

DOI: <https://doi.org/10.31648/apr.5390>

Дата подачи статьи: 28 ноября 2019 г.

Дата принятия к печати: 8 марта 2020 г.

КЛИПОВЫЕ МЕМНЫЕ ТЕКСТЫ. ЧАСТЬ 1. ИКОНОИДНЫЕ ТЕКСТЫ

Olga Makarowska

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Polska

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3687-7993>E-mail: filin@amu.edu.pl

Аннотация: В данной статье рассматривается клиповый иконоидный текст как один из новых видов текстов, создаваемых и функционирующих в Интернете. Основными составляющими иконоидных текстов являются мемы. Подчеркивается, что интерес к исследованию мемов велик, но при этом мемы и мемосфера слабо изучены. Указывается, что ученые приписывают интернет-мемам черты мемов, которые выделил Ричард Докинз в своей книге *Эгоистичный ген* (1976), но многие интернет-мемы ими не обладают. При уточнении понятия *интернет-мем* учитывается ряд особенностей мемов. Например, что мемы используются не только в виртуальной, но и реальной действительности; что мемы могут создаваться не основе шаблона и без него; что мемами могут являться картинки, слова, знаки и т.д.; что мемы могут содержать другие мемы, а также могут быть анимированными. Представляется общая типология интернет-мемов. В соответствии с ней мемы разделяются на визуальные, аудиальные и аудиовизуальные. Приводится также классификация мемов с визуальной и вербальной частью, которые получают названия *иконоид* и *текстон* соответственно. Введение этих понятий необходимо для точного описания главных компонентов мемов. Ранее Катажина Марак обращала внимание на то, что отсутствует лексика для точного описания мемов. Обращается внимание на основные функции клипового иконоидного текста, т.е. релаксационную, интерактивную и когнитивную. Выделяются общие и отличительные признаки клипового иконоидного текста и музыкального видеоклипа. В работе раскрывается механизм создания иконоидных текстов, выявляются их особенности и описываются главные признаки.

Ключевые слова: интернет-мем, клиповый мемный текст, иконоид, текстон, клиповый иконоидный текст

Submitted on November 28, 2019

Accepted on March 8, 2020

MEME CLIP TEXTS. PART I. ICONOID TEXTS

Olga Makarowska

Adam Mickiewicz University in Poznań, Poland

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3687-7993>E-mail: filin@amu.edu.pl

Abstract: The article discusses iconoid text as one of the new types of texts created and functioning on the Internet. Since the main components of iconoid texts are memes, the concept of an Internet meme is clarified. It is emphasized that the interest in the study of memes is immense, but at the same time, memes and the memosphere are understudied. It is pointed out that scientists attribute to Internet memes the features of memes that Richard Dawkins highlighted in his book *The Selfish Gene* (1976), but many Internet memes do not bear those traits. When clarifying the concept of an Internet meme, several features of memes are taken into account. For example, that memes are used not only in virtual reality, but also in real life; that memes can be created with and without a template; that memes can be pictures, words, signs, etc.; that memes can contain other memes, and can also be animated. The presented general typology of Internet memes divides them into visual, audio and audio-visual categories. A classification of memes with a visual and a verbal part, which are called the iconoid and the texton, is presented. The introduction of these concepts is vital for an accurate description of the main components of memes. Earlier, Katarzyna Marak emphasized the fact that there is no vocabulary for the exact description of memes. The main functions of the clip iconic text, i.e. relaxing, interactive and cognitive are accentuated. The general and distinguishing features of the clip iconoid text and music video clip are highlighted. The work reveals the mechanism for creating iconoid texts and identifies their specifics and describes their main characteristics.

Keywords: Internet-Meme, meme clip text, iconoid, texton, clip iconoid text

Введение. Если результатом визуального поворота в культуре признается расширение видеосферы [Bartmiński, Niebrzegowska-Bartmińska 2009, 71]¹, то одним из многих эффектов его сочетания с цифровым поворотом в рамках

¹ Ранее на это обращает внимание Джованни Сартори [Sartori 2007].

развивающейся культуры участия² можно считать становление интернет-ной мемосферы. Среди интернет-мемов, ее минимальных единиц, которые отличаются разнообразием жанровых форм, особое место занимают мемы, включающие вербальный и изображенческий (рисунок, фото, коллаж и др.) компоненты.

Несмотря на возрастающий интерес лингвистов к мемам этого типа, они мало исследованы, впрочем, как и мемосфера в целом. Работы, посвященные им, характеризует отсутствие «точной лексики, с помощью которой можно было бы их описать» [Marak 2013, 133]. Не исследован ряд мемных жанров (аудиомемы, гифы, аудиовидеомемы, лолдоги и пр.), не разработана общепринятая типология интернет-мемов и их классификация. Отмечается разногласия относительно определения мемов как текста с изображенческой частью, называемых *гибридными*, *мультимедийными*, *креолизованными*, *поликодовыми* и пр. Кроме того, дефинирование понятия *интернет-мем* проводится с опорой на биологическую концепцию мема, предложенную этологом и биологом Ричардом Докинзом. Однако некоторые факторы, касающиеся части главных признаков³ мемов, раскрывают необходимость пересмотра существующих дефиниций.

Рассматривая мемы в качестве креолизованных текстов [Щурина, online], ученые обычно сосредотачиваются лишь на видах связи между их разнокодовыми компонентами. Соответствие мемов критериям текстуальности, многожанровость вербальной части, своеобразие содержания и пр. особенности почти не изучены (ввиду издательских ограничений эти вопросы в работе не поднимаются). Незатронутой остается и интерактивность мемов, позволяющая не только обмениваться ими в Сети или размещать вне ее, но и с помощью их организовывать текстовое пространство, пользуясь словами Ольги Васильевны Лутовиновой [Лутовинова, online], что лежит в основе образования клипового иконоидного текста (КИТ). Итак, *цель настоящей статьи* – выявить специфику КИТ как нового вида текста. Основные *задачи* – уточнить понятие *интернет-мем*; установить общую типологию мемов и классификацию мемов с изображенческой и вербальной частями; объяснить

² Понятие *культура участия* указывает на расширение поля «активного участия в культуре, понимаемого (...) как создание текстов» [Maryl 2016, 16]. Считается, что формирование культуры участия произошло во многом благодаря цифровому повороту [Kudlińska 2016, 111]. Здесь и далее перевод наш. – О.М.

³ Имеются в виду признаки, называемые общими для интернетных и докинзовских мемов: предмет мема, вирусность, способность мутировать, реплицируемость [Sroka 2014, 34–36].

понятия *текстон* и *иконоид*; выявить общие признаки видеоклипов и КИТ; рассмотреть характеристики КИТ.

Методы их решения – анализ и описание⁴ в рамках лингвистики текста. **Исследуемый материал** – клиповые мемные тексты⁵ из иконоидных мемов, часто с доминирующим концептом, заимствованным из японской культуры. Цель избрания таких доминант-концептов – ограничить объем КИТ, т.к. многие тексты состоят из впечатляющего количества мемов⁶, что препятствует их анализу в рамках одной статьи. Более того, инокультурная контрастность этих концептов призвана ярче высветить специфику КИТ. Дата последнего обращения к интернет-источникам, указанным в работе, та же – 30.06.2019.

Определение понятия интернет-мем. Ввиду отсутствия теории интернет-мемов, ученые ссылаются на работы приверженцев меметики и ее основателя, автора слова *мем*, Р. Докинза [Sroka 2014, 34]. В его трактовке мем – единица «передачи культурного наследия или (...) *имитации*», культурный ген, выполняющий в процессе культурной эволюции человека ту же роль, что и человеческие гены [Докинз, online]. Будучи «психическими вирусами» (репликаторами, по Р. Докинзу), мемы мутируют из-за ошибки, допущенной в ходе копирования [Броуди 2007, 16, 70]. Репликация и мутация, необходимые условия эволюции [Броуди 2007, 82], признаются главными свойствами интернет-мема⁷. Многие же мемы (напр., выложенные на <http://risovach.ru/mem-generators>, rusdemotivator.ru, kotomatrix.ru) ими не обладают, ибо бурный количественный прирост ограничивает возможность распространения, изменения⁸ и воспроизведения за пределами сайта их создания/первого размещения.

Мемы чаще всего трактуются лингвистами как информационные единицы, хотя есть мемы, передающие только эмоции (фейсы), лишённые эмотивного начала (эдвайсы), а также лишённые и эмотивного и смыслового начал (напр., гиф в виде падающих шаров, <https://gifer.com/ru/9tLK>).

⁴ Методология исследования интернет-мемов и КИТ еще не разработана.

⁵ **Клиповый текст** – состоящий из моно- или полижанровых, небольших по объему (целиком воспринимающихся одним взглядом) самостоятельных, как законченных, так и незавершенных в смысловом плане текстовых фрагментов, объединенных общей тематикой или доминирующим концептом. **Клиповый мемный текст** – состоящий из моножанровых интернет-мемов, объединенных общей тематикой или доминирующим концептом.

⁶ Например поисковик сайта *Котоматрица.ру* выдает 50 820 мемов со словом *кот* (<http://kotomatrix.ru/search.php?q=кот>).

⁷ Эти свойства (мутация реже) указываются в ряде дефиниций интернет-мема, правда, в другой терминологии, см., напр., [Кронгауз 2016, 200].

⁸ Мутирование мемов, точнее, их вербальной части, иногда встречается на сайтах с мегогенераторами, см., напр., <http://risovach.ru/kartinka/10940136>.

При определении мемов не всегда учитывается, что: а) отдельные мемы используются в реальной действительности, напр., Омская птица как печать на кружках, футболках и пр.; б) мемы создаются на основе шаблона (эдвайсы, макросы и др.) или без него (котоматрицы); в) мемом служат сами шаблонные изображения (фейсы), фразы, слова, набор букв (*ъеъ; ьпрь рьпн*), знаки (322, эмодзи В); г) мемы могут содержать другие мемы, напр., фотожабы со Ждуном, котоматрицы с мемом *ржунимагу*; д) мемы могут быть анимированы.

С учетом сказанного предлагается такое объяснение понятия **интернет-мем**: это дигитальная (не)шаблонная единица, созданная с помощью звуковых, вербальных, изображенческих, анимационных средств или их комбинация, (не) несущая смысловую и/или эмотивную нагрузку, способная вбирать другие мемы, тиражироваться, в т.ч. в реальной действительности.

Общая типология мемов и классификация визуальных. Не вдаваясь в детали⁹, отметим, что из-за многоаспектности, политематичности и разнообразия воплощенческих форм сложно разработать единую типологию мемов. Исходя из специфики восприятия, все мемы разделяем на аудиовизуальные, визуальные и аудиальные. **Визуальные** – на статичные (макросы, фейсы, лолкоты и пр.), динамичные (гифы) и статично-динамичные (напр., демотиваторы с гифами, <https://demotions.ru/tags/gif>). **Статичные** мемы делим на *изображенческие* (фейсы, фотожабы, в т.ч. с невербальными мемами, существа типа Орехуса, Ктулху, люди, персонажи, напр., девочка с мыльными пузырями, удивленный Пикачу и др.); *вербальные* (*ОМГ, Чи да?*), знаковые (2К17, (° □ °) (— — —), 100500); *вербально-изображенческие*, т.е. комиксы и иконоидные мемы. К последним, из которых и образуются КИТ, относим котоматрицы, аткрытки, (де)мотиваторы, эдвайсы, лолкоты, макросы и под. Для облегчения описания основных составляющих иконоидных мемов вводим понятия *иконоид* и *текстон*.

Определение понятий иконоид и текстон. Итак, *иконоид* – цветная/однотонная изображенческая часть мема прямоугольной формы, могущая иметь постоянные и/или дополнительные (не)вербальные элементы, спецэффекты¹⁰. В качестве иконоида выступают фото, любые изображения, в т.ч. полученные с помощью графического редактора, комиксы, коллажи, тексты или их комбинации. Полагаем, что слово *иконоидный* снимает вопрос выбора прилагательного для обозначения вербально-изображенческих некомиксных мемов.

⁹ На тему типологий мемов см. [Зиновьева, online].

¹⁰ Имеются в виду мерцающие элементы, горящее пламя свечей, падающие снежинки и пр.

Слово *текстон*¹¹ заимствовано из работ Валерии Евгеньевны Чернявской, называющей им отдельные текстовые блоки как составляющие гипертекста [Чернявская 2014, 24]. В нашей, узкой, трактовке *текстон* – текстовая часть иконоидных мемов (надпись/подпись) любого объема (от буквы¹² до нескольких предложений), (не)образующая с иконоидом смысловое единство, отсутствующее при нулевой смысловой связи между ними.

Основные функции КИТ – *релаксационная*, т.к. тексты предназначены для чтения на досуге; *интерактивная*, означающая взаимодействие между человеком и машиной; *когнитивная*, ибо КИТ, как носитель смыслов, позволяет познать нешаблонные взгляды авторов мемов на фрагменты действительности.

Общие и различные признаки КИТ и музыкальных видеоклипов. В семантике прилагательного *клиповый* (от англ. *clip* – клип, зажим, скрепка, обрезать, подрезать, прикалывать [Słownik angielsko-polski 1999, 78]) объединяются противоположные значения – разделяющее и скрепляющее. Скрепление разрозненного характерно для формальной стороны и музыкальных видеоклипов, и КИТ. Дело в том, что первые смонтированы из последовательно размещенных отдельных кадров; вторые сложены из самостоятельных мемов. Видеороликам и КИТ присущ ряд общих признаков, иначе нюансированных ввиду их принадлежности к разным жанрам. Представим их в таблице 1.

Признаки, отличающие КИТ от видеороликов, во многом обусловлены спецификой возникновения¹³. Клипы складываются в процессе целенаправленной деятельности человека и являют собой результат отбора авторами конкретных фрагментов из всего отснятого материала. КИТ – эффект целевого поиска мемов на специализированных сайтах или через поисковую систему типа *yandex.ru*, инициированного пользователем, но реализованного компьютером.

Механизм создания КИТ есть соединение действий человека и работы механизма поисковой системы: интернет-пользователь задает поисковый запрос в виде текстового фрагмента, на что реагирует поисковик, выдавая ссылки на сайты с мемами или готовый КИТ (на специализированных сайтах).

¹¹ Лексема *текстон* был избран потому, что в лингвистике текста *текстоидом* иногда называются нетексты [Vater 2009, 21].

¹² Пример текстона, состоящего из одной буквы: *a* (мем с котобородой, причем кот с открытой пастью, на которой размещена буква «а»), <http://kotomatrix.ru/show/1711189/>).

¹³ Другие различия: а) средства воплощения КИТ – *визуальные* (иконаид, графические знаки или зафиксированные с их помощью языковые единицы), а музыкальных клипов – *аудиовизуальные* (звучащие музыка и слова, видеоряд); б) авторы мемов – непрофессионалы, видеоклипов – (не)профессионалы; в) снятые видеоролики обычно не изменяются, КИТ способен модифицироваться в содержательном плане ввиду размещения/снятия мемов и исчезать вообще.

Таблица 1

Воплощение общих признаков в музыкальном видеоклипе
и клиповом иконоидном тексте

	ОБЩИЕ ПРИЗНАКИ	МУЗЫКАЛЬНЫЙ ВИДЕОКЛИП	КЛИПОВЫЙ ИКОНОИДНЫЙ ТЕКСТ
1	сочетание двух постоянных элементов	жанровая принадлежность словесно-музыкальной части (песня) и действие	жанровая принадлежность мемов (демотиватор, аткрытка, эдвайс и др.) и доминант-концепт
2	объединение разных фрагментов в единое целое	соединение отдельных кадров	соединение отдельных мемов
3	разнообразии	разнообразие сменяющихся кадров	разнообразное содержание текстов даже при повторяющихся иконоидах
4	невозможность пересказать содержание	+	+
5	объединение негомогенных частей:	вербальной, музыкальной, движенческой, визуальной (видеоряд) частей	вербальной и невербальной (иконид, визуальные элементы, начиная от особенностей шрифта и заканчивая спецэффектами) частей
6	возможность просмотра (при размещении в Сети) и чтения с любого фрагмента	+	+
7	фрактальность	повторяемость перечисленных признаков в каждом клипе	повторяемость перечисленных признаков в каждом КИТ

Источник: собственная разработка

Следствием создания КИТ компьютерной системой является попадание в него лишнего материала, который предлагаем трактовать как своеобразную «опечатку». К нему относятся: 1) мемы другого жанра, но с тем же доминант-концептом, напр., демотиватор *Котэ сумоист* в КИТ из котоматриц с доминант-концептом *сумоист*, <http://kotomatrix.ru/search.php?q=сумоист>; 2) мемы того же жанра, но с доминант-концептом, выраженным омонимом любой разновидности или омоформой¹⁴; 3) мемы того же самого жанра, но с антонимическим доминант-концептом, напр., КИТ из эдвайсов с доминант-концептом *Филологическая Дева* содержит эдвайсы *Нетипичная Филологическая Дева* и *Филологический Мужик* (<https://yandex.ru/images>

¹⁴ Примером служат КИТ на сайте Котоматрица.ру, где на запрос: а) *карате* появилось 356 мемов, среди которых почти половина содержит лексему *карат*, <http://kotomatrix.ru/search.php?q=карате>; б) *мука* – 427 мемов с омографами *мука* и *мука*, <http://kotomatrix.ru/search.php?q=мука>.

/search?text=филологическая%20дева%20мем&stypе=image&lг=10477&source=wiz); 4) (не)мемный материал, (не)отвечающий заданной тематике, напр., фото, неиконодные мемы, рисунки, рекламы и пр.

Конечно, КИТ может не сложиться из-за отсутствия мемов нужного жанра с запрашиваемым концептом (см. *Тоторо* на <http://atkritka.com>) и по другим, техническим, причинам, а также появиться позже.

Структуру КИТ, лишенную гиперссылок, образуют иконоидные мемы, расположенные в один (kotomatrix.ru) или несколько рядов (<http://atkritka.com>) на одной и более веб-страницах. Непостоянное количество мемов¹⁵ обуславливает особенности формальных границ КИТ. Так, если у видеоролика они совпадают с его началом и концом, то у КИТ они условно очерчиваются первым и последним мемом, которые при повторном запросе могут не появиться/переместиться. При клиповом же чтении КИТ каждый мем – потенциальное начало и завершение.

Условные границы КИТ фиксируются, а содержание не меняется лишь при копировании. Такая копия может оказаться единственной, если КИТ был удален из Сети, или одной из версий, появляющихся во время очередных запросов.

Содержание КИТ разных жанров с общим доминант-концептом разнится (ср. тексты с именем Хаяо Миядзаки на <http://rusdemotivator.ru> и на <http://kotomatrix.ru/search.php?q=миядзаки>), или частично совпадает, ср. КИТ с именем *Хатико* на <http://rusdemotivator.ru> и на <http://kotomatrix.ru/search.php?q=хатико>. Причина кроется в обращении авторов текстов к тем же самым источникам, напр., к анекдоту про кошку, похожую на Хатико (<https://nekdo.ru/animals/9/>).

Изменение языковой формы доминант-концепта равнозначно появлению разных КИТ, чье содержание: а) отличается, ср. КИТ со словами *сакэ* и *саке* на <http://atkritka.com>; б) отчасти сходится, т.к. каждый КИТ включает те же самые мемы, выданные поисковиком, ср. тексты с лексемами *сакэ* и *саке* на <http://kotomatrix.ru/search.php?q=sake> и на <http://kotomatrix.ru/search.php?q=sakэ>.

Для содержания любого КИТ характерны непредсказуемость, отсутствие нарративности, замысла, сюжета, темы, черт смысловых начала и завершенности.

¹⁵ Полагаем, что для образования КИТ достаточно двух мемов. Дело в том, что при чтении КИТ применяется не традиционное, а клиповое чтение. В целом оно являет собой «выхватывание слов и фраз из контекста» [Яковлева, online], а по отношению к КИТ – выхватывание отдельных мемов. По-нашему, 2 мема дают возможность такого чтения. Однако оставляем вопрос открытым.

Признаки КИТ, присущие им наряду с указанными выше: а) интерактивность как текстообразующий фактор, осуществляемая на линии *человек (автор мемов) – машина – человек (инициатор создания КИТ, читатель)*; б) доступность каждому пользователю в любое время; в) нелинейность КИТ при плоскостном (без гиперссылок) размещении мемов; г) полиавторность и анонимность; д) разная степень креативности в мемах; е) концептивность, т.е. наличие понятийного/эмотивного доминант-концепта; ж) отсутствие стилового единства и полижанровость текстов; з) эмотивность, т.е. активизация эмоций, чувств, вызывание определенного настроения, состояния.

Наличие персонажей (ведущих/постоянных) в КИТ определяется жанровой принадлежностью¹⁶ мемов. От их лица ставятся вопросы, представляются размышления о мире, даются советы, демонстрируется отношение к самому себе и окружению (людям, животным), комментируются факты действительности и сами герои мемов, т.е. внешность, поведение, характер и т.п.

Существуют однопersoнажные КИТ, напр., тексты из эдвайсов *Типичная бабушка*, *Раптор-философ*, и многоперсонажные, напр., КИТ из 100 котоматриц с доминант-концептом *сакура*, где главный персонаж – кот, но есть еще пес, белка, гусь, хомяк и японские макаки <http://kotomatrix.ru/search.php?q=сакура&offset=0>).

Текстонам КИТ присуще *жанровое* (текстоны написаны в разнообразных жанрах), *лексическое* (употребление любой лексики от бранных слов до научных терминов) и *стилевое* (использование всех стилей от научного до разговорного) разнообразие. Поэтому в КИТ, особенно объемных, находим жанрово-лексико-стилевую мозаику. В тексты попадают мемы с текстонами внежанровыми, т.е. состоящие из одного или нескольких слов, не являющихся предложением/репликой (*Котюнинг* – на капоте автомобиля спят 6 котов, <http://kotomatrix.ru/show/1715986/>); и с текстонами без лексики, напр., $2*2=10$ (на фото две собачки смотрят на 10 щенков, <http://kotomatrix.ru/show/1717604/>; см. также сноску 11).

В некоторых КИТ преобладает конкретный тип дискурса, базирующийся на соответствии языковых и стилистических средств определенному жанру¹⁷. Например, в котоматричном КИТ с доминант-концептом *Фудзи* раскрывается поэтический дискурс (<http://kotomatrix.ru/search.php?q=фудзи>), заданный цитированием хайку (*Ползи, улитка, по склону Фудзи // Вверх, до самых*

¹⁶ Персонажи наличествуют в эдвайсах, лолдогах, любых звероматрицах и др., но отсутствуют в (де)мотиваторах, аткрытках.

¹⁷ Жанры – «устойчивые тематические, композиционные и стилистические типы не высказываний, а текстов» [Федосюк 1997, 104].

Высот! – неполная версия хайку Кобаяси Иссы в переводе В. Марковой, на фото улитка), стилизаций под него почти всех¹⁸ мемов типа *Белую стала земля, // Фудзи укрылась снегами... // Дома спит старый Котэ*. (на фото прищурившийся котик).

При попытке применения к КИТ признаков текстуальности Вольфганга Дресслера и Роберта-Алена де Богранда [Beaugrande, Dressler 1990, 20–31]¹⁹, оказалось, что КИТ им не соответствуют. Например, «опирающаяся на грамматической зависимости» *когезия* [Beaugrande, Dressler 1990, 20] отсутствует не только между мемами (самостоятельными текстами) КИТ, но и в отдельных текстонах, состоящих из одной буквы или лексем²⁰.

Когеренция, фундирующаяся «на смысловой непрерывности» [Beaugrande, Dressler 1990, 119], на уровне всего текста заменяется доминант-концептом²¹, выполняющим в КИТ роль сквозной смысловой скрепы, или его сочетанием с повторяющимся иконоидом (см. http://risovach.ru/memy/somnieniya_1584641/all).

Любой КИТ по сути своей многоинтенционален, что детерминировано его полиавторностью. То есть *интенциональность*, «охватывающая намерения авторов текстов» [Beaugrande, Dressler 1990, 152], проступает только в текстонах, причем не всегда четко. Например, текстон *Революция котов!* в сочетании с иконоидом²² воспринимается, скорее, как надпись ради надписи.

Восприимчивость текста есть «настроенность получателя на восприятие связного и когерентного текста» [Beaugrande, Dressler 1990, 26]. Однако КИТ, предположительно, не осознается реципиентами как нечто целостное, поэтому, с одной стороны, общая настроенность на КИТ может совпадать с настроенностью реципиента на мемы. С другой, прерывание чтения КИТ в любой момент, правдоподобно, не отражается на восприятии текста.

¹⁸ Один текстон есть стилизация под былинку *И взошел Василий-сан на вершину Фудзи, // и подумал: «Е-моё, как же я обратно спускаться буду?!*, <http://kotomatrix.ru/show/1117944/>.

¹⁹ Несмотря на критику критериев текстуальности, напр., [Vater 2009, 34–66], они используются при характеристике новых типов текстов, скажем, гипертекстов [Maciejewski 2009, 42–59]. Из-за множества интерпретаций терминов, обозначающих эти признаки, придерживаемся их трактовки В. Дресслером и Р.-А. де Бограндом [Beaugrande, Dressler 1990, 20–31].

²⁰ Пример текстона, состоящего из одной лексемы: *Сакура?* (на фото кот среди цветов сакуры, <http://kotomatrix.ru/show/943232/>).

²¹ В некоторых случаях доминант-концептом в КИТ является иконоид, задающий определенное тематическое поле, напр., эдвайс Филологическая Дева – высмеивание (псевдо)филологов и гуманитариев (см., напр., <https://noota.livejournal.com/87370.html>).

²² На снимке спиной к объективу в ряд сидят одинакового окраса два игрушечных кота и один живой, который смотрит на плюшевых собратьев, <http://kotomatrix.ru/show/1716369/>.

Учитывая же особенности клипового чтения (подробнее см. [Яковлева, online]), важно отметить высокую степень отбора читаемого материала – чтение одних, чем-то привлечших к себе внимание, мемов и пропуск других. Восприятие КИТ происходит без установки на запоминание и, как следствие, без активизации долговременной памяти. Акцептабельность текста снижается с ростом количества его составляющих: скорее всего, КИТ из 13 мемов с доминант-концептом *Фудзи* (<http://kotomatrix.ru/search.php?q=фудзи>) будет воспринят более позитивно и прочитан (почти) полностью, чем текст из 14675 мемов с доминант-концептом *кошка* (<http://kotomatrix.ru/search.php?q=кошка>).

Информативность того же самого текста, т.е. степень его новизны или неожиданности [Beaugrande, Dressler 1990, 186], для каждого реципиента может быть разная. Кроме того, для читателя информативными могут оказаться лишь некоторые мемы, а не КИТ в целом, что касается и текстов, складывающихся из 2–3 мемов. Полагаем также, что информативность повышается с увеличением количества мемов в КИТ, ибо находится в определенной зависимости от разнородности иконоидов и/или оригинальности текстонов.

Ситуативность (совокупность факторов, обуславливающих соответствие текста ситуации, в которой он появляется [Beaugrande, Dressler 1990, 29]) задается интернет-пользователем – КИТ складывается исключительно по его инициативе.

Если говорить об **интертекстуальности**, то данный термин не применим ни к мемам, ни к КИТ, поскольку «охватывает зависимость создания и восприятия данного текста от знания (...) других текстов» [Beaugrande, Dressler 1990, 239]. Содержание же многих иконоидов и текстонов отсылает не только к текстам, но и к другим фактам действительности (рассматриваемым как культурные источники), начиная от исторических и заканчивая бытовыми. Поэтому ранее нами было предложено использовать понятие **редирективности**, означающее «смысловую отсылку к другим культурным (смысловым) источникам»²³ [Макаровска 2017, 179]. Приведение в надписях мемов текстов или их фрагментов без креативной модификации суть цитирование, а не редирективность, поэтому текстон *ты кто??? // конь // а где пальто???* (на фото «разговаривают» собака и конь, <http://kotomatrix.ru/show/988397/>) редирективный. Текстон же *Ты кто? // Конь в пальто!!!* (на снимке конь в попоне, <http://kotomatrix.ru/show/306252/>) – цитата²⁴.

²³ О редирективности подробнее см. [Макаровска 2017, 176–189].

²⁴ Первый текстон есть распространенный мини-диалог (*вопрос, завершающийся словом кто, – ироничный ответ на него*); второй – полный ироничный ответ на вопрос «Кто?». Диалог и ответ часто встречаются в разговорной речи.

Конечно, редирективность выступает не во всех мемах, поэтому она чаще появляется в многомемных КИТ.

Таким образом, *клиповый иконоидный текст* – новый вид текста, инициированный интернет-пользователем, но выданный компьютером; способный изменяться, исчезать и появляться вновь; состоящий из моножанровых интернет-мемов, объединенных доминирующим концептом. Ведущим свойством КИТ является неоднородность, обусловленная разноплановостью, многоаспектностью и разным качественным уровнем его составляющих.

Конечно, ряд вопросов, связанных со спецификой КИТ не был затронут. Поэтому предстоит рассмотреть: его разновидности; реализацию в КИТ принципа гомофонического полиобразия; вопросы референтности и потенциальной симулякрности КИТ; особенности его культурного потенциала; своеобразие языкового пласта текстонов, в т.ч. языковые инновации, и многое другое. Необходимым представляется пересмотр критериев текстуальности и самого понятия *текст* в свете появления текстов нового вида, а также сопоставление КИТ с ними, т.е. с гипертекстами и клиповыми (не)художественными текстами.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Броуди Ричард. 2007. *Психические вирусы*. Москва: Поколение.
- Докинз Ричард. 1993. *Эгоистичный ген*. (online) http://transyoga.ru/assets/files/books/okolo_psihologia/dokinz_egoGen.pdf (доступ 30.06.2019).
- Зиновьева Надежда Андреевна. 2015. *Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов*. (online) <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-memov-na-internet-polzovateley-tipologiya-inter-net-memov> (доступ 30.06.2019).
- Лутовинова Ольга Васильевна. 2009. *Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу*. (online) <https://cyberleninka.ru/article/n/gipertekst-ponyatie-osnovnye-harakteristiki-vozmozhnye-podhody-k-lingvisticheskomu-analizu> (доступ 30.06.2019).
- Макаровска Ольга. 2017. *Редирективность котоматричных текстов*. «Žmogus Kalbos Erdvėje» № 9: 176–189.
- Словарь языка интернета.ру*. 2016. Ред. Кронгауз М.А. Москва: АСТ-ПРЕСС КНИГА.
- Федосюк Михаил Юрьевич. 1997. *Нерешенные вопросы теории речевых жанров*. «Вопросы языкознания» № 5: 102–120.
- Чернявская Валерия Евгеньевна. 2014. *Лингвистика текста. Лингвистика дискурса*. Москва: Флинта.
- Шурина Юлия Васильевна. 2012. *Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации*. (online) <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (доступ 30.06.2019).
- Яковлева Анна Михайловна. 2014. *Клиповое чтение: текст как изображение-симулякр*. (online) <https://elibrary.ru/item.asp?id=28914617> (доступ 30.06.2019).

- Bartmiński Jerzy, Niebrzegowska-Bartmińska Stanisława. 2009. *Tekstologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- De Beaugrande Robert-Alain, Dressler Wolfgang Ulrich. 1990. *Wstęp do lingwistyki tekstu*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Kudlińska Halina. 2016. *Demotywor jako nowy gatunek dyskursu 2.0*. W: *Teksty – kultury – uczestnictwa*. Red. Dąbrówka A., Maryl M., Wójtowicz A. Warszawa: Centrum Humanistyki Cyfrowej IBL PAN: 111–139.
- Maciejewski Marcin. 2009. *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Marak Katarzyna. 2013. *Mem internetowy. Informacja i transformacja w sieci*. W: *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*. Red. Grochowski P. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK: 133–164.
- Maryl Maciej. 2016. *Teksty – kultury – uczestnictwa*. W: *Teksty – kultury – uczestnictwa*. Red. Dąbrówka A., Maryl M., Wójtowicz A. Warszawa: Centrum Humanistyki Cyfrowej IBL PAN: 9–20.
- Sartori, Giovanni. 2007. *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Słownik angielsko-polski*. 1999. Red. Fisiak J. Warszawa: Graf-Punkt.
- Sroka Jakub. 2014. *Obrazkowe memy internetowe*. Warszawa: CeDeWu.
- Vater Heinz. 2009. *Wstęp do lingwistyki tekstu. Struktura i rozumienie tekstów*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe.

REFERENCES

- Âkovleva Anna Mihajlovna. 2014. *Klipovoe čtenie: tekst kak izobraženie-simulâkr* [Clip reading: text as simulated image]. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28914617> (Accessed 30 June 2019). (In Russ.)
- Bartmiński Jerzy, Niebrzegowska-Bartmińska Stanisława. 2009. *Tekstologia*. Warsaw, Wydawnictwo Naukowe PWN. (In Polish)
- Broudi Ričard. 2007. *Psihičeskie virusy* [Virus of the Mind] Moscow, Pokolenie. Publ. (In Russ.).
- Černâvskaâ Valeriâ Evgen'evna. 2014. *Lingvistika teksta. Lingvistika diskursa* [Text linguistics. Linguistics Discourse] Moscow, Flinta. Publ. (In Russ.)
- De Beaugrande Robert-Alain, Dressler Wolfgang Ulrich. 1990. *Wstęp do lingwistyki tekstu*. Warszawa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe. (In Polish)
- Dokinz Ričard. 1993. *Ėgoističnyj gen* [The Selfish Gene]. Available at: http://transyoga.ru/assets/files/books/okolo_psihologia/dokinz_egoGen.pdf (Accessed 30 June 2019). (In Russ.)
- Fedosûk Mihail Ūr'evič. 1997. *Nerešennye voprosy teorii rečevykh žanrov* [Unsolved problems of the theory of speech genres]. “Voprosy ŗzykoznaniâ” no 5, pp. 102–120. (In Russ.)
- Kudlińska Halina. 2016. *Demotywor jako nowy gatunek dyskursu 2.0*. In: *Teksty – kultury – uczestnictwa*. Eds Dąbrówka A., Maryl M., Wójtowicz A. Warsaw, Centrum Humanistyki Cyfrowej IBL PAN, pp. 111–139. (In Polish)
- Lutovinova Ol'ga Vasil'evna. 2009. *Gipertekst: ponâtie, osnovnye harakteristiki, vozmožnye podhody k lingvističeskomu analizu* [Hypertext: its concept, general characteristics and possible approaches to linguistic analysis]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/gipertekst-ponyatie-osnovnye-harakteristiki-vozmozhnye-podhody-k-lingvisticheskomu-analizu> (Accessed 30 June 2019). (In Russ.)
- Maciejewski Marcin. 2009. *Gatunki hipertekstu w perspektywie tekstologicznej*. Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM. (In Polish)
- Makarovska Ol'ga. 2017. *Redirektivnost' kotomatričnykh tekstov* [The Quality of “Redirecting” in Cat Meme Captions]. “Žmogus Kalbos Erdvėje” no 9, pp. 176–189. (In Russ.)

- Marak Katarzyna. 2013. *Mem internetowy. Informacja i transformacja w sieci*. In: *Netlor. Wiedza cyfrowych tubylców*. Ed. Grochowski P. Toruń, Wydawnictwo Naukowe UMK, pp. 133–164. (In Polish)
- Maryl Maciej. 2016. *Teksty – kultury – uczestnictwa*. In: *Teksty – kultury – uczestnictwa*. Eds Dąbrówka A., Maryl M., Wójtowicz A. Warsaw, Centrum Humanistyki Cyfrowej IBL PAN, pp. 9–20. (In Polish)
- Sartori Giovanni. 2007. *Homo videns. Telewizja i postmyślenie*. Warsaw, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego. (In Polish)
- Slovar' ŗzyka interneta.ru* [Dictionary of the Internet.ru language]. 2016. Ed. Krongauz M.A. Moscow, AST-PRESS KNIGA Publ. (In Russ.)
- Słownik angielsko-polski*. 1999. Ed. Fisiak J. Warsaw, Graf-Punkt. (In Polish)
- Sroka Jakub. 2014. *Obrazkowe memy internetowe*. Warsaw, CeDeWu. (In Polish)
- Šurina Űliŗ Vasil'evna. 2012. *Internet-memy kak fenomen internet-kommunikacii* [Internet Meme as a Phenomenon of Internet Communication]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (Accessed 30 June 2019). (In Russ.)
- Vater Heinz. 2009. *Wstęo do lingwistyki tekstu. Struktura i rozumienie tekstów*. Wrocław, Oficyna Wydawnicza ATUT – Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe. (In Polish)
- Zinov'eva Nadežda Andreevna. 2015. *Vozdejstvie memov na Internet-pol'zovatelej: tipologiŗ Internet-memov* [Impact of Memes on Internet Users: Typology of Internet-memes]. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozdeystvie-memov-na-internet-polzovateley-tipologiya-internet-memov> (Accessed 30 June 2019). (In Russ.)