комічне на два основних типи:

- 1) смішне, що проявляється з конкретної ситуації;
- 2) смішне, що базується на словесному оформленні, наприклад: двозначність, абсурд, несподівані умовиводи, каламбур, алегорія, протилежність, уявна простота, порівняння, протиріччя, карикатурне зображення, нездійснене очікування, ухильність, іронія, метафора, передражнювання, небилиця, прислів'я, легка насмішка, несподіванка, недооцінка, буквально розуміння слів, незвичайне тлумачення власних назв) [33].

В свою чергу Зігмунд Фрейд запропонував три основні прийоми комічного:

1. Згущення: а) із змішаним словотворенням; б) з модифікацією.
2. Вживання того самого матеріалу: а) ціле та частини, б) перестановка; в) невелика модифікація; г) одні й ті ж слова, вжиті з новим змістом, та ті, які втратили первісний зміст.
3. Двозначність: а) позначення власного імені та речі; б) метафоричне і речове значення слова; в) гра слів; г) подвійне тлумачення; г) двозначність з натяком [33].

Професор та дослідник Л. В. Наєр розглядає наступні вербальні та невербальні форми комічного. До вербальних форм вчений відносить: гострослів'я, іронію, дотепність, гумор, жарт, пародію, анекдот, словесне жартування, зубоскальство. Однак при цьому в основі гумору, жарту чи анекдоту лежить комічне з прагматичним ефектом – сміхом (сміх як прагматична реакція на когнітивний зміст та сміх заради сміху). Дотепність та іронія носять суто інтелектуальний характер, утверджуючи розумність, в якому комічне виступає факультативно (акт орієнтації на комічне і на вплив на емоційну сферу реципієнтів з реалізацією риторичних стратегій) [38, с. 89–90].

Як зазначає А. В. Карасик, «...лінгвістичні характеристики феномену комічного визначаються як специфічні повтори, перебільшення і спрощення, а також порушення між предметними, понятійними і власне знаковими характеристиками висловлювання. Кожна пропонована модель гумористичного тексту будується як типологія змістових порушень: семантичних, прагматичних, синтаксичних і формально-знакових» [22, с. 208].

Слід зазначити, що комунікація здійснюється не тільки за рахунок вербальних компонентів, але і за рахунок інших семіотичних систем, як наприклад використання невербальних компонентів, до яких, за класифікацією Л. В. Солощук, можна віднести: *кінесичні* (міміка, жести, рухи), *просодичні* (інтонація голосу) та *проксемічні* (відстань) [49].

Невербальні засоби комунікації, які використовуються у комічній ситуації, можуть передавати додатковий зміст та посилювати її комічність. Взаємодія вербальних та невербальних компонентів відбувається за чотирма принципами: координації, субординації, ідентифікації та контрадикції [49].

Кожен принцип представляє ситуації, в яких вербальний та невербальний компоненти виконують свою роль у створенні комічного ефекту. Наразі варто розглянути приклади:

(1) англ. *Agreed. I must say that's an inspiration. With the table out of the way nobody connects the sheets with smoking. They'll think you tore them with your feet, in a nightmare or something.*

Some nightmare, to get through two blankets as well. She looked at him open-mouthed, and then began to laugh. She sat down on the bed but immediately jumped up again as if it were once more on fire [78, p. 106].

Дані речення є яскравим прикладом кінесичного компоненту, який змальований жестовою та мімічною реакцією жінки. Вона здивована почути припущення чоловіка про те, що спальна білизна була розірвана через нічний жах чоловіка і, дивлячись на нього з відкритим ротом, починає сміятися. Потім підстрибує на ніби то палаючому ліжку. Така поведінка жінки створює комічний ефект у комунікації двох людей.

(2) англ. *Uncle: Well, I'm going to read then. You boys go and shower. And don't use up all the hot water again.*

David: Dad, you know that's not me, it's Charlie who does it.

Charlie: No it's not! You know you use far more than me! And I don't spend all my time in the bathroom trying to make myself look pretty!

David: At least I don't spend all my time in the bathroom throwing water on the floor so everyone else slips in it. And I don't stink.

(Charlie grabs David in a hold and gives him a noogie on his head) [78, p. 108].

Другий приклад є ілюстрацією проксемічного компоненту. У ньому хлопчики сміються один над одним та роблять спроби виставити один одного у

кумедному світлі перед дорослим. Один із братів хапає іншого та починає тріпати його волосся. Ці дії зумовлені тим, що хлопчик кумедним чином ніби то порушує простір свого брата і все це для того, щоб по-братерськи провчити його за те, що той сказав. Цей вчинок привносить комізм у цю ситуацію та в загальному робить її веселою.

У наступному прикладі можна спостерігати координативну взаємодію вербальних та невербальних компонентів комунікації, що представлена узгодженням вербального та невербального компонентів [49].

(3) англ. *Boy: Our principal is so stupid!*

Girl: Don't you know who I am?

Boy: No?

Girl: I'm the principal's daughter.

Boy: Do you know who I am?

Girl: No.

Boy: Good.

walks away quickly [78, p. 248].

У даному діалозі спостерігається розмова двох дітей, які не знають один одного. Вони обговорюють директора школи. Хлопчик незадоволений директором та через це називає його дурним. Тим самим створюється незручна ситуація, бо директор є батьком дівчинки. Усвідомивши свою помилку, він вирішує негайно втекти, дізнаючись, що дівчинка його не знає. У цьому випадку комічний ефект створюється за рахунок взаємодії вербального компонента та невербального, а саме проксемічного. Вербальна та невербальна складові доповнюють одна одну та сприяють створенню комічності ситуації.

Проаналізувавши взаємодію вербальних та невербальних компонентів комунікації у створенні комічного ефекту можна підсумувати отримані результати: до основних невербальних засобів вираження комічного відносяться: міміка, жести, рухи, візуальний контакт, особливості голосу, відстань між мовцями. В свою чергу при створенні комічного ефекту кінесичні та проксемічні компоненти взаємодіють з вербальними компонентами і ця

взаємодія відбувається за чотирма принципами. Невербальні засоби створення комічного є емоційними та експресивними. Вони здатні виразити те, що не можна передати лише словами.

2.3 Взаємодія вербальних та невербальних складових у створенні комічного змісту

У зв'язку з перерозподілом у письмовому мовленні функцій вербальних і невербальних компонентів з'являються так звані семіотично ускладнені тексти, які являють собою комбінацію звичної для нас мови з елементами інших знакових систем. Для таких текстів використовується метафоричний термін *креолізовані тексти*, що належить Ю. А. Сорокіну і Є. Ф. Тарасову: «...це тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної) і невербальної (що належить до інших знакових систем)» [59, с. 83]. Інтернет-мем, як один із різновидів креолізованих текстів, має наступні основні компоненти: вербальна частина (напис/підпис, вербальний текст) та іконічна частина (малюнок, фотографія, таблиця). У різних типах текстів вони зустрічаються в різних комбінаціях, причому найважливішим компонентом креолізованого тексту є саме зображення [59, с. 83].

На думку А. А. Сичова, Інтернет, як відкритий комунікативний простір, є майже ідеальним середовищем для існування і розвитку сміхової стихії. Віртуальне життя в Інтернеті, як своєрідна форма масової комунікації, має ряд спільних рис з всенародним карнавальним життям Середньовіччя в трактуванні М. М. Бахтіна [59, с. 83].

Інтернет-меми можна вважати різновидом прецедентних феноменів. Прецедентні феномени в стислому вигляді здатні передати інформацію про текст або про цілу культурну/історичну подію, і саме тому вони володіють особливим типом конотації, яку можна назвати культурною конотацією. Наявність культурних конотацій забезпечує можливість ідентифікації прецедентного феномена адресатом. Відновлення культурних конотацій та певних асоціативних зв'язків є необхідною умовою для досягнення потрібного комунікативного ефекту при реалізації багатьох комічних жанрів [59, с. 84].

На нашу думку, інтернет-мем, за аналогією з карикатурою, володіє схожими особливостями цього так званого «сміхового» жанру:

- створюється за допомогою прийому перебільшення;
- являє собою поєднання реалії та ірраціонального;
- виховує, повчає;
- висміює, засуджує;
- неодмінно створює комічний ефект [59, с. 85].

Текст підпису до інтернет-мему, як і до карикатури, зведений до мінімуму для того, щоб вплив був головним чином візуальним. У цьому випадку комічне проявляється в здатності побачити в звичному перебігу життя безглуздість, відмовитися від автоматизму сприйняття дійсності і подивитися на звичайні речі під несподіваним кутом зору. Вчений А. Фарбштейн вказує на те, що комічне засноване на функції відсилань, і тому його ефект залежить від знання адресатом особливостей тієї культури, в рамках якої створений інтернет-мем [59, с. 85]. Необхідною умовою для досягнення комічного ефекту вважають наявність певних позицій: *екстралінгвістичних* (знання в галузі науки, літератури, культури, соціальні знання); *політичних* (знання політичних подій, візуальне знання політичних персоналій, партій, їх символіки); *логічних* (уявлення про природні відносини між подіями, встановлення логічного зв'язку між експліцитним змістом твору і імпліцитно присутнім змістом у свідомості комунікантів); *лінгвістичних* (знання мовної дійсності, особливостей мови, знання графічних і суперсегментних засобів, актуальних для породження, вираження і сприйняття імпліцитної інформації) [59, с. 85].

Оскільки інтернет-мем, як і карикатура, являє собою алогічне з'єднання вербального та іконічного компонентів, то наявність логічної позиції є обов'язковою для цього типу креолізованого тексту, а присутність інших позицій цілком залежить від конкретного контексту [59, с. 85].

Відтак, можна дійти висновку, що категорія комічного – явище амбівалентне. Його суть мислилася у зв'язку з контрастом, відхиленням та

протиріччям. Категорія комічного охоплює усі явища смішного, в основі якого завжди лежить невідповідність та порушення форми. Дослідники комічного в галузі лінгвістики мають різноманітні погляди на це явище. У лінгвістиці цей феномен розглядають як особливий вид творчості, пов'язаний як з вербальною, так і невербальною комунікацією. Створення та сприйняття комічного дискурсу нерозривно пов'язано з мовою. Важливо, щоб мовні засоби були лінгвістично точно та коректно відпрацьовані та збалансовані. Необхідною умовою для досягнення комічного ефекту в сучасних інтернет-мемах є наявність певних фонових знань, таких як: екстралінгвістичні, політичні, логічні та лінгвістичні. Також варто зазначити, що комічний ефект в інтернет-мемах створюється за допомогою органічної взаємодії вербального та іконічного компонентів.

РОЗДІЛ 3

МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ІНТЕРНЕТ-МЕМУ

3.1 Лексико-граматичні та семантичні особливості політичних інтернет-мемів

Розгляд політичного потенціалу інтернет-комунікації є досить перспективним для сучасної лінгвістики та входить в спектр інтересів таких лінгвістичних напрямків, як політична лінгвістика, інтернет-лінгвістика та соціолінгвістика. Особливий інтерес з точки зору політичної забарвленості представляють такі одиниці інтернет-комунікації, як інтернет-меми, складні інтернет-знаки, що мають стандартизовану форму (картинка та супровідний напис). У лінгвістиці термін *політичний інтернет-мем*, як один з різновидів політичного креолізованого тексту, являє собою закінчений мовний твір політичної комунікації, формою реалізації якого є візуальна та вербальна складові. Окрім цього, при створенні політичних інтернет-мемів використовується кілька каналів передачі інформації [13, с. 73].

Вивчення політичної забарвленості інтернет-мемів є актуальним, по-перше, зважаючи на велику популярність цих одиниць в Інтернеті, і по-друге, зважаючи на недостатню вивченість даної проблеми та необхідності поглибленого дослідження та опису інтернет-мемів, що належать до політичного дискурсу.

Інтернет-мемам властива висока політична забарвленість, що доводиться існуванням великої кількості інтернет-мемів на політичну тематику. Політична забарвленість мемів пояснюється їх актуальністю та широким використанням. Так як інтернет-користувачі миттєво відгукуються на різні події, в тому числі на події з політичного життя, в мережі щодня з'являються інтернет-меми на політичні теми. Інтернет-меми на політичну тематику можуть розглядатися як реакція інтернет-користувачів на політичну обстановку. Крім того, необхідно зазначити, що використання вербальних (текстових) та невербальних

(візуальних, графічних) засобів в інтернет-мемах істотно підсилює їх політичний потенціал, оскільки візуальна інформація (картинка, фотографія і т. д.) легше сприймається та ефективніше впливає на підсвідомість реципієнта. Саме завдяки величезній впливовій силі текстів із візуальним компонентом вони активно використовуються у політичному дискурсі, наприклад, в політичній карикатурі, агітаційних листівках, політичному плакаті [13, с. 73].

Інтернет-меми можуть розглядатися як спосіб вираження політичної думки, на кшталт трибуни, з якої можна вільно висловлюватися. Оскільки авторство інтернет-мемів анонімно, політична думка в них виражається вільно, без сорому, навіть, можливо, з використанням забороненої лексики, у формі висміювання чи образи. Часто в політичних інтернет-мемах використовуються зображально-виразні засоби. При цьому традиційне використання таких засобів заради естетичного ефекту поступається місцем використанню в інтернет-мемах різних образів, метафор, порівнянь та іншого заради гротеску, сатири та ефекту абсурду. Можна легко провести паралель між політичним інтернет-мемом та політичним анекдотом. Їх об'єднує анонімність, комічна спрямованість, можливість висловити щось заборонене, непристойне і, врешті-решт, своєрідна фольклорність, тобто приналежність до народної творчості [13].

Інтернет-мем також може розглядатися не тільки як засіб вираження політичної думки, але і як своєрідна форма вираження політичного протесту в сучасному суспільстві. Можливість висловити політичні переконання за допомогою інтернет-мемів свідчить про те, що інтернет-мемам властива ідеологічна спрямованість, причому їх автори прагнуть не тільки висловити свою політичну думку, а й впливати на інших інтернет-користувачів за допомогою художніх засобів інтернет-мему (виразної картинки, метафори, гри слів і т. д.) [13].

Говорячи про політичний потенціал інтернет-мему, слід зазначити ще одну важливу особливість: інтернет-меми є індикатором політичного рейтингу, тобто показують, наскільки популярний або непопулярний той чи інший

політик. Здатність інтернет-мемів служити *барометром* політичної думки суспільства пояснюється, з одного боку, їх актуальністю та прихильністю до суспільно-політичного контексту, з іншого – жанровими характеристиками (експресивність, анонімність, можливість не дотримуватися принципів політкоректності). При цьому слід підкреслити, що інтернет-меми про політиків з гумористичною спрямованістю, що мають на меті виставити політика в смішному вигляді, швидше свідчать про певну популярність політика та відображають базову потребу людини бачити смішне в навколишньому світі [13]. Як зазначає С. С. Мельников, сучасна людина має суспільну потребу осмислювати соціальні та політичні відносини за допомогою гумору і «...політичний гумор став своєрідною соціально-психологічною компенсацією» для індивіда, щоб впоратися з невдоволенням та розчаруванням. Якщо ж інтернет-мем наповнений уїдливою сатирою та містить негативну оцінку політика, то це не що інше як відображення гнівної реакції суспільства та показник низького рейтингу [37].

Як вже зазначалось вище, реферована робота зосереджена на дослідженні лінгвістичних особливостей англомовного політичного інтернет-мему. Згідно з дослідженнями, все більше і більше людей цікавляться внутрішньою та зовнішньою політикою своєї та інших країн. Це може бути обумовлено загостреною політичною обстановкою в світі. Розбиратися в політиці – означає, розбиратися в житті, впливати на важливі процеси, визначати майбутнє. Саме такий стан речей став однією із причин, які мотивували автора роботи до вибору політичних мемів об'єктом дослідження. Варто зазначити, що для цього дослідження було відібрано 280 англомовних інтернет-мемів, які належать до політичного жанру.

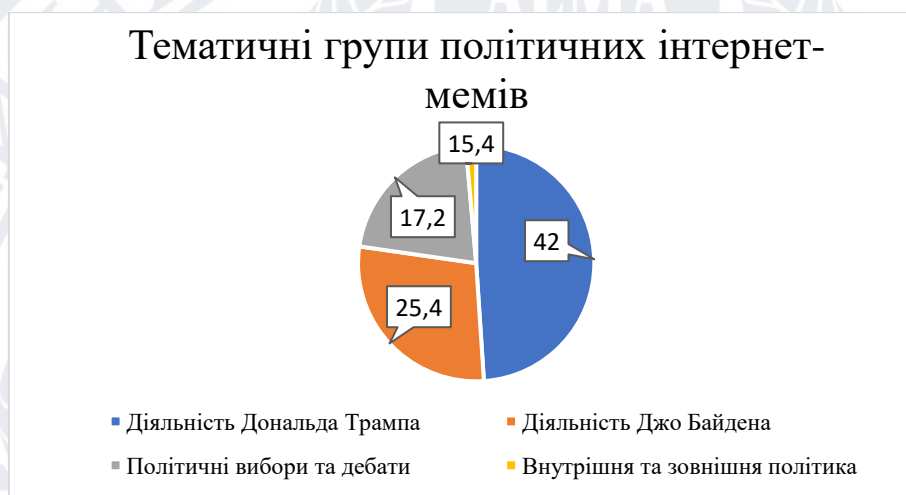
Спершу усі відібрані політичні інтернет-меми були розділені на такі тематичні групи:

1 група – інтернет-меми, що стосуються колишнього президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа та його політичної діяльності, відсоткова кількість яких складає 42%.

2 група – інтернет-меми, що стосуються політичної діяльності колишнього опонента Дональда Трампа – Джо Байдена. Їх відсоток становить 25,4%.

3 група – інтернет-меми, які стосуються політичних виборів та дебатів (17,2%).

4 група – інтернет-меми, що відображають внутрішню та зовнішню політику окремих країн. Загалом 15,4%.



Діаграма 1

Аналіз текстів відібраних інтернет-мемів показав, що відмінною рисою англomовного політичного інтернет-мему в лексичному плані є широке використання нейтральної лексики, наприклад:

- *To answer*
- *To come*
- *To look*
- *To go*
- *To want*
- *To use*
- *To talk*
- *To find*
- *To complete*
- *To whisper*
- *To send*

- *To sound*
- *To know*
- *Gift*
- *Great*
- *Good* та багато інших.

Воно і не дивно, оскільки тексти політичних інтернет-мемів орієнтовані на масову та неоднорідну аудиторію, що розрізняється за соціальною, віковою, національною, гендерною, та інших ознаками. Безумовно, високий відсоток нейтральної в стилізовому відношенні лексики в політичному тексті робить його більш доступним і зрозумілим.

Крім того, досліджуваний політичний інтернет-мем наповнений значною кількістю професійної політичної термінології, як наприклад:

- *Talks*
- *Elections*
- *President*
- *Leader*
- *Cabinet*
- *Allies*
- *Ministry*
- *Votes*
- *Democracies*
- *Republicans*
- *Sanctions*
- *Debate* та інші.

Слід зазначити, що політика не є областю з чітко вираженим спеціальним лексиконом, так як вона охоплює практично всі області суспільного життя. Традиційно політична лексика поділяється на *інституційну* (позначає окремі політичні інститути), *професійну* (представлена різними напрямками політики) та *ідеологічну* (відносяться до термінологічної системи ідеології). Основою

ідеологічної лексики є так звані ключові слова, тобто слова, пов'язані з певною політичною темою, мають обмежене вживання в тимчасовому, соціальному та локальному аспекті. Ключові слова використовуються для агітації, переконання, утвердження, привернення уваги та впливу [19].

Відсоткова кількість використання нейтральної лексики склала 83,5 відсотків (234 одиниці). В той же час кількість використання професійної політичної термінології дорівнює 18,5 відсоткам (52 од.).

В текстах політичних інтернет-мемів також використовується лексика розмовно-побутового стилю (сленгізми), що слугує для посилення експресії, зближення з адресатом, створення комфортної обстановки спілкування з ним, наприклад: *guy, thug, dude, bro, sis, gotta* (Рис. 8) та інші.

Obama: tell the world we're bros
Biden: *whispers* we're bros
Obama: bro why'd u whisper
Biden: ur my world bro
Obama: bro



Рис. 8

В результаті, відсоток використання лексики розмовно-побутового стилю склав 8,2% (23 одиниці).

Таблиця 3

Типи лексики використаної при створенні політичних інтернет-мемів

Назва	Частота вживання, %
Нейтральна лексика	83,5
Професійна політична термінологія	18,5
Лексика розмовно-побутового стилю	8,2

У текстовій частині англomовних політичних інтернет-мемів також зустрічається безліч антропонімів, або власних назв. Власна назва являє собою

сполучення лінгвістичного та екстралінгвістичного планів, а його значення – це складний комплекс як мовної інформації (особливості існування імені в мові, етимологія його основи, мотиви іменування), так і відомостей про властивості денотатів і специфіці застосування імені в різних ситуаціях [92]. Серед *антропонімів* у політичній комунікації – імена політичних діячів, назв народів, націй; серед *топонімів* – країни та географічні об'єкти.

Аналіз інтернет-мемів на політичну тематику показав, що досить часто автори цього типу креолізованого тексту вживають:

- a. Імена політичних діячів різних країн: *Donald Trump, Hillary Clinton, Barack Obama, Justin Trudeau, Joe Biden, Elizabet Warren, Mitt Romney* та інші.



Рис. 9

- b. Назви міст, штатів, країн: *New York, Washington, USA, Great Britain, North Korea, Africa, America, Great Britain* та ін.



Рис. 10

- c. Назви націй: *Americans, Europeans, British, Canadians, Mexicans* та ін.

British people when they hear
'kilometres per hour' instead of
'cups of tea per colonised nation'



Рис. 11

Загальна кількість вживання антропонімів та топонімів проілюстрована в Табл. 4.

Таблиця 4

Вживання антропонімів та топонімів

Назва	Кількість	Частота вживання, %
Антропоніми	48	17,1
Топоніми	39	13,9

Аналізуючи англомовні політичні інтернет-меми з точки зору лінгвістики, варто звернути увагу і на основні способи утворення політичної лексики в цьому типі креолізованих текстів.

1. Суфіксальний спосіб.

Високу словотвірну активність у політичній лексиці становлять суфікси: *ist, -ism, -ization, -tion, -ness, -en, -er, -acy, -ant, -less, -ive, -ful, -ible/able*:

- *Development*
- *Socialism*
- *Modernization*
- *Strengthen*
- *Improvement*
- *Relationship*
- *Significant*
- *Imperialist* та інші.

2. Префіксальний спосіб.

Що стосується префіксального способу утворення лексики, то одними із найбільш вживаних префіксів виявились префікси: *inter*, *re-* та *co-*.

- *International*
- *Internship*
- *Reorganization*
- *Retell*
- *Relies*
- *Restore*
- *Cooperation* та ін.

В ході аналізу стало зрозуміло, що мовна частина англомовних інтернет-мемів на політичну тематику будується в більшій мірі завдяки суфіксальним утворенням (частота вживання склала 72,2%), аніж префіксальним (всього 27,8%). До того ж, суфіксація більш всього притаманна для іменників та прикметників. Саме ці частини мови найчастіше зустрічаються у вербальній складовій мему (Табл. 5).

Таблиця 5

Способи словотворення в англомовних політичних інтернет-мемах

Назва	Частота вживання, %
Суфіксальний	72,2
Префіксальний	27,8

На граматичному рівні у досліджуваних нами текстах англомовних політичних інтернет-мемів було виявлено чимало стереотипних зачинів, що формують особливий стиль політичного інтернет-тексту та надають йому структурованість та впізнаваність. Зачини як окремі слова або синтаксичні конструкції стоять зазвичай на початку вербальної частини мему та нерідко відокремлюються комою від подальшого контексту. Вони, як правило, виконують роль синтаксичної та смислової зв'язки між окремими фрагментами тексту, наприклад: *however*, *it is not yet known*, *after all*, *therefore*, *although*.

Граматична складова текстів політичних інтернет-мемів зазвичай спрощена. В текстовій частині мему переважають прості речення, в яких прослідковується випущення артиклів, навмисне спотворення правопису та допущення низки граматичних помилок.

Окрім того, аналіз тексту політичного інтернет-мему дозволив виявити наступні характерні групи дієслів:

1) Дієслова, що репрезентують процес обговорення політичного життя та політичних питань та прийняття рішень стосовно них, наприклад: *to propose, to suggest, to discuss, to consider*.



Рис. 12

2) Дієслова, що виражають впевненість, надію на швидке вирішення політичних проблем, наприклад: *to think, to improve, to hope, to be sure*.



Рис. 13

3) Дієслова та їх неособові форми, що передають значення політичного впливу на опонентів та політичної ситуації загалом, наприклад: *to insist, putting pressure on*.



Рис. 14

3.2 Паралінгвістичні особливості англomовних політичних інтернет-мемів

Розгляд та аналіз англomовних політичних інтернет-мемів показав, що особливу увагу варто звернути і на їх паралінгвістичні особливості. Перш ніж перейти до цього аналізу, варто розтлумачити саме поняття *паралінгвістика*, а звідси і детальніше дізнатись про паралінгвістичні засоби комунікації.

Як зазначає Т. В. Радзівєвська у своїй праці «Текст як засіб комунікації», паралінгвістика – це розділ мовознавства, що вивчає невербальні засоби, які разом із вербальними передають інформацію в складі мовленнєвого повідомлення, а також сукупність таких засобів [42]. Що стосується паралінгвістичних засобів комунікації – це сукупність невербальних засобів реалізації текстової комунікації, зокрема графічні, звукові та кінетичні засоби комунікації. Наразі паралінгвістичні засоби, їхній складовий і прагматичний потенціал активно досліджуються в руслі параграфеміки як особливому розділі лінгвістики про письмову мову [42].

Розрізняють 3 групи параграфічних засобів, залежно від механізмів їх створення:

1. художньо-стилістичне варіювання знаків пунктуації;
2. шрифтове варіювання;
3. топографемні засоби [42].

Як зауважує Л. П. Тихомирова, шрифтове оформлення мовного виразу має пряме та вирішальне відношення до його змісту та спрямоване на створення оптимальних умов для сприйняття [53].

У більшості аналізованих політичних інтернет-мемів використовується друкований текст, при цьому використання друкованого шрифту при оформленні вербального компонента зумовлене його функцією – коментарем.

Роль друкованого шрифту часто є прямим наміром автора надати «серйозний тон» повідомленню, висловити своє певне оціночне судження через коментар, надати офіційність та мінімізувати або ж навіть нейтралізувати авторську присутність у тексті [53].

У більшості англomовних політичних інтернет-мемів, що були проаналізовані у цьому дослідженні, супровідні написи оформлені великими літерами. Таке оформлення вербальної складової мему дозволяє відразу привернути на себе увагу користувача. Однак, варто зауважити, що при створенні політичних інтернет-мемів автори іноді вдаються і до використання різних розмірів шрифтів. Збільшення шрифту дозволяє акцентувати певне слово або навіть фразу, надати їм емоційне забарвлення або виділити основний зміст фрази. Читаючи фразу та підвищуючи тон голосу на збільшеному шрифті, реципієнт має змогу реальніше змодельовати емоційну складову вихідної ситуації.

Щодо кольору шрифту в англomовних політичних інтернет-мемах, він зазвичай спрощений та мінімалістичний (білий або чорний, рідше яскраві кольори, наприклад, жовтий) і обирається він на контрасті до тла: на темному та кольоровому фоні використовується білий шрифт, на світлому – чорний. Подібний вибір кольорів обумовлений бажанням створити контрастність між текстом та зображенням. У більшості аналізованих мемів фоном слугують яскраві зображення, що привертають увагу до кольору графічного зображення. Тому колір шрифту на зображенні в більшості випадків білий з чорним обведенням. Однак у інтернет-мемах, у яких графічне зображення обрамляє темна рамка, напис здійснюється на рамці білим шрифтом.

Фрази в політичних інтернет-мемах зазвичай поділені кілька частин. Найбільш популярним є розділення фраз на дві частини: перша частина фрази представлена вгорі, друга – внизу картинки. Можна помітити, що текст фраз поділений навпіл згідно з декількома критеріями: як за змістом, наприклад, вгорі картинки зав'язка будь-якої ситуації або фрази, а внизу розв'язка, так і за інтонаційним малюнком (простежується паузування в мові). Варто також зазначити, що важливим паралінгвістичним компонентом у створенні політичних інтернет-мемів є міміка героїв на графічних зображеннях. Цей невербальний компонент найчастіше встановлює зв'язок між вербальними та візуальними складниками політичних інтернет-мемів. Розглянемо ж усі вищеперераховані паралінгвістичні особливості на прикладах.

Погляньмо на Рис. 15. У фразі *Let me check... Yep, I'm still not welcome* утворюється так звана смислова пауза перед словами *Yep, I'm still not welcome*, які розташовані внизу картинки та відіграють роль реми. Останні ж слова акцентуються через відповідний поділ тексту на картинці. Усе для того, аби читаючи першу частину фрази, реципієнт міг припустити будь-яку її розв'язку. Окрім цього, друга частина фрази оформлена більшим шрифтом, аніж решта тексту. Це змушує реципієнта інтуїтивно підвищити тон та інтонаційно виділити її.



Рис. 15

У наступному прикладі фраза також поділяється на дві частини. Друга частина тексту навмисно зменшена та оформлена іншим видом шрифту та навіть іншим кольором. Усе для того аби досягти ефекту коментаря до першої частини тексту, написаної великим літерами та великим шрифтом.



Рис. 16

Звернімо увагу на ще один політичний інтернет-мем, який може слугувати гарним прикладом. На Рис. 17 спостерігається невмотивоване чергування малих і великих літер. Супровідний напис *The wall is coming* перекладається як ‘стіна наближається’ (букв. ‘стіна йде’). Автор цього інтернет-мему звертається до резонансної заяви колишнього президента США Дональда Трампа про плани побудувати стіну на кордоні з Мексикою, щоб зупинити потік нелегальних мігрантів. Акцентування ключових слів *WALL* (укр. ‘стіна’) і *COMING* (укр. ‘наближається’) дає змогу привернути увагу реципієнта, а також задає комічну тональність за рахунок так званого прийому абсурду в супровідному написі. Вочевидь, автор цього інтернет-мему на політичну тематику висміює Дональда Трампа та його ідею та вдається до традиційної для американської культури карикатурної репрезентації політичної сфери.



Рис. 17

3.3 Засоби та прийоми створення комічного в англомовних політичних інтернет-мемах

Аналіз вербальної та візуальної складових англомовних інтернет-мемів на політичну тематику показав, що для реалізації комічного ефекту автори даного

типу креолізованого тексту нерідко вдаються до використання різноманітних мовностилістичних засобів. Відтак, для досягнення комічного ефекту автори мемів активно використовують мовну гру.

Автором терміну *мовна гра* є австрійський філософ Л. Вітгенштейн, який вважає проявами мовної гри накази, прохання, жарти тощо. Звідси, за визначенням Л. Вітгенштейна: «Мовна гра – це особлива діяльність мовних носіїв, що має за мету створення змістів, які демонструють зв'язок мови і законів природи та логіки» [11]. Терміном мовна гра позначають: «ті явища, коли мовець «грає» з формою мовлення, коли вільне ставлення до форми мовлення співвідноситься з естетичним завданням. Це може бути і невинний жарт, і вдала іронія, і каламбур, і різні види тропів (порівняння, метафора, антитеза, уособлення тощо)» [11].

З іншого боку, багато дослідників розглядають *мовну гру* як прояв сміхової стихії та акцентують увагу читачів на комічній спрямованості даного феномену. Е. М. Александрова, М. В. Мусійчук та А. П. Павлов зазначають, що «...поліфункціональність гумору знаходить яскраве втілення у мовній грі» [1].

Оскільки жанрові характеристики англomовних політичних інтернет-мемів допускають оригінальність та порушення мовного канону, це стає передумовою для використання мовної гри. Крім того, відсутність цензури в інтернет-мемах призводить до необмеженого мовленнєвим етикетом використання мовної гри, за якого утворюються її дивовижні форми, які не зустрічаються в інших, регламентованих мовленнєвим етикетом дискурсах (як наприклад у дискурсі ЗМІ, рекламному дискурсі чи дискурсі зв'язків із громадськістю) [31].

Проаналізувавши складові англomовних політичних інтернет-мемів стало зрозуміло, що автори цього типу креолізованого тексту нерідко використовують *фонетичну* та *морфологічну* мовну гру.

Мовна гра на фонетичному рівні в політичних інтернет-мемах реалізується в обіграванні звукового образу шляхом супровідного напису. Прикладами можуть слугувати звуконаслідування, алітерація (повтор

приголосних звуків), асонанс (повтор голосних звуків). Крім того, такі прийоми з лексичним повтором, як анафора, епіфора та паралелізм також можуть породжувати фонетичну гру [31].

Розглянемо приклади англомовних політичних інтернет-мемів, які є досить цікавим з точки зору фонетичної гри. На Рис 18. спостерігається так звана паронімічна атракція. За визначенням дослідниці Сюті Галини Мирославівни, паронімічна атракція – це різновид лексико-семантичної атракції, явище і результат свідомого чи несвідомого зближення паронімів у свідомості та мовленні, що реалізуються через синтагматичні зв'язки або парадигматичні відношення [52]. Саме у цьому прикладі паронімічна атракція заснована на обігруванні двох англомовних паронімів: англ. *launch* (укр. ‘запускати’ (ракету, снаряд тощо)) та англ. *lunch* (укр. ‘ланч’, ‘обід’). Супровідний напис перекладається як ‘Запускати? Я сказав ланч’. Невербальний компонент мему представлений зображенням північнокорейського лідера Кім Чен Ином, який активно розвиває ядерну програму та проводить агресивну зовнішню політику. Як відомо, Кім Чен Ин, верховний лідер КНДР, неодноразово виступав із погрозами застосувати ядерну зброю щодо США. Автор цього політичного інтернет-мему вдався до паронімічної атракції, щоб створити комічний ефект. Додаткова гумористична забарвленість утворюється за рахунок протиставлення мілітаристського та навіть грізного образу північнокорейського лідера і згадки такого простого, буденного явища, як обід.



Рис. 18

Звернемо увагу на наступний приклад. Візуальна складова нище зображеного мему (Рис. 19) представлена зображенням колишнього президента США Дональдом Трампом. В свою чергу вербальна складова виражена супровідним написом *enamanoos*. Автор цього політичного інтернет-мему посилається та обігрує англійське слово *anonyms* (укр. ‘аноніми’). Іменник *anonyms* представлено у зовсім неправильному та навіть викривленому вигляді: замість потрібних за змістом та правильністю літер використовується *enamanoos* – і близько не схоже до оригіналу слово. Виявляється, у своїй промові на мітингу в штаті Монтана Дональд Трамп все ніяк не міг вимовити свою ключову репліку, що включала в себе слово ‘аноніми’. Колишній президент двічі намагався правильно вимовити слово, однак все було марно. Відтоді ця помилка у вимові стала вірусною і послугувала ідеєю для створення низки інтернет-мемів.



Рис. 19

А тепер перейдемо до аналізу морфологічної мовної гри. Незважаючи на те, що морфологія англійської мови вирізняється своєю стабільністю та непорушністю, комічний потенціал морфології іноді дозволяє породжувати різноманітні прийоми в інтернет-мемах. Як правило, морфологічна гра реалізується в таких відхиленнях від мовної норми, як неправильні форми ступенів прикметників, множини іменників, порушення при відмінюванні дієслів. Ці інновації покликані передати експресію висловлювання [18]. Розглянемо ж використання цієї мовної гри на прикладі.

Супровідний напис на Рис. 20 говорить: *One don't simply be gooter president than me*. Морфологічна гра у даному політичному інтернет-мемі проявляється у навмисному використанні неправильної форми порівняльного

ступеня прикметника *good* (укр. ‘хороший’) – *gooter* (правильна форма – *better*, укр. ‘кращий’), а також у некоректному вживанні часової форми *don't* із займенником *one* замість граматично правильного варіанта *doesn't*. Прагматичне значення морфологічної гри в цьому прикладі, окрім комічної спрямованості, полягає у навмисному відступі від граматичної норми з метою впливу на реципієнта, привернення уваги та зацікавлення.



Рис. 20

Аналізуючи емоційно-експресивний аспект лексичного складу англomовного політичного інтернет-мему можна дійти висновку, що цей тип креолізованого тексту представлений різноманітними прийомами виразності (стилістичними засобами). Серед них нерідко зустрічається:

1) Метафора.

Метафорою, за визначенням літературознавчої енциклопедії, є перенесення назви, дії або ознаки з одного предмета на інший на основі їх подібності [95]. В політичних інтернет-мемах метафори використовуються задля створення прийому прихованого порівняння, а також для створення комічного ефекту. Для прикладу візьмемо та проаналізуємо інтернет-мем, який стосується політичної діяльності Дональда Трампа: *Maybe the real problem at hand is that Donald Trump is having to be «the mean parent» to a country that has been orphaned for way too long* (Рис. 21). Метафоричність даного мему створюється за допомогою виразу *mean parent*, який переноситься та порівнюється з колишнім президентом Сполучених Штатів Америки Дональдом Трампом. В даному випадку невербальний компонент привертає увагу, сприяє запам'ятовуванню і пояснює, що Дональд фактично став *злим батьком* для своїх співвітчизників. Автор цього політичного інтернет-мему

хоче показати, що проблема у несприйнятті його політики громадянами полягає саме в тому, що він часто вживає досить жорстких та неприпустимих заходів для наведення порядку в країні, яка довгий час фактично була *сиротою*.



Рис. 21

2) Антитеза.

Антитеза також використовується в інтернет-мемах, оскільки є досить простим і ефективним прийомом створення комічного ефекту. У літературознавчому словнику-довіднику антитеза визначається як стилістична фігура, протиставлення контрастних явищ, образів і понять. В основі антитези часто лежать антоніми [93]. Гарним прикладом даного стилістичного засобу може слугувати наступний мем (Рис. 22). На даному малюнку протиставляються два протилежних стани, образи та особи для посилення ефекту впливу інтернет-мему.



Рис. 22

Найвірогідніше, після перегляду дебатів, які були присвячені президентським виборам в США, автор даного мему вирішив охарактеризувати

промови претендентів на посаду президента, використовуючи всього лише два слова: промову Дональда Трампа словом *disgusting*, промову Джо Байдена – *denesy*. Невербальний компонент даного мему також відіграє немало важливу роль – яскраве, чітке зображення опонентів, яке фактичного говорить саме за себе. Завдяки чіткому, короткому напису та влучній картинці, у адресата одразу з’являються відповідні асоціації і він легко зможе зрозуміти про що йде мова.

3) Гра слів.

За визначенням Ю. І. Ковалів, гра слів – це спеціальне використання звукової, лексичної або граматичної форми слів, а також частин слів, фразеологізмів, синтаксичних конструкцій для створення певних фонетико- та семантико-стилістичних явищ, що ґрунтується на зіставленні та переосмисленні, обіграванні близькозвучних або однозвучних мовних одиниць з різними значеннями [95]. Англomовний інтернет-простір наповнений висміювальними інтернет-мемами про колишнього президента Сполучених Штатів Америки Дональда Трампа, що є прямим доказом його непопулярності серед населення. Наступний приклад знову ж таки стосується Дональда Трампа (Рис. 23). Супровідний напис говорить: *I'm going to serve two terms. One in federal prison and one in New York state prison*. Згідно з визначенням, яке наводить Кембриджський словник, вираз *to serve a term* має два та навіть більше значень та може вживатись у різних контекстах. В даному випадку, гра слів виражається в тому, що *to serve a term* може означати як і *відбути два терміни президентського строку*, так і *відбути два терміни у в'язниці*. Саме така двозначність виразу одразу нашоує користувача на думки та асоціації стосовно політика, зображення якого, до того ж, слугує невербальним компонентом. Саме завдяки цьому прийому гри слів і виникає комічний ефект, якого хотів досягти автор. Можна навіть сказати, що даний інтернет-мем виражає ставлення громадян до політичних дій колишнього президента. Вони вважають його справжнісіньким злочинцем, який повинен відбувати терміни не при владі, керуючи країною та віддаючи накази, а у в'язниці.



Рис. 23

4) Порівняння.

Нерідко автори англомовних інтернет-мемів на політичну тематику вдаються до використання порівняння. За визначенням В. Т. Бусела, порівняння – це один з художніх засобів, у якому один предмет, подія, особа зіставляються з іншими, у яких ці особливості виявлені різко, яскраво. Порівняння виконують зображальну та емоційно-оціночну роль [92]. Наступний мем слугує яскравим прикладом цього (Рис. 24). В даному компаративному мемі за допомогою фотографій порівнюється образ колишнього президента Сполучених Штатів Дональда Трампа з кукурудзою для створення комічного ефекту, що супроводжується риторичним запитанням: *Who wore it better? Donald Trump or the corn?*



Рис. 24

Розглянемо ще один приклад інтернет-мему на політичну тематику, в якому використовується прийом порівняння (Рис. 25): *Republicans – Idiots*.

Democrats – Idiots who believe they are superior to Republicans. Автор цього мему фактично порівнює головні політичні партії з ідіотами, своїми словами не підтримуючи жодну з них та демонструючи свою особисту неприязнь до цих ланок правління. При цьому він навмисно порушує норми політкоректності, а також вимоги до тактовності (поваги чужих інтересів). Комічний ефект цього інтернет-мему заснований на стратегії *гумор без кордонів* і відображає спільну тенденцію розважального дискурсу до «...високого ступеня психологічної розкутості учасників спілкування» [9], що дозволяє епатажно жартувати.

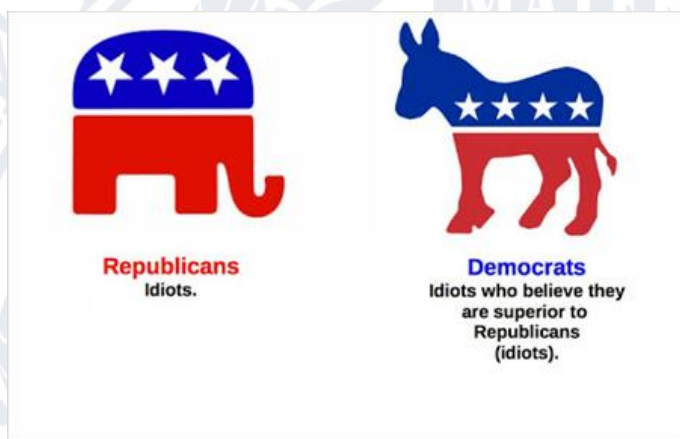


Рис. 25

5) Уособлення.

Уособлення являє собою перенесення властивостей і ознак з живого об'єкта на неживий [93]. Відомий інтернет-мем *Countryballs* є влучним прикладом, в якому використовується даний прийом (Рис. 26). На малюнку зображуються країни, які завдяки прийому уособлення знаходять можливість говорити або передавати ознаки живих об'єктів. Іграшкові м'ячі можуть стати уособленням будь-якої країни і саме завдяки цьому текстова частина, яка найчастіше виражає конфліктні ситуації та взаємини між тією чи іншою державою, сприймається трохи легше та менш агресивно. Цей інтернет-мем послужив основою для численних інтернет-мемів та коміксів про взаємини країн і мов.

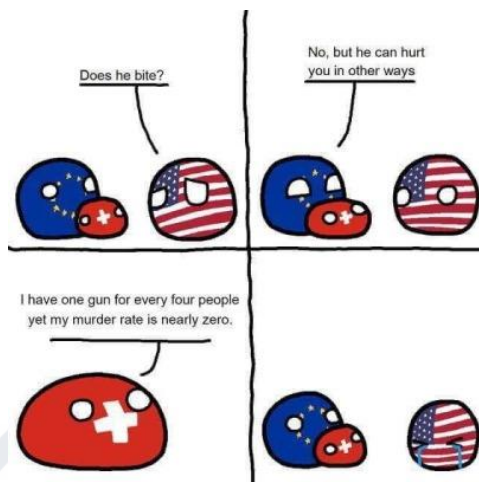


Рис. 26

б) Гіпербола.

Гіпербола, за визначенням літературознавчої енциклопедії, це художній зворот очевидного і навмисного перебільшення для посилення та підкреслення думки [95]. На малюнку (Рис. 27) зображена Елізабет Воррен, американська політична діячка та юристка, яка звертається до свого колеги Міта Ромні. На своє риторичне запитання до Ромні стосовно податків в державну казну вона відповідає самостійно і при цьому вдається до перебільшення, не вірячи словам опонента про чесні та вчасні виплати: *So, you paid your taxes, Mitt? Well, I once caught a fish THIS big*. Політична діячка навмисно перебільшує, задля того, щоб усім стало зрозуміло, що і та і інша ситуація це ніяк інакше аніж брехня. Вербальна частина мему, в якій використовується гіперболізація подій, підкована влучним іконічним компонентом, який фактично зображує та передає усе те, про що говорить Елізабет Воррен (жінка активно жестикулює та палко щось промовляє).



Рис. 27

7) Рима.

Використання рими при створенні політичних інтернет-мемів також прослідковується. Рима використовується для створення комічних чотиривіршів. Як правило, перша частина тексту залишається незмінною, а друга варіюється в залежності від творчого задуму автора та мовної ситуації. Наприклад: популярний дитячий чотиривірш з фіксованою частиною *There Was a Crooked Man* став основою для створення характеристики колишнього президента США Дональда Трампа (Рис. 28). Автор співвідносить тему та ідею вірша до його політичної діяльності, тим самим висміює колишнього президента та демонструє своє ставлення до нього. На тлі гордо позуючого Дональда Трампа великими літерами зображені рядки вірша, які до того ж залишились незмінними. Саме вони і є ключовим моментом цього політичного інтернет-мему. Якби гарно він не позував, який костюм би не одягнув та в якому б кабінеті не сидів, для громадян він все одно залишиться *криворуким чоловіком у кривому маленькому будиночку*.

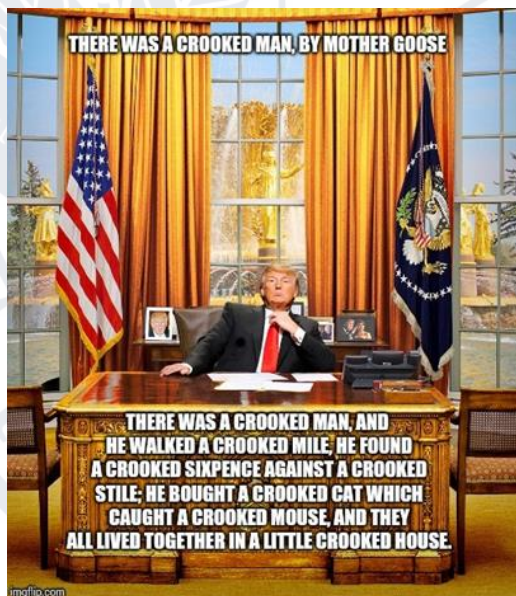


Рис. 28

Отже, проаналізувавши стилістичні засоби реалізації комічного в англomовних політичних інтернет-мемах ми з'ясували, що для створення політичного інтернет-мему автори найчастіше вдаються до використання мовної гри а саме: фонетичної та морфологічної. Що стосується емоційно-експресивного аспекту лексичного складу політичного інтернет-мему,

найбільш частотним прийомом, застосовуваним авторами, є *порівняння* – 16,7% (47 одиниць). Слідом йде використання прийому *гри слів*, їх кількість склала 10% (28 од.). Наступним прийомом при створенні англомовного політичного інтернет-мему стала *метафора* – 6,7 відсотка (19 од.). Відсоткова кількість *гіперболи* – 4,6% (13 од.). Далі слідує прийом *антитези* – 3,5% (10 од.). У 1% прослідковується використання *уособлення* (3 од.), а в 0,7% автор використовує *риму* (2 од.).

Таблиця 6
Стилістичні засоби реалізації комічного

Назва	Частота вживання, %
Порівняння	16,7
Гра слів	10
Метафора	6,7
Гіпербола	4,6
Антитеза	3,5
Уособлення	1
Рима	0,7

3.4 Політична карикатура як прототип сучасного політичного інтернет-мему

Існує думка, що сучасний англомовний політичний інтернет-мем насправді є спорідненим явищем до політичної карикатури. Можна навіть сказати, що карикатура є до певної міри прототипом сучасного мему. І з цим важко не погодитись. Лінгвальні складові, а також засоби та прийоми створення комічного, стилістичного ефекту (впливу) є чи не однаковими. Однак водночас є відмінності.

По-перше, це канали трансляції повідомлення, носії. Меми з'явилися та існують переважно у цифровому середовищі, тоді як карикатура існувала до певного часу виключно на папері (у стінгазтах, газетах, спеціальних збірниках).

По-друге, інтернет-мем це особиста або групова емоційна реакція на якусь реальну подію, тоді як карикатура – авторський/художній витвір.

Невербальна частина мему завжди представлена реальною фотографією та супроводжується вигаданим комічним надписом, тоді як карикатура – це видуманий графічний малюнок, яка може навіть не містити вербального компоненту [13].

В лінгвістичному аспекті карикатура, як відомо, є різновидом креолізованих текстів. Враховуючі спорідненість політичної карикатури та політичного інтернет-мему вважаємо за необхідне детальніше розглянути лексико-стилістичні та функційні особливості текстів цього жанру.

Політична карикатура – це сатиричне або гумористичне зображення, що дає критичну оцінку певним суспільно-політичним явищам або конкретним особам і подіям. В карикатурі гумор і сатира служать для критики, викриття, осміяння будь-яких соціальних, суспільно-політичних, явищ. У широкому сенсі слова під поняттям *карикатура* розуміють будь-яке зображення, де свідомо створюється комічний ефект, де з'єднуються реальне і фантастичне, перебільшуються і загострюються характерні риси фігури, обличчя, костюма, манери поведінки людей, змінюються співвідношення їх з навколишнім середовищем, використовуються несподівані зіставлення й уподібнення. Більшість карикатур на політичну тематику, як і політичні інтернет-меми, являють собою креолізований текст; з тією лише різницею, що в даному випадку вербальний компонент набагато частіше виконує дейктичну функцію (вказівну, пов'язану з мовою жестів та рухів) [13].

Текст політичної карикатури, що створюється певними мовними засобами, накладається на таку собі першооснову, тобто анекдотичну ситуацію або актуальну проблему. Семантика двоплановості карикатури проявляється: в карикатурному зображенні предметів (порушення образів); в карикатурному зображенні просторово-часових координат; в карикатурному зображенні взаємних позицій персонажів (висміювання, нерозуміння); в обігруванні двозначності або невизначеності ключового поняття креолізованого дискурсу [3].

Розглядаючи політичну карикатуру як один із різновидів авторського задуму, цей жанр можна визначити як спосіб коментування та інтерпретації певних фактів, явищ і суб'єктів об'єктивної дійсності. Невід'ємним компонентом такого задуму, як і в сучасному політичному інтернет-мемі, буде іронія або гумор, що виражені в одному з семіотичних вимірів карикатури. Сучасні дослідники класифікують політичні карикатури на підставі їх змісту, рівня розуміння, сфер комунікації, способу створення і каналу поширення (цифрові та не цифрові). У процесі формування політичної карикатури як сатиричного газетно-журнального жанру, заклалась традиція використання такого роду ілюстрацій в друкованих ЗМІ, як в спеціалізованих сатиричних виданнях, так і у виданнях суспільно-політичної спрямованості. Поява комп'ютерів, Інтернету та онлайн-ЗМІ забезпечило карикатуру новою, віртуальною сферою функціонування, а самих художників (авторів) новими інструментами створення і поширення своїх творів. Онлайн-версії деяких друкованих ЗМІ, а також сайти бібліотек (як наприклад National Library of New Zealand) каталогізують опубліковані цифрові карикатури. Таким чином, на сучасному етапі карикатура може одночасно існувати як у надрукованому, так і в цифровому вигляді. Що стосується інтернет-мему на політичну тематику, в цьому випадку існування як у надрукованому, так і в цифровому вигляді не є можливим, оскільки феномен мему з'явився та набув широкого вжитку саме на просторах інтернет-мережі [3].

Жанр англомовної політичної карикатури, як і англомовного політичного інтернет-мему, висуває певні вимоги, як до автора, так і до аудиторії. Створюючи карикатуру, автор повинен максимально ёмко і доступно висловити свій комінукативний потенціал, враховуючи при цьому візуальну культуру реципієнтів, їх рівень знань про контекст, розуміння зображеного сюжету, систему знаків і стереотипів, правові аспекти функціонування карикатури як інтелектуальної власності та потенційного компоненту медіатексту та багато іншого. У свою чергу, реципієнт повинен в першу чергу бути здатним адекватно інтерпретувати та сприймати закладений в карикатурі

посил, а окрім того, володіти необхідними культурними, соціальними та науковими знаннями [3].

У багатьох англomовних політичних інтернет-мемах, як і в політичній карикатурі, задіюється стратегія висміювання, нерідко використовується гіпербола та інші сатиричні прийоми. Також в інтернет-мемах на політичну тему спостерігається використання прецедентних феноменів (легко впізнаваних мовним співтовариством феноменів, наприклад таких як згадка про вибори в США і т. д.). Одним словом, спостерігається спорідненість інтернет-мему та політичної карикатури на рівні жанрових ознак [3].

Політичному інтернет-мему, як і політичній карикатурі, властива яскраво виражена комічна спрямованість. При цьому гумор в інтернет-мемах часто простий та орієнтований на середньостатистичного інтернет-користувача. Примітно й те, що окрім гумору в політичних інтернет-мемах, як і в політичній карикатурі, може спостерігатися настрій трагічності. Як зауважує К. В. Середіна, у політичній карикатурі трагічність осмислюється не як емоційне переживання, а як конфлікт ідеального і реального; такий же відтінок незадоволеності та розчарування в навколишній політичній дійсності. Як і політична карикатура, інтернет-мем на політичну тематику має на меті критику політичних явищ за допомогою художніх засобів (сатири, гри слів, гротеску та ін.) [3].

Варто підкреслити, що політична карикатура, як правило, створюється професійними художниками, часто з метою пропаганди, тобто є результатом ЗМІ. В свою чергу політичний інтернет-мем являє собою прояв своєрідної народної творчості, фольклору, який фіксується та поширюється в Інтернет просторі. Авторство мемів анонімно, а самі ж інтернет-меми можуть розглядатися як прояв колективного мислення [3].

Англomовний політичний інтернет-мем також схожий на політичну карикатуру завдяки своїй адресності, лаконічності та завершеності. Крім того, в інтернет-мемах часто спостерігається гротеск, тобто використання фантастичних, химерних мотивів, який може розумітися як своєрідна гра з

реальністю, навмисне порушення конвенцій, руйнування стереотипів з метою викликати ефект обдуреного очікування у інтернет-користувача [3].

Звернемо нашу увагу на один із прикладів англомовної політичної карикатури, який набув широкої популярності саме в інтернет-середовищі і можна сказати осучаснився, ставши інтетернет-мемом (Рис. 29). На даному прикладі зображені колишній президент Сполучених Штатів Америки Дональд Трамп та його політична опонентка Гіллари Клінтон. Знаходячись на верхівці купи грошей Гіллари промовляє: *The peasants are so stupid!* На що Дональд Трамп їй відповідає: *I'll drink to that!*



Рис. 29

Гумористичний ефект даного зображення заснований на прецедентному феномені: використовується алюзія на президентські вибори в США, які відбулися в 2016 році. Такий собі «конфлікт» двох конкуруючих сторін призвів до того, що люди перестали у вірити в добрі наміри тієї чи іншої сторони. Завдяки цьому конфлікту обидва збагатились та отримали бажаний результат. Варто підкреслити, що в текстовій частині карикатури виділено прийменник *so*, який значно підсилює вираз та робить його емоційнішим. Однак, варто зауважити, що для коректного сприйняття мему реципієнт (громадянин іншої держави, носій іншої культурної спадщини) повинен бути обізнаним про те, хто такі Дональд Трамп та Гіллари Клінтон та яку роль вони відіграють в політичному житті Америки. Для носіїв американської або ж англо-саксонської культур сприйняття такого політичного інтернет-мему не викликає труднощів,

оскільки вони добре обізнані у політичній ситуації своєї держави і зможуть з легкістю зрозуміти, про що автор хотів сказати.

Наступний приклад інтернет-мему не тільки схожий, а ще й повністю стилізований під карикатуру (Рис. 30).



Рис. 30

На даному мемі зображена колишня федеральна канцлерша Німеччини Ангела Меркель, нібито благаюча: *Mr. President. Don't bug me. Just call me, anytime.* Стилізація під карикатуру проілюстрована наступним чином: замість фотографії Ангели Меркель використовується малюнок, також застосовується виразний шрифт *cheltenham*, той самий, яким набираються заголовки американської газети *The New York Times*, завдяки якому і створюється ефект старовини та декоративності. Гумористичний ефект цього інтернет-мему також заснований на прецедентному феномені: використовується алюзія на політичний скандал 2013 року, коли з'ясувалося, що американські спецслужби прослуховували телефонні розмови Ангели Меркель. На зображенні Ангела Меркель нібито звертається до колишнього президента Сполучених Штатів Барака Обами, закликаючи його не шпигувати.

Аналізуючи функційні особливості політичного інтернет-мему та політичної карикатури, стало зрозуміло, що функції цих типів креолізованого тексту фактично ідентичні. Розглянемо кожну з цих функцій детальніше.

а. *Комунікативна функція* (у сукупності представляє функції передачі інформації і, можливо, знання автором і встановлення ним опосередкованого

контакту з аудиторією). Реципієнтів об'єднує певна передбачувана реакція на посил.

- b. *Реактивна функція* (тут мається на увазі здатність інтернет-мему та карикатури викликати певні почуття і ставлення до зображеного сюжету, а також вміння здійснювати психологічну розрядку реципієнта за рахунок комічного ефекту).
- c. *Творча функція* (через створення інтернет-мемів та карикатур, автор реалізує свою потребу в самовираженні).
- d. *Функція розвитку* (будь-який інтернет-мем та карикатура можуть слугувати освітнім цілям, будучи потенційним джерелом нової інформації, крім того, висміюючи окремих особистостей, ситуації або ціннісні моделі, ці види креолізованого тексту виконують і виховну функцію).
- e. *Функція культурної пам'яті*. Відображаючи за допомогою інтернет-мемів своє ставлення до актуальних явищ і фактів дійсності, репліканти таким чином створюють масив відомостей про історичну кон'юнктуру їх епохи, важливі культурні зразки, цінності тощо.
- f. *Пропагандистсько-ідеологічна функція* [3].

Візуалізовані політичні інтернет-меми являють собою так звані полікодові єдності. Ідея, представлена в мемі, виражена у невербальному компоненті. Однак меми існують за рахунок реплікації та розвитку цієї ідеї і без внесення конкретних додаткових сенсів їх реалізація була б неможливою. Ці додаткові сенси в більшості випадків представлені саме вербальним компонентом. У випадку демотиваторів – це текст внизу чорної рамки, що виконує роль іронічного підпису до ілюстрації. Також вербальний компонент політичного інтернет-мему містить відсилання з вказівкою на джерело, де мем був створений або опублікований, а також, якщо розглядати його як елемент веб-сторінки – нікнейм автора, супроводжуючий коментар і так далі [3].

У ході аналізу політичного інтернет-мему та політичної карикатури виявилось, що авторство цих типів креолізованого тексту істотно відрізняється. Авторство карикатури належить особі або групі осіб (творчому об'єднанню),

що безпосередньо брали участь у реалізації задуму ілюстрації. Найчастіше автори маркують свої твори за допомогою унікального підпису. Також авторство карикатури можна встановити в спеціальних архівах і базах даних. Будь-яка карикатура, будучи втіленням задуму художника, є результатом його творчої діяльності, є об'єктом авторського права згідно Бернської конвенції 1979 року [3].

Однак авторство політичних інтернет-мемів є найбільш складним аспектом їх розгляду, оскільки їх поширення засноване на культурі участі та колективних практиках. Як правило, найчастіше вдається з'ясувати першоджерело мему, а ось автора оригіналу – не завжди. Крім того, зображення та текстові фрагменти (при цитації), що використовуються при створенні мемів, мають власних авторів. З точки зору поширення, політичний інтернет-мем можна віднести до охоронюваної інтелектуальної власності, однак їх зміна та подальше поширення переслідувалося в одиничних випадках [3].

Наразі пропонуємо переглянути порівняльну Табл. 7, в яку було внесено вищепроаналізовані дані стосовно англomовного політичного інтернет-мему та політичної карикатури.

Таблиця 7

Зіставлення мовних характеристик політичного мему та карикатури

Критерій	Політичний інтернет-мем	Політична карикатура
Сутність	креолізований текст	
Середовище функціонування	Найчастіше соціальні мережі; ЗМІ (в електронному вигляді)	друковані та електронні засоби масової інформації
Функції	функції цих типів дискурсу корелюють	
Авторство	Є об'єктом захисту авторського права. Авторство носить колективний, напіванонімний характер.	Є об'єктом захисту авторського права. Автором є конкретна особа або група осіб.

Вимоги до автора	Наявність певного рівня знань (знання семантичних векторів різновидів мемів, прийнята в інтернет спільноті система знаків і стереотипів, володіння літературною мовою і сленгом, володіння інструментарієм створення варіацій мемів, прийняття до відома можливого рівня знань реципієнтів.	Наявність певного рівня знань (володіння літературною мовою, візуальна культура реципієнта, сформована в суспільстві система знаків і стереотипів, правові аспекти функціонування карикатури як інтелектуальної власності та потенційного компонента медіатексту), володіння образотворчими техніками, а також програмним забезпеченням для створення карикатур, прийняття до відома можливого рівня знань реципієнта.
Використані прийоми та засоби виразності	Прийоми та засоби виразності реалізуються як на невербальному, так і на вербальному рівнях.	

Отже, проаналізувавши усе вищезгадане, можна дійти висновку, що лексичні засоби сучасного англomовного політичного інтернет-мему досить різноманітні. Функцію впливу на реципієнта допомагає реалізувати нейтральна термінологія, професійна політична термінологія, лексика розмовно-побутового стилю (сленгізми), використання імен політичних персоналій, власних назв (міст, штатів) та назв національностей. Для створення комічного ефекту автори

англомовних інтернет-мемів на політичну тематику часто вдаються до використання мовної гри, а саме: фонетичної та морфологічної; активно використовують різноманітні прийоми виразності, як наприклад: метафори, порівняння, антитезу, гру слів, уособлення, гіперболу та риму. До того ж автори цього типу креолізованого тексту часто використовують різноманітне шрифтове варіювання та художньо-стилістичне варіювання знаків пунктуації. Серед основних способів словотворення у сфері політичної інтернет-комунікації переважають суфіксальні на префіксальні способи. З граматичної точки зору складова текстів політичних інтернет-мемів зазвичай спрощена. В текстовій частині мему переважають прості речення, в яких прослідковується випущення артиклів, навмисне спотворення правопису та допущення низки граматичних помилок. Для політичних інтернет-мемів характерне використання таких груп дієслів: ті, що репрезентують процес обговорення політичного життя та політичних питань і прийняття рішень стосовно них; ті, що виражають впевненість, надію на швидке вирішення політичних проблем та ті, що передають значення політичного впливу на опонентів та політичної ситуації загалом. В ході порівняльного аналізу між політичним інтернет-мемом та політичною карикатурою ми дійшли висновку, що візуалізовані політичні меми є сучасною формою (прототипом) карикатури. Даний тезис ґрунтується на емпірично доведених збігах за більшістю характеристик. Візуалізовані меми володіють великим комунікативним і впливовим потенціалом. Політичний інтернет-мем, як і карикатура, вважається масово доступним засобом вираження творчої, комунікативної, сатирично/гумористичної та інших видів авторських задумів. Процес створення цих видів креолізованого тексту заснований на одній із соціальних потреб людини – приналежності до групи та її схваленні. Ця потреба не прив'язана до національного контексту і є універсальною.

ВИСНОВКИ

У даній роботі були проаналізовані сучасні англomовні політичні інтернет-меми та механізми створення комічного ефекту в них. Сам феномен інтернет-мему являє собою складне вербальне і невербальне явище, яке має культурну цінність, відрізняється високою швидкістю циркуляції в мережі Інтернет, має здатність до реплікації, а також призначений для комплексного впливу на адресата. Проаналізувавши типології інтернет-мемів, ми виявили, що дані одиниці можна класифікувати за різними критеріями: за хронологією, способом вираження, джерелом виникнення, структурою, а також за ефектом впливу. Мем є одним з найцікавіших, найбільш суперечливих і маловивчених явищ сучасної комунікації. Він має характерне мовне оформлення та особливості функціонування. Сучасний мем можна охарактеризувати як одиницю інформації, яка здатна до самопоширення. Його особливістю є саме накопичення значень, які він мав раніше, без нівелювання нових. Класифікація мемів поступово фокусується саме на Інтернет-явищах, адже таким чином більшість мемів потрапляє до адресата, який в свою чергу може сприймати інформацію по-різному, адже мем розвивається вільним від усталених значень та є індивідуальним для кожного.

Останнім часом деякі лінгвісти пропонують розглядати інтернет-меми як вид сучасних паремії, які несуть в собі культурну інформацію і є відображенням типових життєвих ситуацій. Для них характерні наступні особливості: додавання наукових термінів до висловлювання для створення комічного ефекту; мовна гра; з одного боку вони утворюють стереотипи у свідомості реципієнта, з іншого, руйнують їх, ставлять під сумнів існуючі норми; інтертекстуальність; певна тематична спрямованість; неперекладна гра слів, і т. д.

Інтернет-меми – відносно новий об'єкт вивчення в лінгвістиці. Вони вимагають до себе уваги, оскільки досить активно беруть участь у формуванні

інтернет-мови, яка так швидко розвивається. Як масовий феномен дане утворення заслуговує більш пильної уваги та детального вивчення.

Ми з'ясували, що інтернет-мем є безпосередньо одним із різновидів комічного тексту. Що стосується самого поняття комічно, ми дійшли висновку, що воно є досить широким поняттям, яке охоплює усі явища смішного, в основі якого завжди лежить невідповідність, порушення форми. Комічне охоплює усі сторони людського буття, саме тому є об'єктом дослідження багатьох наук. Той факт, що комічним цікавилися представники різних епох та народів є прямим доказом того, що ця категорія носить об'єктивний характер. Розвиток та вивчення теорії комічного відбувався у двох напрямках: з одного боку, в напрямку визначення істотних моментів в об'єкті комічного і, з іншого боку, в напрямку аналізу суб'єктивних умов для сприйняття та продукування комічного. Категорія комічного – явище амбівалентне, в основі якого лежать два початки: протиріччя і гра (слів, уяви і т. д.). Створення та сприйняття комічного дискурсу нерозривно пов'язано з мовою. Важливо, щоб мовні засоби були лінгвістично точно та коректно відпрацьовані та збалансовані, щоб вони були послідовно сплановані та представлені в тексті для того, щоб налаштувати адресата на сприйняття мовлення в комічному ракурсі. Комічний ефект в інтернет-мемах створюється за допомогою органічної взаємодії вербального та іконічного рядів, причому мовний (текстовий) компонент може виступати в якості джерела прецедентного матеріалу. Не менш важливим є і той факт, що необхідною умовою для досягнення комічного ефекту є наявність певних позицій, таких як: екстралінгвістичні, політичні, логічні та лінгвістичні.

Розгляд політичного потенціалу інтернет-комунікації є досить перспективним для сучасної лінгвістики та входить в спектр інтересів таких лінгвістичних напрямків, як політична лінгвістика, інтернет-лінгвістика та соціолінгвістика. Вивчення політичної забарвленості інтернет-мемів є актуальним, по-перше, зважаючи на велику популярність цих одиниць в Інтернеті, і по-друге, зважаючи на недостатню вивченість даної проблеми та необхідністю поглибленого дослідження та опису інтернет-мемів, що належать

до політичного дискурсу. Проаналізувавши англомовний інтернет-мем на політичну тематику ми дійшли висновку, що мовна складова цього типу креолізованого тексту досить різноманітна. Функцію впливу на реципієнта допомагає реалізувати нейтральна термінологія (частота вживання склала 83,5 відсотків), професійна політична термінологія (разом 18,5 відсотків), лексика розмовно-побутового стилю (сленгізми) – 8,2%. Також прослідковувалась значна кількість використання антропонімів (17,1%) та топонімів (13,9%). Для створення комічного ефекту автори англомовних політичних інтернет-мемів часто вдаються до використання мовної гри, а саме: фонетичної та морфологічної; активно використовують різноманітні прийоми виразності, що реалізуються на рівні слова чи словосполучення, як наприклад: порівняння (відсоток використання становить 16,7%), гри слів (10%), метафори (6,7%), гіперболи (4,6%), антитези (3,5%), уособлення (1%), та рими (0,7%). До того ж, автори цього типу креолізованого тексту часто використовують різноманітне шрифтове варіювання та художньо-стилістичне варіювання знаків пунктуації. Серед основних способів словотворення в сфері політичної дискурсо-комунікації: суфіксальні (72,2%) та префіксальні (27,8%) способи. Граматична складова текстів політичних інтернет-мемів зазвичай спрощена. У текстовій частині мему переважають прості речення, в яких прослідковується випущення артиклів, навмисне спотворення правопису та допущення низки граматичних помилок. Для політичних інтернет-мемів характерне використання таких груп дієслів: ті, що репрезентують процес обговорення політичного життя та політичних питань і прийняття рішень стосовно них; ті що виражають впевненість, надію на швидке вирішення політичних проблем та ті, що передають значення політичного впливу на опонентів та політичної ситуації загалом.

У ході зіставного аналізу політичних інтернет-мемів та політичної карикатури ми дійшли висновку, що візуалізовані політичні меми є сучасною формою (прототипом) карикатури. Даний тезис ґрунтується на емпірично доведених збігах за більшістю характеристик. Візуалізовані меми володіють

великим комунікативним і впливовим потенціалом. Політичний інтернет-мем, як і політична карикатура, вважається масово доступним засобом вираження творчої, комунікативної, сатирично/гумористичної та інших видів авторських задумів. Процес створення цих видів креолізованого тексту заснований на одній із соціальних потреб людини – приналежності до групи та її схваленні. Ця потреба не прив'язана до національного контексту і є універсальною.



СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Александрова Е. М. Особенности языковой игры в анекдотах на английском языке. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2014. № 12 (42). С. 15–19.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). Москва : Академия, 2003. 128 с.
3. Артемова Е. А. Карикатура как жанр политического дискурса : дис. кан. филол. наук. Волгоград., 2002. 172 с.
4. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов : 2013. № 2 (20). С. 28–33.
5. Барсукова В. І., Топачевський С. К. Перекладацький підхід до класифікації жартів. Житомир. 2014. 6 с.
6. Батринчук, З. Р. Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англomовному епістолярному дискурсі. *Видавничий дім «Гельветика»*. 2018. Вип. 3. С. 80–84.
7. Бацевич Ф.С. Основы коммуникативной лингвистики. Київ : Видавничий центр «Академія». 2004. 244 с.
8. Бойко (Руденко) М. Ю. Арго, жаргон, сленг : питання термінології. *Германістика у ХХІ столітті : когнітивна, соціо- та прагмалінгвістика*. ІІІ Всеукраїнська наукова конференція германістів з міжнародною участю. Харків. 2014. С. 120–121.
9. Болдирева А. Є. Мовні засоби створення гумористичного ефекту: лінгвокогнітивний аспект (на матеріалі романів П. Г. Вудхауза) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова», 2007. 24 с.
10. Вешнякова А. В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2016. №. 6–4. С. 34–40.

11. Витгенштейн Л. Коричневая книга. М. : Дом интеллектуальной книги, 1999. 158 с.
12. Воронюк О. В. Паронімічна атракція в заголовку текстів англomовної масової комунікації : автореф. дис... канд. філол. наук. 10.02.04. О., 1998. 16 с.
13. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст в политическом дискурсе. *Политическая лингвистика*. 2007. № 23. С. 73–78.
14. Горденко Н. В. Сложности перевода английских фразеологизмов на русский язык. *Успехи современного естествознания*. 2008. № 3. С. 77–78.
15. Горіна Ж. Д. Трансформація масової культури в сучасних медіа текстах. *Вісник Одеського національного університету*. 2019. Вип. 1(19). С. 14–20.
16. Громова М. И. Интернет-мем как лингвокультурема современного филологического анализа. *Мова*. 2015. № 23. С. 27–31.
17. Данилова Ю. Ю. Мем как структурное, функциональное и визуально-коммуникативное целое. *Наука и мир*. 2015. № 1 (17). С. 37–40.
18. Дорошенко К. Мовна гра як теоретична проблема. Літературний процес : методологія, імена, тенденції. *Філологічні науки*. 2014. № 4. С. 140–143.
19. Желтухина М. Р. Комическое в политическом дискурсе. Волгоград. 2000. С. 250.
20. Зевахина Т. С. Паремииологические единицы в дунганском и китайском языках : параметризация, эксперимент, базы данных. *Язык, сознание, коммуникация*. 2002. № 21. С. 90–105.
21. Канашина С. В. Что такое интернет-мем? *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2017. № 28 (277). С. 84–90.
22. Карасик А. В. Лингвистические характеристики юмора. *Языковая личность: проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики*. Волгоград : Перемена, 1999. С. 200–209.
23. Кацюба Л. Б. Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции). *Вестник ЮурГУ*. 2013. №1. С. 65–67.

24. Кирдеева Н. С. Интернет-мемы в английском языке. *Всероссийских научно-информационный альманах*. Санкт-Петербург : СПбГЭУ. 2015. С. 9–13.
25. Кожевникова С. И. Язык коммуникации в молодежной субкультуре. 5-е Лазаревские чтения «Лики традиционной культуры» : Междунар. науч. конф. : 25–26 февр. 2011 г. : материалы : Челябинск, 2011. С. 234–241.
26. Колокольцева Т. Н., Лутовинова О. В. Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Москва : Флинта, 2014. 328 с.
27. Колошиц А. Г. Способы перевода паремиологических единиц на русский язык (на материале русской художественной прозы). *Идеи. Поиски. Решения: сборник статей и тезисов IX Международной науч. практ. конф.*, 25 нояб. 2015 г. Минск : БГУ, 2015. С. 7–13.
28. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учеб. Для ин-тов и фак. Иностр. Яз. М. : Высш. Шк, 1990. 253 с.
29. Кронгауз М. А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции. *Наука и жизнь*. 2012. №11. С. 127–132.
30. Кузнецова О. В. Тема-рематична прогресія як когнітивний механізм комічного. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2017. Вип. 86. С. 118–124.
31. Лебедева Е. Б. Уточнение понятия «языковая игра» в лингвистике. *Язык и культура*. 2014. № 4 (28). С. 48–63.
32. Ломакина О. В., Нелюбова Н. Ю. Текст художественной литературы как основа для интернет-мема : из опыта анализа современных рецепций. *Вестник Томского государственного университета*. 2018. №. 437. С. 36–44.
33. Лук А. Н. Юмор. Остроумие. Творчество. М.: Искусство, 1977. 184 с.
34. Лукьянова Н. А. Экспрессивная лексика разговорного употребления. Воронеж : Радуга, 2006. 205 с.

- 35.Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. *Вестник СпбГУ*. 2017. № 4. С. 410–424.
- 36.Манаенкова А. А. Паремия как мем в аспекте перевода с английского на русский язык. *Державинский форум. Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина*. Тамбов : 2019. №11. С. 109–116.
- 37.Мельников С. С. Политический юмор как форма рефлексии в российском обществе (на примере карикатур XX–XXI ВВ.) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 22.00.05. М., 2017. 28 с.
- 38.Наер В. Л. Продукционные стратегии текстовой реализации категории комического. *Стилистические стратегии текстообразования: [сб. 23 научн. Трудов]*. М. : МГЛУ, 1992. Вып. 399. С. 86–94.
- 39.Олешкова А. М. Интернет-мем как предмет социологического исследования: возможности применения метода событийного анализа (event-analysis). *Общество: социология, психология, педагогика. Научный журнал*. 2020. №10 (78). С. 54–57.
- 40.Пищальникова В. А. Психопозитика. Москва; Барнаул : Наука. 2002. 148 с.
- 41.Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре. М. : Лабиринт, 1999. 287 с.
- 42.Радзієвська Т. В. Текст як засіб комунікації. АН України, Ін-т укр. Мови. 1993. 194 с.
- 43.Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры. *Культура в современном мире*. № 3. 2013. С. 3.
- 44.Самохина (Дмитренко) В. А. Речевой жанр англоязычной шутки. *Проблеми загального, германського та слов'янського мовознавства*. Чернівці. 2008. С. 339–343.
- 45.Самохина В. А. Современная англоязычная шутка. Харьков : ХНУ им. В. Н. Каразина. 2008. 356 с.
- 46.Самохина В. А. Теоретико-методологические предпосылки анализа текста англоязычной шутки. *Методи аналізу тексту*. Чернівці : ЧНУ. 2009. С. 269–278.

- 47.Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 360 с.
- 48.Самохіна В. О. Проблема типології англомовних жартів. Лінгвокогнітивні аспекти малих текстів. за ред. проф. С. О. Швачко. Суми : Вид-во СумДУ., 2008. С. 113–123.
- 49.Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англомовному дискурсі. Харків : Константа. 2006. С. 300.
- 50.Сон Л. П. Лексико-семантические особенности Интернет-коммуникации. *Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета*. 2009. № 1. С. 194–197.
- 51.Степанова М. М. Сопоставительный анализ мемов как современных паремиологических единиц в русском, английском и испанском интернет-дискурсе. *Вестник КГУ*. 2016. № 6. С. 150–154.
- 52.Сюта Г. М. Паронімічна атракція в ідіостильовій системі Емми Андрієвської. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 8, Філологічні науки (мовознавство і літературознавство)*. 2009. С. 66–70.
- 53.Тихомирова М. С. Переключения кодов в Интернет-мемах как проявление лингвокреативности. *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2019, С. 148–156.
- 54.Фомичева Ж. Е., Елисеева И. Б. О языковых средствах создания комического эффекта в пародийном художественном тексте. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*. 2009. № 1. С. 308–317.
- 55.Харченко О. В. Американський дискурс комічного та його лінгвокогнітивні особливості. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2010. № 897. С. 120–125.
- 56.Часовский Н. В. Игровые интенции мем-групп (на примере восприятия челябинского метеорита). *Челябинский гуманитарий*. 2013. №1 (22). С. 55–59.

- 57.Чернікова О. І. Вербальний мем : лінгвістичний аспект. *Наук. Записки Національного університету «Острозька академія»*. Вид-во Національного ун-ту «Острозька академія». 2015. Вип. 51. С. 354–356.
- 58.Щурина Ю. В. Интернет-мемы : проблема типологии. *Вестник Череповецкого государственного университета*. 2014. № 6 (59). С. 85-89.
- 59.Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации. *Вестник Новгородского Государственного Университета*. 2012. № 57. С. 82–86.
- 60.Щурина Ю. В. Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров. *Забайкальский государственный университет*. 2014. С 1–7.
- 61.Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. *Научный диалог*. 2012. № 3. С. 160–172.
- 62.Ярмина Т. Н. Английский юмор в лингвистике и аспекты комического. *Пятигорский государственный лингвистический университет. Университетские чтения*. 2010. № 2. С. 4.
- 63.Alden D.L., Hoyer W.D., Lee C. Identifying Global and Culture-Specific Dimensions of Humor in Advertising : A Multinational Analysis. *Journal of Marketing*. 1993. Vol. 57. P. 64–75.
- 64.Alexander R. J. Aspects of Verbal Humor in English. Tubingen : Gunter Narr Verlag, 1997. 217 p.
- 65.Attardo S., Raskin V. Script Theory revis(it)ed: Joke Similarity and Joke Representation Model. *Humor : International Journal of Humor Research*. 1991. Vol. 4. № 3–4. P. 293–348.
- 66.Blackmore S. The Meme Machine. Oxford : Oxford University Press, 1999. P. 288.
- 67.Brown, N. A Defense of Form : Internet Memes and Confucian Ritual. *Stance*, Vol. 7. 2014. P. 19–27.
- 68.Buchel B. : Internet Memes as Means of Communication. *Brno*, 2012. 73 p.
- 69.Dainas A. Keep Calm and Study Memes. Case Western Reserve University. Department of Cognitive Science. Cleveland. 2015. 74 p.

- 70.Dawkins R. The Selfish Gene. Oxford : Oxford University Press, 2006. 360 p.
- 71.Dennett D. Memes and the exploitation of imagination. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 1990. P. 127–135.
- 72.Dmitrenko V. A. Strategies of Humour and Deception and Linguistic Choices. *Вісник Харківського державного університету*. 1999. № 430. P. 35–38.
- 73.Fischer E. Linguistic Creativity : Exercises in «Philosophical Therapy». Amsterdam : Springer Science & Business Media, 2012. 193 p.
- 74.Frehner C. Email, SMS, MMS : The linguistic creativity of asynchronous discourse in the new media age. Bern : Peter Lang. 2008. 294 p.
- 75.Hotten J. C. The slang dictionary or, the vulgar words, street phrases, and fast expressions of high and low society : many with their etymology, and a few with their history traced. Replica of 1869 edition. London : Elibron Classics, 2004. 362 p.
- 76.Huntington E., Heidi : The Affect and Effect of Internet Memes. Colorado State University, 2017. 267 p.
- 77.Hymes D. The interaction of language and social life. *Sociolinguistics : The essential readings*. 2003. P. 30–47.
- 78.Kingsley A. Lucky Jim. Harmondsworth : Penguin, 1992. 390 p.
- 79.Koestler A. The Act of Creation. New York : The Macmillan Company, 1964. 751 p.
- 80.Kulkarni. A. Internet Memes and Political Discourse : a Study on the Impact of Internet Meme as a Tool in Communicating Political Satire. *Journal of Content, Community and Communication*. Vol. 6. 2017. P. 13–17.
- 81.McGrath A. E. Dawkins' God : genes, memes, and the meaning of life. Oxford : John Wiley & Sons, 2005. 202 p.
- 82.Patel R. : First World Problems : A Fair Use Analysis of Internet Memes. *UCLA Entertainment Law Review*, 2013. 23 p.
- 83.Peirce Ch. S. Collected papers of Charles Sanders Peirce (8 Volumes). MA : *Harvard University Press*. 1965 edition. Vol. 2. P. 917.
- 84.Raskin, V. Semantic Mechanisms of Humor. : D. Reidel, 1985. 380 p.

85. Shifman L. An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*. 2012. P. 187–203.
86. Shifman, L. & Thelwall, M. Assessing global diffusion with web memetics : The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 60(12). 2019. P. 2567–2576.
87. Shifman. L. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2013. P. 362–377.
88. Sturken M., Cartwright L. Practices of Looking : An Introduction to a visual culture. New York : Oxford University Press. 2009. 486 p.
89. Tannen D. Conversational Style : Analyzing Talk Among Friends. Connecticut. London : Ablex Publishing, Westport. 1984. P. 272.
90. Teun van Dijk. Political Discourse and Ideology. *Doxa Communication. University of Amsterdam. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona*. 2020. P. 207–225.
91. Veale T. An analogy-oriented type hierarchy for linguistic creativity. *KnowledgeBased Systems*. 2006. №. 7. С. 471–479.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

92. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. : Ірпінь : ВТФ «Перун», 2005. 1728 с.
93. Гром'як Р. Т., Ковалів Ю. І., Теремко В. І. *Літературознавчий словник-довідник* : друге видання. К. : Академвидав, 2007. 508 с.
94. Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Тодор О. Г. Українська мова : короткий тлумачний словник лінгвістичних термінів / за ред. С. Я. Єрмоленко. Київ : Либідь, 2001. 224 с.
95. Ковалів Ю. І. *Літературознавча енциклопедія* : Т. 2. К. : Академія, 2007. 624 с.
96. Кожевников В. М., Николаев П. А. *Литературный энциклопедический словарь*. М. : Советская энциклопедия, 1987. 751 с.

97. Cambridge Dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org> (дата звернення : 25.09.2022).

98. Collins English Dictionary. URL : <https://www.collinsdictionary.com> (дата звернення : 18.10.2022).

99. Longman English Dictionary URL : <https://www.ldoceonline.com> (дата звернення : 10.04.2021).

100. Oxford Learner's Dictionaries. URL : <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com> (дата звернення : 12.01.2021).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

101. 9GAG. URL : <https://9gag.com> (дата звернення : 24.10.2022).

102. Know Your Meme. URL : <http://knowyourmeme.com> (дата звернення : 24.10.2020).

103. Lurkmore: Енциклопедія мемів. URL : <http://lurkmore.to> (дата звернення : 21.09.2022).

104. MemesHappen. URL : <https://memeshappen.com> (дата звернення : 24.10.2022).