

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Череповецкий государственный университет»

На правах рукописи

Тихомирова Мария Сергеевна

КОДОВЫЕ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Специальность 10.02.19 – теория языка

диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель -
доктор филологических наук,
профессор Г.Н. Чиршева

Череповец, 2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КОДОВЫХ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ.....	17
1.1. Кодовые переключения	17
1.1.1. Подходы к изучению и определению кодовых переключений.....	17
1.1.2. Структура, типы и виды кодовых переключений.....	21
1.1.3. Прагматические функции кодовых переключений	24
1.1.4. Разграничение кодовых переключений и заимствований	26
1.2. Аспекты изучения Интернет-коммуникации	30
1.2.1. Специфика Интернет-коммуникации	31
1.2.2. Интернет как поликультурная среда.....	35
1.2.3. Поликодовый текст как часть Интернет-коммуникации.....	38
1.3. Характеристика Рунета.....	40
1.4. Особенности Интернет-мема	43
1.5. Кодовые переключения как проявление лингвокреативности авторов Интернет-мемов.....	51
1.6 Выводы по главе 1	55
ГЛАВА 2. СТРУКТУРНЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОДОВЫХ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ	59
2.1. Статусно-ролевые характеристики взаимодействующих языков.....	60
2.2. Структурные особенности кодовых переключений в Интернет-мемах... 72	
2.2.1. Лексико-синтаксическая характеристика	72
2.2.2. Степень графической ассимиляции	78
2.2.3. Объем переключаемого элемента	82
2.2.4. Принадлежность к части речи.....	87
2.3. Разновидности мемов с кодовыми переключениями	96
2.4. Прагматические функции кодовых переключений	108

2.4.1. Юмористическая функция как ведущая прагматическая функция в Интернет-мемах.....	109
2.4.2. Дополнительные прагматические функции кодовых переключений в Интернет-мемах.....	112
2.5. Межъязыковая игра как способ выражения лингвокреативности в Интернет-мемах.....	119
2.6. Взаимосвязь структурных и прагматических особенностей кодовых переключений в Интернет-мемах.....	135
2.7. Выводы по главе 2.....	143
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	147
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	151
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	173
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	178
ПРИЛОЖЕНИЕ 3.....	187

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество определяется как информационное, так как это связано с повышением роли информации и коммуникации в жизни индивида [Тихомирова 2018]. Значительная часть коммуникаций перемещается сегодня в новое измерение – виртуальную реальность. «Изменение характера коммуникации, связанное с изменением канала общения, влияет на специфику жанров, в рамках которых осуществляется общение, а также на речевое поведение коммуникантов» [Щурина 2006: 19].

Всемирная сеть позволяет общаться людям из разных стран. Возможность межкультурной коммуникации в Интернете влияет на появление большого количества кодовых переключений в Интернет-коммуникации, но это явление пока исследовано в недостаточной степени. Общаясь в Интернет-среде, пользователи стремятся максимально упростить свои сообщения и в то же время сконцентрировать в них как можно больше информации. Как и на начальном этапе развития глобальной сети, интернациональным языком Интернета остается английский язык. Его поликультурность и глобальность в Интернете подчёркивают и кодовые переключения.

Кодовое переключение – это использование единиц одного языка (языков) в высказывании (тексте, беседе) на другом языке. В нашем исследовании комплексный анализ структуры и прагматики кодовых переключений связан с проблемами и особенностями образования и функционирования этого явления в Интернет-мемах как одной из популярных разновидностей Интернет-коммуникации.

Актуальность данного исследования вытекает из ряда факторов:

- 1) в развлекательных Интернет-мемах наблюдается значительное количество кодовых переключений;
- 2) в Интернет-мемах кодовые переключения демонстрируют специфику, заметно отличающую их структурные и прагматические

характеристики от тех, которые изучены в других контекстах функционирования этого явления;

- 3) отсутствуют специальные исследования, где кодовые переключения изучаются как многоаспектное лингвистическое явление в рамках Интернет-коммуникации;
- 4) недостаточно изучен потенциал плана выражения и плана содержания кодовых переключений с русским языком как матричным.

Степень изученности научной проблемы.

Исследования кодовых переключений в разных аспектах и контекстах их функционирования проводили отечественные и зарубежные лингвисты: П. Ауэр [Auer 1984, 1992, 1995, 1999], Дж. Л. Джейк [Jake 1997, 2009], Дж. Гамперц [Gumperz 1970, 1982], Ф. Грожан [Grosjean 1982, 1997, 2001], М. Клайн [Clyne 1967, 1972, 1987, 2003], Ж. Люди [Lüdi 1987, 2003, 2006], К. Майерс-Скоттон [Myers-Scotton 1990, 1992, 1993, 1995, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2005, 2006], П. Муйскен [Muysken 1995, 1997, 2000, 2006], Ш. Поплак [Poplack 1980, 1988, 1998], Дж. Фулер [Fuller 2000], Г.Н. Чиршева [Чиршева 2000, 2003, 2004, 2008, 2009; 2012; 2020], Е. Шмит [Schmitt 2000, 2008], М. Шини [Chini 1992]. Специальные исследования кодовых переключений в Интернет-коммуникации не проводились ни отечественными, ни зарубежными лингвистами.

Исследования Интернет-мемов являются относительно новыми, но уже нашли отражение в работах таких зарубежных и отечественных лингвистов, как С.В. Бондаренко [Бондаренко 2004], Р. Броуди [Broudy 2002], И.А. Быков [Быков 2005], Е.Н. Галичкина [Галичкина 2009], Е.И. Горошко [Горошко 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2012], Р. Докинз [Dokins 2003], И.В. Ксенофонтова [Ксенофонтова 2009], М.Г. Шилина [Шилина 2010, 2012], Ю. В. Щурина [2012, 2014, 2016], Е. Рункель [Runkehl 2014]. При этом специальных работ по проблематике кодовых переключений в Интернет-мемах на данный момент не существует ни в теоретическом, ни в практическом аспектах.

Из вышеизложенного следует обоснованность **выбора и актуальность темы** нашего исследования, в частности из-за возрастающей популярности и динамики информационной и технической составляющей Интернет-коммуникации.

Объект исследования – кодовые переключения с русского языка на другие языки в Интернет-мемах. **Предмет** исследования – структура и прагматика кодовых переключений, составляющих вербальный компонент Интернет-мемов.

Материал – 670 примеров кодовых переключений в текстах Интернет-мемов. **Метод сбора материала** – сплошная выборка Интернет-мемов, в которых содержатся единицы двух и более языков.

Цель работы заключается в выявлении и описании структурных и прагматических характеристик кодовых переключений в Интернет-мемах. Для реализации данной цели мы поставили **ряд задач**:

- 1) систематизировать теоретические и методологические подходы к изучению кодовых переключений, определить специфику их описания в медиатекстах;
- 2) разработать понятийно-терминологический аппарат исследования кодовых переключений в Интернет-мемах;
- 3) описать типы Интернет-мемов с кодовыми переключениями;
- 4) выявить специфику и частотность структурных типов и видов кодовых переключений, встречающихся в Интернет-мемах, в том числе их синтаксических и морфологических характеристик;
- 5) установить степень графической ассимиляции кодовых переключений в Интернет-мемах;
- 6) выявить прагматические особенности кодовых переключений, установив специфику и набор выполняемых ими прагматических функций в Интернет-мемах;
- 7) установить взаимозависимость структурных и прагматических характеристик кодовых переключений в Интернет-мемах;

8) описать механизмы проявления лингвокреативности авторов, использующих межъязыковую игру при создании мемов;

9) для верификации полученных данных разработать анкету и провести анкетирование русскоязычных пользователей сети Интернет с целью выявления их восприятия основных функций мемов с кодовыми переключениями.

В ходе работы над диссертацией была использована комплексная **методика исследования**, которая включает:

1) метод научно-теоретического анализа лингвистических концепций и подходов к изучению кодовых переключений – для систематизации теорий и методологии, а также для формулирования понятийно-терминологического аппарата исследования;

2) метод структурного анализа – для выявления особенностей структуры кодовых переключений в Интернет-мемах;

3) метод прагмалингвистического анализа – для описания прагматических особенностей кодовых переключений;

5) метод контрастивного анализа – для сравнения структурных особенностей кодовых переключений как единиц гостевого языка в русскоязычной морфосинтаксической рамке;

6) прием количественного анализа – для установления количественных характеристик, выявленных в плане выражения и плане содержания кодовых переключений;

7) табличная обработка – для наглядного представления количественных данных по выявленным структурным и прагматическим особенностям кодовых переключений.

Теоретическая значимость работы заключается в том, что:

1) систематизированы наиболее значимые современные подходы к изучению кодовых переключений в структурном и прагматическом аспектах;

2) дано комплексное определение Интернет-мема, с учётом его особенностей в русскоязычной Интернет-коммуникации;

3) выявлены типы Интернет-мемов, контекст которых наиболее полно раскрывает структурный и прагматический потенциал кодовых переключений;

4) составлена классификация структурных и прагматических функций кодовых переключений в Интернет-мемах;

5) установлена взаимосвязь между структурными и прагматическими функциями кодовых переключений в Интернет-мемах;

6) выявлены новые прагматические функции, которые реализованы только в Интернет-мемах;

7) установлены специфические прагматические функции кодовых переключений в русскоязычной Интернет-среде;

8) описана функция лингвокреативности, выраженная в мемах межъязыковой игрой.

Практическая значимость исследования: материалы и результаты исследования могут быть использованы в практике преподавания иностранных языков в ВУЗе, в курсах стилистики, социолингвистики, психолингвистики, общего языкознания. Полученные в ходе сбора языкового материала примеры отражают актуальное состояние современной русскоязычной Интернет-коммуникации и являются ценным лингвистическим материалом.

Соответствие диссертационного исследования паспорту научной специальности. Специальность 10.02.19 – «Теория языка» содержит основные отрасли современной лингвистики. Включает в себя актуальные представления о центральных компонентах и правилах естественного языка, способах и методах его изучения. Большую популярность получили в 21 веке исследования следующих направлений: «Сравнительно-историческое языкознание», «Типология», «Социолингвистика», «Психолингвистика», «Языки мира и языковые ареалы», «Историография», в которых ведётся исследование эволюции научных парадигм. Тема данного исследования входит в направление «социолингвистика» и отражает следующие разделы специальности:

- п. 1. Теоретическая лингвистика. Грамматические категории. Современное состояние лингвистики.

- п. 6. Семантика. Языковая и речевая многозначность. Прагматический компонент, его иллокутивный и дейктический аспекты.

- п. 11. Психолингвистика. Психолингвистика как междисциплинарная наука.

- п. 12. Социолингвистика. Социолингвистический подход к предмету лингвистики. Вариативность языка и ее связь с социальной вариативностью.

Рабочая гипотеза отражается в следующем положении: кодовые переключения в Интернет-мемах характеризуются краткостью высказывания, преобладанием существительных и глаголов в качестве переключаемых элементов гостевых языков, наличием отклонений от норм как матричного, так и гостевых языков, включением молодёжного сленга и рядом других особенностей, возникающих как результат лингвокреативности Интернет-пользователей.

Научная новизна работы заключается в том, что впервые:

а) структурные и прагматические характеристики кодовых переключений комплексно исследуются в рамках Интернет-коммуникации;

б) установлен структурно-прагматический и графический потенциал кодовых переключений с русским языком как матричным в разных типах мемов в Интернет-коммуникации;

в) выявлены новые прагматические функции кодовых переключений – обучающая и рекламная, функционирующие исключительно в Интернет-мемах;

г) кодовые переключения описаны в Интернет-мемах как элементы межъязыковой игры.

Наиболее значимые результаты данного научного исследования:

1. описаны типы Интернет-мемов, в рамках которых реализованы кодовые переключения;
2. определены ведущие прагматические функции кодовых переключений в Интернет-мемах и выявлены новые (рекламная и обучающая);

3. выявлены структурные типы кодовых переключений в Интернет-мемах;
4. установлена взаимосвязь между структурными и прагматическими характеристиками кодовых переключений в мемах;
5. описаны механизмы межъязыковой игры, которые используют авторы Интернет-мемов с помощью кодовых переключений.

Положения, выносимые на защиту.

1) Кодовые переключения как неотъемлемая часть межъязыковой коммуникации функционируют в Интернет-среде в личной переписке, мессенджерах, веб-сайтах, в том числе и в Интернет-мемах, наиболее популярных и ёмких видах медиатекстов.

2) Структура кодовых переключений в Интернет-мемах характеризуется следующими чертами: матричный язык чаще всего – русский, гостевой – английский; в большинстве случаев это внутрифразовые вкрапления; неассимилированные иноязычные единицы преобладают над частично или полностью ассимилированными; простые слова функционируют чаще, чем сложные, словосочетания используются активнее, чем предложения или группы предложений; имена существительные в качестве кодовых переключений преобладают над словами других частей речи.

3) Для функционирования кодовых переключений в Рунете наиболее популярные типы – «весёлые картинки» и «юморески».

4) Наиболее значимой прагматической функцией кодовых переключений в Интернет-мемах является юмористическая; она реализуется в межъязыковой игре чаще всего с помощью обыгрывания клише из других языков в русскоязычном контексте.

5) Взаимосвязь структурных и прагматических характеристик кодовых переключений прослеживается в том, что юмористическая функция реализуется преимущественно внутрифразовыми ассимилированными кодовыми переключениями в следующих типах мемов: пародии, весёлые открытки, демотиваторы, юморески, пирожки и порошки (короткие юмористические стихотворные формы).

Достоверность результатов исследования обусловлена достаточно большим объемом лингвистического материала, широким привлечением научных публикаций по теме диссертационной работы, применением комплексной методики, адекватной цели, задачам и логике анализа, качественным анализом исходных данных, аргументированностью научных положений и выводов, апробацией результатов исследования в публикациях и докладах на научных конференциях.

Структура работы. Данная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Во введении раскрываются основные теоретические положения, в рамках которых проводится диссертационное исследование, обозначается цель, задачи, объект и предмет работы, обосновывается актуальность, новизна и выбор темы диссертации; отражаются основные результаты анализа, полученные в ходе работы над исследованием; описываются методы сбора и анализа лингвистического материала; раскрывается теоретическая и практическая значимость проделанной работы; формулируются положения, выносимые на защиту; обосновывается соответствие темы исследования паспорту специальности; описываются структура, объём и апробация научного исследования.

В первой главе излагаются теоретические аспекты исследования переключений кодов в Интернет-коммуникации, систематизируются методологические подходы к изучению данного лингвистического явления, дифференцируются понятия «заимствование» и «кодовое переключение», описываются особенности языка и стиля Интернет-среды, дается характеристика Рунета, рассматриваются основные характеристики создания и функционирования Интернет-мемов.

Вторая глава содержит анализ кодовых переключений в Интернет-мемах Рунета, комплексный анализ их структуры и прагматики, выявление ведущей прагматической функции кодовых переключений в Интернет-мемах (юмористической) и ее комбинаций с другими прагматическими функциями,

обоснование взаимозависимости прагматических и структурных характеристик кодовых переключений, описание специфики лингвокреативности авторов мемов.

В заключении обобщаются основные выводы, полученные при сопоставлении теоретических основ исследования с результатами проведенного комплексного анализа кодовых переключений, намечаются перспективы изучения кодовых переключений в разных контекстах и ситуациях их функционирования.

Список научной литературы включает 176 наименований (137 на русском языке, 39 на иностранных (английском и немецком), 18 работ являются электронными ресурсами).

Приложение состоит из трёх частей: примеры, наиболее полно отражающие результаты исследования (Приложение 1), материал исследования (Приложение 2), результаты опроса (Приложение 3). В Приложении 1 даны примеры 30 популярных Интернет-мемов в русскоязычной Интернет среде с кодовыми переключениями. В Приложении 2 представлен весь материал (670 Интернет-мемов). Приложение 3 содержит результаты анкетирования «Кодовые переключения» среди пользователей Рунета, целью которого было верифицировать некоторые предположения относительно функционирования и распространения мемов с кодовыми переключениями, прогнозирования возможных прагматических функций.

Объем данного диссертационного исследования составляет 192 страницы, из них основного текста – 150 страниц.

Апробация работы: результаты исследования были представлены на 12 международных и всероссийских конференциях: всероссийской конференции «Череповецкие научные чтения-2016», ЧГУ, Череповец, 2016 г.; международной конференции «Взаимодействие языков и культур», ЧГУ, Череповец, 2017 г.; всероссийской конференции «Череповецкие научные чтения-2017», ЧГУ, Череповец, 2017 г.; всероссийской конференции с международным участием «Цифровая культура открытых городов», РАНХиГС, г. Екатеринбург, 2017 г.;

международной конференции «The XVI International conference on European Conference on Languages, Literature and Linguistics 10.80.2017». Австрия, Вена, 2017 г.; «Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, достижения и тенденции развития», г. Пенза, 2017 г.; международной конференции «Advances in Science and Technology», г. Москва, 2018 г.; международной конференции «Герценовские чтения 2018», РГПУ им А.И. Герцена г. Санкт-Петербург, 2018 г.; международной конференции «Янковские чтения 2018», БГПУ г. Минск (Белоруссия), 2018 г.; всероссийской конференции с международным участием «Лингвистика, переводоведение и методика обучения иностранным языкам: актуальные проблемы и перспективы», ОГУ, г. Орёл, 2019 г.; международной конференции и форуме «Наука будущего-наука молодых», Сириус, г. Сочи, 2019 г.; международной конференции «III International symposium «Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives»», Берлин, Германия, 2019.

По теме диссертации имеется 15 публикаций автора, включая 3 статьи в журналах, входящих в перечень реферируемых изданий, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией (ВАК). Объем опубликованных статей – 3,7 п.л.

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации:

1. Тихомирова, М.С. Переключения кодов в Интернет-мемах как проявление лингвокреативности / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2017.– № 5. – С. 148-153. (0,3 п.л.).

2. Тихомирова, М.С. Кодовые переключения в социальных группах «В контакте» г. Череповца (экстралингвистический аспект) / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Филология: научные исследования. – Москва: НБ Медиа, 2019. – № 3. – С. 166 – 173. (0,4 п.л.).

3. Тихомирова, М.С. Соотношение вербальных и невербальных компонентов Интернет-мема с кодовыми переключениями / М.С.

Тихомирова. – Текст : непосредственный // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2019.– № 4. С. 113-121. (0,4 п.л.).

Статьи, опубликованные в других изданиях

4. Чиршева, Г. Н., Тихомирова, М. С. Межъязыковая и межкультурная игра как с кодовыми переключениями в Интернет-мемах / Г.Н. Чиршева, М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // «Взаимодействие языков и культур»: Материалы докл. V междунар. науч. конф. (Череповец, 15 апреля 2016 г.) / под ред. Г.Н. Чиршевой. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2016. – С. 148-156. (0,4 п.л.).

5. Тихомирова, М. С. Грамматические особенности внутрифразовых кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Череповецкие научные чтения – 2016: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. Е. В. Целикова. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2017. – С. 98-99. (0,1 п.л.).

6. Тихомирова, М. С. Русскоязычные варианты Интернет-мема «Keep calm» с кодовыми переключениями / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Науки и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия, достижения: Сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2017. – С. 92-94. (0,2 п.л.).

7. Тихомирова, М. С. Жанровые особенности Интернет-мемов с кодовыми переключениями / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Череповецкие научные чтения – 2017: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. Е. В. Целикова. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2018. – С. 137-139. (0,2 п.л.).

8. Тихомирова, М. С. Особенности русскоязычных кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Advances in Science and Technology: Сборник статей XII

международной научно-практической конференции. – Москва: Актуальность РФ, 2018. – С. 60-62. (0,2 п.л.).

9. Тихомирова, М. С. Поликодовый текст как часть Интернет-коммуникации / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Цифровая культура открытых городов – 2018: Сборник научных статей конференции РАНХиГС. – Екатеринбург: Изд-во РАНХиГС, 2018. – С. 551-554. (0,2 п.л.).

10. Тихомирова, М. С. Особенности прагматических функции полилингвальных переключений в развлекательных Интернет-жанрах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Герценовские чтения – 2018: Сборник научных статей по материалам международной конференции. – СПб: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2018. – С. 190-192. (0,2 п.л.).

11. Тихомирова, М. С. Специфика интернет-мемов с кодовыми переключениями (на примере электронных СМИ г. Череповца) / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // «Дарагое мне – і маё - беларускае»: Навуковы зборник да 1000-годдзя з дня нараджэння прафесара Ф.М. Янкоускага / рэдка.: Г.М. Валочка [і інш.]; навук. Рэд. Д.В. Дзятко. – Riga: BVKI, 2018. – С. 319-322. (0,2 п.л.).

12. Тихомирова, М. С. Обучающая функция кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Лингвистика, переводоведение и методика обучения иностранным языкам: актуальные проблемы и перспективы: Сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (28 марта 2019 г.) / под ред. О. Ю. Ивановой. – Орёл, 2019. – С. 348-353. (0,3 п.л.).

13. Тихомирова, М. С. Структурные и прагматические особенности кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Сборник тезисов докладов участников третьей Международной научной конференции «Наука будущего» и четвёртого Всероссийского молодёжного научного форума «Наука будущего – наука молодых». – Сочи: ИНКОНСАЛТ, 2019. – С. 167. (0,1 п.л.).

14. Tichomirova, M. S. Die Besonderheiten der russischsprachigen Kodeumschaltungen in Internetmem / M. S. Tichomirova // «1st European conference on Languages, Literature and Linguistics»: Proceedings of the Conference (August 10, 2017). – Vienna; Prague: Premier Publishing, 2017. – S. 29-31. (0,2 П.Л.).

15. Tichomirova, M. S. Die Abarten der Internet-Genres / M. S. Tichomirova // «III International symposium «Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives». – Berlin: Premier Publishing, 2019. – S. 90-94. (0,3 П.Л.).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ КОДОВЫХ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

В главе 1 рассматривается проблематика исследований кодовых переключений на основе разных научных подходов, систематизируются классификации кодовых переключений, концепции, связанные с выявлением их структурных и прагматических характеристик. Внимание уделяется также одной из дискуссионных проблем, касающейся дифференциации заимствований и кодовых переключений.

Для того, чтобы показать специфику кодовых переключений, функционирующих в Интернет-мемах, в главе 1 также систематизируются концепции, связанные с описанием характеристик Интернет-коммуникации, её особенностей как поликультурной и поликодовой среды, а также Рунета как мультимедийного слоя всемирной сети. Особое внимание уделяется Интернет-мемам как неотъемлемой части современного Интернет-общения, поскольку именно они представляют собой контекст для функционирования изучаемых в данной работе кодовых переключений. Кроме того в данной главе дается краткое описание тех концепций, в которых мемы как особый экспрессивный тип Интернет-коммуникации свидетельствуют о лингвокреативности их авторов.

1.1. Кодовые переключения

1.1.1. Подходы к изучению и определению кодовых переключений

В широком смысле «кодовое переключение» – это одновременное использование билингвом одного или нескольких языков в процессе общения [Багана, Блажевич 2010: 49]. Такое же широкое определение кодового переключения можно найти во многих работах, где оно рассматривается как процесс использования в речи иноязычной лексики [Bolonyai 2000, 2002; Fuller 2000; Jake 1997, 2000; Schmitt 2000, 2008].

Кодовое переключение – многогранное понятие. В современной науке оно изучается в рамках многих направлений междисциплинарных исследований: социолингвистики, психолингвистики, когнитивной лингвистики и контактной лингвистики. Термин «переключение кодов» функционирует и за рамками лингвистики, например, в литературоведении он используется для обозначения характеристик литературного стиля, в котором используется два или несколько языков одновременно [Torres 2007: 76].

Термин «code switching» для описания кодовых переключений как лингвистического объекта впервые появился в англоязычной лингвистике в 1976 году, хотя на это явление обращали внимание и более ранние исследователи. Так, например, Р. Якобсон, который говорил о том, что любой язык многоформен и представляет собой совокупность различных кодов, а речь состоит из ещё большего количества кодов, учитывая цель, функции коммуникации и взаимоотношений говорящих [Крысин 2000: 61].

Еще с 1920-х годов отдельные лингвисты начали рассматривать и анализировать кодовые переключения как естественное проявление многоязычия [Brice, Brice 2009: 75]. Однако, как об этом свидетельствуют работы 1960-х годов, довольно долго к ним относились лишь как к необычному, креативному использованию языка [Goldstein 2005: 264].

До 60-х годов 20 века все явления языкового контакта, наблюдаемые в речи билингвов, считались «интерференцией». Позднее их стали изучать как особое явление в рамках теории языковых контактов [Cantarotti 2007: 33].

Актуальность исследования кодовых переключений постоянно возрастает, так как они проникают в разные сферы жизни, например, в Интернет-среду. Новые формы проявления языковых контактов порождают большое количество кодовых переключений в глобальной сети Интернет, где границы между языками становятся размытыми, что отчасти способствует достижению более полноценной межкультурной коммуникации.

Теория кодовых переключений постоянно развивается благодаря возрастающему количеству проведённых исследований на материале

разнообразных языковых комбинаций, как двуязычных, так и многоязычных. Пока не существует единого подхода к описанию кодовых переключений, теории разных авторов часто противоречат друг другу, исследователи оперируют различными терминами.

Кодовые переключения часто рассматривают как проявление двуязычной коммуникации, связанной с билингвизмом коммуникантов. По мнению Д. Липски, если иноязычные единицы заимствуются или калькируются, успешно могут функционировать в коммуникации обывателей, путешественников, студентов или изучающих иностранные языки, то это свидетельствует об их билингвизме [Lipski 2008: 223].

С точки зрения социолингвистики кодовое переключение может обозначать смешение диалектов или стилей. Такие кодовые переключения часто критикуются в речи общественных деятелей и политиков как доказательства неискренности и обмана [Kanngieser 2012: 347]. Такой же вид кодовых переключений используется носителями английского языка, которые, при изменении обстановки или собеседника меняют народный вариант английского на официальный – британский английский [DeBosse 1992: 159].

Активное смешение словарей и грамматической структуры в форме регулярных кодовых переключений может свидетельствовать о том, что на их основе сформировались общепринятые неформальные языки или диалекты, например, Chinglish, Ganglish [Zentella 1997: 13].

К кодовым переключениям иногда относят и диглосные переключения как проявление смешения диалектов или стилей.

При описании кодовых переключений многие учёные комбинируют различные подходы к их изучению, например, структурный и билингвальный (Р. Кёппе, Ю. Майзель, Г. Н. Чиршева и др.), социопрагматический и билингвальный (Ш. Махутян, М. Карребек и др.), психолингвистический и нейролингвистический (Т. В. Черниговская) [см. обзор в работе: Исаева 2009].

Благодаря психолингвистическому и социопрагматическому подходу, который развивала К. Майерс-Скоттон [Myers-Scotton 2002], появляется

возможность провести детальное исследование персонализированных вариантов кодовых переключений и конкретных речевых ситуаций: восприятие своей языковой личности в мировом сообществе, отношение к другим, способы двуязычной коммуникации и контексты переключений [Исаева 2009: 14].

В рамках лингвистической теории кодовых переключений К. Майерс-Скоттон и основанной на ее концепции модели «рамки матричного языка» (the Matrix Language Frame Model), кодовым переключением считаются случаи использования билингвом (билингвами) элементов гостевого языка в рамках одного разговора на матричном языке. Матричный язык устанавливает морфосинтаксическую рамку высказываний, содержащих кодовые переключения [Myers-Scotton 1993: 3].

К. Майерс-Скоттон в своих работах пишет о том, что даже морфема может выступать в качестве кодового переключения, а самым крупным элементом, по мнению этого учёного, выступает предложение или фраза [Myers-Scotton 1993: 3].

Открытым вопросом в лингвистике остаётся наличие строгих правил переключения с одного языка на другой. На данный момент отсутствуют определённые параметры, по которым необходимо формировать кодовые переключения, но важным остаётся не нарушать рамку матричного языка.

В межкультурной коммуникации невозможно обойтись без кодовых переключений, и данное явление известно достаточно давно. Во времена существования Римской империи, когда, например, древние германцы, у которых не было вина, хлеба и многих других продуктов питания или предметов обихода, обозначали их новыми словами, пришедшими из латинского языка. Впоследствии такие слова стали заимствованиями, но изначально носили характер исключительно кодовых переключений.

Кодовые переключения исследуются и как составная часть речевой культуры билингов, в которой проявляются их личностные характеристики.

Иногда кодовые переключения описывают как стихийное явление, например, в рамках Интернет-коммуникации, где во многих случаях

представляется невозможным отследить первоначальный источник кодового переключения.

1.1.2. Структура, типы и виды кодовых переключений

Кодовые переключения – это одна из форм взаимодействия языков в устной или письменной билингвальной речи. В процессе осуществления кодовых переключений происходит сочетание единиц гостевого языка с единицами матричного языка.

В соответствии с концепцией К. Майерс-Скоттон, одной из наиболее детально разработанных и широко апробированных на материале разных языковых комбинаций, матричным считается тот язык, который строит морфосинтаксическую рамку в двуязычном или многоязычном высказывании [Myers-Scotton 2006]. Матричный язык снабжает предложение грамматически релевантными морфемами (в терминах данной модели – системными морфемами) и устанавливает тот порядок их следования, который характерен для его синтаксиса. В отечественной лингвистике эту теорию на материале устных русско-английских и англо-русских кодовых переключений развивает Г. Н. Чиршева. Она подтверждает, что при соблюдении двух основных принципов модели матричного языка (принципа порядка морфем и принципа системных морфем) гостевой язык полностью подчиняется правилам матричного языка. В тех случаях, когда следование основным принципам матричного языка со стороны единиц гостевого языка наблюдается не в полной мере, возникают модификации, предусмотренные дополнительными принципами данной модели. Такая вариативность следования правилам грамматики кодовых переключений отражается в разных структурных типах и видах кодовых переключений [Чиршева 2004: 19-25].

Некоторые лингвисты считают, что не существует явных строгих правил построения кодовых переключений, так как они чаще всего рождаются в речи билингва спонтанно. Однако принципы построения билингвальной речи, базирующиеся на правилах матричного языка, всегда наблюдаются в тех

случаях, когда кодовые переключения не приводят к грамматическому конфликту и не вызывают коммуникативную неудачу. Если правила построения морфосинтаксической рамки матричного языка нарушаются осознанно, это создает определенный стилистический и прагматический эффект, часто юмористический, что вызывает определённую реакцию читателя. Такие примеры можно встретить в рамках изучаемого материала в Интернет-мемах, когда авторы специально нарушают принципы построения билингвальной речи и правила кодовых переключений для конкретной пары языков.

При кодовом переключении, согласно Г. Н. Чиршевой [Чиршева 2004: 21], прослеживается определённая иерархия в отношении системных и содержательных морфем.

Немецкий исследователь Б. Майер выделяет следующие виды переключений кодов в зависимости от их местоположения в высказывании:

1. вкрапления (*insertionale Sprachwechsel*). Вкрапления – слова или словосочетания, обычно имена существительные, гостевого языка в высказывании на матричном языке;

2. внутренние кодовые переключения (*turninterne Sprachwechsel*) – сочетание одной или нескольких лексем гостевого языка внутри одного высказывания на матричном языке у одного и того же говорящего;

3. инициальные кодовые переключения (*turn-initiale Sprachwechsel*) – переключения на гостевой язык в самом начале высказывания;

4. финальные переключения (*turn-finale Sprachwechsel*) – переключения на гостевой язык в конце высказывания [Meyer 2002: 19-24].

Л. Зеверт считает, что вкрапление – это неоднородные структурные виды кодовых переключений [Zeevaert 2007: 103].

По мнению А. Дж. Рамата, существует несколько видов кодовых переключений по месту появления в речи. Учёный выделяет переключения между предложениями – интерсентенциональные, в рамках одного

предложения – интрасентенциональные и отдельно выделены переключения в рамках одного слова – морфемный тип [Исаева 2009: 45].

В данном диссертационном исследовании мы используем классификацию отечественного лингвиста Г. Н. Чиршевой, которая систематизирует каждый из вышеперечисленных типов и добавляет еще несколько: внутрифразовый (переключение в пределах одного высказывания), межфразовый (переключение, которое разделяет высказывание) и выбор кода (переключение при смене реплик). Внутрифразовые переключения она далее делит на переключения внутри сложных предложений и переключений внутри простых предложений и словосочетаний [Чиршева 2004: 32]. К этой классификации необходимо добавить «морфемный тип» из вышеупомянутой классификации А. Дж. Рамата [Ramat 1995].

Кодовые переключения также описываются по размеру (объему) единицы/сегмента в высказывании. На основании этого критерия Ф. Грожан предлагает следующие структурные разновидности кодовых переключений:

- 1) слово;
- 2) словосочетание;
- 3) предложение или ряд предложений [Grosjean 1982: 145-146].

Использование критерия, учитывающего осознанность/неосознанность появления кодового переключения в речи, отразилось в классификации Э. М. Эпплера:

- плавное («smooth») – неосознанное переключение, происходящее в любой момент речи и не выделяющееся интонационно или каким-то ещё образом;

- сигнальное («flagged») – т.е. сознательно выделенное в риторических целях [Erpler 1994: 78].

В целом, можно констатировать единство подходов исследователей к описанию структурных характеристик кодовых переключений.

В данном исследовании мы анализируем следующие структурные характеристики: особенности кодовых переключений по их месту в речи (на

основе классификации Г. Н. Чиршевой), принадлежность к частям речи, объём переключаемого сегмента (на основе классификации Ф. Грожана) и степень их графической ассимиляции.

1.1.3. Прагматические функции кодовых переключений

Прагматика связана с использованием языка для достижения определенных коммуникативных целей, а также для интеллектуального, эмоционального или волевого воздействия на адресата речи. В зависимости от мотивов коммуникации прагматические функции кодовых переключений отвечают базовым потребностям общения, а именно воздействуют на собеседника, способствуют установлению контакта или деловой связи, потребность в общении [Чиршева 2000: 233].

Лингвисты разработали немало классификаций прагматических функций для кодовых переключений. Так, Г. Н. Чиршева [Чиршева 2004: 37-46] даёт следующую классификацию.

1. Адресатная функция.

Собеседник выделяет круг тех, кому будет понятен новый язык общения. Целью данного переключения будет уточнить, к кому конкретно обращается адресат, не используя при этом очевидные формы. Незнакомцы пытаются выяснить причины, по которым тот или иной собеседник ведёт диалог, понять, какую социальную роль он выполняет [Тарасов, Школьник 1977: 174].

2. Эзотерическая функция.

Основная цель этой функции заключается в том, чтобы скрыть от нежелательных слушателей беседу и «закодировать» её на другом, неизвестном большинству языке.

3. Предметно-тематическая функция.

Реализация этой функции предполагает, что кодовые переключения отражают тему разговора. Такие переключения могут быть связаны с незнанием лексических единиц на языке общения или отсутствия таких единиц, как в случае с реалиями.

4. Фатическая функция.

Для установления более доверительных или дружеских отношений с иноязычным собеседником говорящий включает в свою речь контактоустанавливающие единицы, которые помогают организации коммуникации [Чиршева 2000: 239].

5. Функция самоидентификации.

Переключения выполняют эту прагматическую функцию, если говорящему с их помощью важно подчеркнуть знание гостевого языка или этническую принадлежность.

6. Металингвистическая функция.

Данная функция реализуется в тех кодовых переключениях, которые связаны с обсуждением фактов одного языка с помощью единиц другого языка, например, при использовании иноязычных терминов, примеров на иностранном языке и т.д.

7. Декоративная (цитатная) функция.

Эта функция кодовых переключений реализуется для украшения речи иноязычными клише, идиомами, каламбурами и т.п., если говорящий считает, что они создают эстетический эффект. В тех случаях, когда такие единицы – это цитаты чьей-то иноязычной речи, переключения дополнительно к декоративной выполняют и цитатную функцию.

8. Эмоциональная функция.

Данная функция используется бессознательно, если эмоциональные выклики, междометия и т.п. на гостевом языке используются говорящим спонтанно. В таких случаях люди с неродного языка неожиданно переключаются на родной. Сознательная реализация этой функции наблюдается, например, в тех случаях, когда для выражения негативных эмоций в речь включают единицы неродного языка, чтобы они звучали менее оскорбительно или остались совсем непонятными адресату.

9. Функция воздействия.

Эта функция используется для более быстрого достижения цели коммуникации, если говорящий планирует расположить к себе своего собеседника и заранее знает, переключения на какой язык тот предпочитает.

10. Эмфатическая функция.

Такая функция используется для рематизации, когда с помощью кодового переключения обозначено коммуникативное ядро высказывания.

11. Функция экономии языковых средств.

Кодовое переключение может значительно ускорить общение, особенно, если речь идёт об иноязычных терминах или устойчивых сочетаниях, эквивалент которых выражается менее лаконично.

12. Юмористическая функция.

Кодовые переключения могут использоваться в целях создания юмористического или комического эффекта.

В рамках нашего диссертационного исследования мы подробно рассмотрим именно юмористическую функцию кодовых переключений, так как в мемах она является ведущей и наиболее значимой. Это объясняется развлекательным характером Интернет-среды и самих Интернет-мемов, многие из которых созданы с целью привлечения внимания, непринуждённого общения и увеселения.

1.1.4. Разграничение кодовых переключений и заимствований

Кодовые переключения имеют ряд сходных черт с заимствованиями. Чётких и однозначных разграничений между этими понятиями, принимаемых всеми исследователями языковых контактов, до сих пор нет. Многие считают кодовые переключения одним из видов заимствований. Однако с активизацией исследований кодовых переключений эти понятия начинают все чаще дифференцировать, разрабатывая процедуры и устанавливая критерии по их разграничению.

Заимствованием называют лексему, перешедшую из одного языка в другой в процессе взаимодействия двух или нескольких языков, или народов

[Суперанская 1962: 3]. В лингвистическом энциклопедическом словаре заимствование определяется как лексическая единица, которую перенесли из одной культуры (языка) в другую. Заимствование является результатом межкультурной коммуникации и языковых контактов [Добродомов 2002: 158].

В зависимости от того, что именно заимствуется, различают заимствования:

- морфологические;
- фонетические;
- лексические [Касаткин 1989: 184].

Выделяются также так называемые прямые заимствования, полный переход иностранного элемента в язык и калькированные заимствования (путём перевода) [Матвеева 2010: 107].

Причины заимствований объясняют рядом факторов.

Во-первых, заимствованные слова в языке появляются тогда, когда есть потребность в наименовании новых предметов или реалий, и при этом слова заимствуются вместе с новым явлением, например, «замша», «парашют», «кальмар».

Во-вторых, иногда требуется более точное и однозначное наименование, поэтому некоторые иностранные слова лучше используются как термины, например, «фонетика», «синергия», «эндшпиль».

В-третьих, потребность в экономии языковых средств вызывает стимулирует использование иноязычных слов как более коротких и емких, например, «фото», «боди», «пиар».

В-четвёртых, иногда необходима стилистическая дифференциация синонимов, поэтому заимствование воспринимается как книжное, а исконно русское слово остаётся разговорным или нейтральным, например, «дефолт» - «халатность» [Касаткин 1989: 187].

Для классификации заимствований предлагаются следующие критерии:

- язык или источник заимствования;
- тип контакта;

- способ заимствования.

Источник заимствования – это важнейший показатель и характеристика любого заимствованного слова. Заимствования бывают непосредственными (прямыми) и опосредствованными. Интернационализмы – это заимствования без изменений оригинального слова (фонетика, орфография и т.д.) или с незначительными трансформациями, не мешающими восприятию [Матвеева 2010: 107].

По способу заимствования выделяют семантические и лексические единицы. Семантические заимствования характеризуются появлением нового значения у уже имеющегося слова в языке-реципиенте под воздействием чужого языка. Лексические заимствования характеризуются полным переходом не только значения, но и формы слова (фонетикой, грамматикой и т.д.). Семантические заимствования часто обозначают при помощи термина «семантическая калька» [Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона 2003: 1508-1509].

Заимствованные слова используются для обозначения:

- явлений и понятий, заимствованных из другой культуры (новые явления, часто церковная лексика, латинские, древнегреческие слова);
- реалий чужих культур, например, это слова, не имеющие ранее аналогов в принимающем языке: вино, мисс, матрёшка и т.п. [Слюсаренко 2012: 45].

При описании элементов чужеродной культуры, используемые слова, то есть лексемы, ранее не употребляемые из-за отсутствия предметов и явлений в родном языке и культуре, могут называться «экзотизмами».

Классифицируя заимствования, некоторые исследователи указывают на неадаптированные единицы, которые называют «вкраплениями» из других языков. Чаще всего вкрапления сохраняют фонетику гостевого языка, однако на письме «искажаются» под влиянием принимающего языка [Ерофеева 1998: 56-57]. Именно такие лексические вкрапления, а также синтаксические единицы (словосочетания, предложения, комбинации предложений) следует отличать от собственно заимствований и описывать как кодовые переключения.

Американский лингвист К. Майерс-Скоттон предлагает разграничивать заимствования и кодовые переключения, используя понятие леммы как нефонетической части лексемы, содержащей информацию, предложенной Вилемом Левелтом [Levelt 1989: 6]. Заимствованиям всегда соответствует лемма ментального лексикона, которая уже закреплена в матричном языке, поэтому появляется в речи как единица не гостевого, а матричного языка. Кодовое переключение отсутствует в ментальном лексиконе носителей матричного языка, поэтому появляется в смешанном типе билингвального высказывания как единица гостевого языка, и при этом ее лемма дублирует лемму матричного языка. Высказывание с кодовым переключением – это всегда обязательное присутствие матричного и гостевого языков одновременно [Myers-Scotton 1993: 192].

Используя традиционную терминологию, можно утверждать, что заимствования являются единицами языка, а кодовые переключения – единицами речи. Заимствования входят в лексическую систему матричного языка, а кодовые переключения остаются за ее пределами и отражают особенности гостевого языка и его лексической системы.

Еще один критерий, который применяют при разграничении заимствований и кодовых переключений, это то, что первые используются не только билингвами, но и монолингвами, а вторые – обычно только билингвами. Кроме того, есть дополнительные критерии дифференциации: более частотное использование в речи заимствований, чем кодовых переключений, большая стабильность графического, фонетического и грамматического оформления у заимствований, чем у кодовых переключений.

В исследуемом материале мы отсеяли заимствования, исключив все лексемы, которые служат для обозначения новых понятий, и иноязычные слова, уже зафиксированные в словаре русского языка или хотя бы в словаре иностранных слов русского языка. Такие слова мы относим к заимствованиям, которые в материал исследования не включаем. Оставшиеся примеры мы исследовали как кодовые переключения. Следует отметить, что в Интернет-

мемах встречается большее количество кодовых переключений, чем заимствований, так как стиль Интернета относится к нестрогим стилям, и привлечение новых иностранных слов в медиатексты – явление частое и активное.

1.2. Аспекты изучения Интернет-коммуникации

В современной культуре большое внимание уделяется языку СМИ как одному из видов коммуникации [Алдашева 2013: 51]. В настоящий момент наиболее популярным ресурсом СМИ является Интернет, так как объединяет в себе большинство известных способов коммуникации (см. опрос в Приложении 3). Интернет-среда преобразуется в глобальное пространство, имеющее характеристики коммуникативного сообщества, которое служит основой для сети и многих других систем (протоколов, передачи данных и т.д.). Интернет-коммуникация может рассматриваться с двух сторон: с технологической (программное изучение, машинный анализ) и антропоцентрический (изучение коммуникации, социальных явлений) [Шилина 2012: 19].

Проблемами Интернет-коммуникации как новой среды существования языка на современном этапе развития занимаются и занимались отечественные и зарубежные учёные: Н. Баловсяк [Баловсяк 2010], Е. В. Волкова [Волкова 2007], Е. И. Горошко [Горошко 2006, 2007, 2008, 2009, 2012], А. Б. Долгин [Долгин 2010], М. С. Одинцова, Н. В. Антонова [Одинцова, Антонова 2010], Л. Ю. Щипицина [Щипицина 2010], К. Кроустон, М. Вильямс [Crowston, Williams 2000], С. Гунелиус [Gunelius 2010], Д. Гафэтчер [Huffacher 2004], А. Н. Маркхэм, Н. К. Байм [Markham, Baym 2009], Т. М. Паулюс [Paulus 2008], С. Р. Скотт [Scott 2007], Д. Слатер [Slater 2002], У. Шмитц [Schmitz 2004], С. Ф. Загер [Sager 1997], С. Ейтс [Yates 1996], П. Воллас [Wallace 2003], Я. Вагнер [Wagner 2002], Ш. Тёркл [Turkle 1995].

В современном информационном обществе практически все сферы профессиональной деятельности связаны с использованием Интернета. Социальные, лингвокультурные и межкультурные изменения после научно-

технической революции, безусловно, отражаются и на повседневной жизни людей разных возрастных групп. Поэтому столь важно попытаться осмыслить феномен межкультурного и межъязыкового общения в Интернете [Тихомирова 2017].

1.2.1. Специфика Интернет-коммуникации

Компьютеризация общества вызывает большой резонанс во всех сферах жизни человечества. Наиболее заметны изменения в социальных и лингвокультурных областях. В 21 веке, проявляясь уже на уровне повседневности, исследования Интернет-среды набирают актуальность, так как всё больше сфер переходят в виртуальную среду [Горошко 2009: 24].

Новое Интернет-пространство изменило коммуникативную среду множества людей [Самелюк 2006: 134]. Сам термин «Интернет-коммуникация» описывается с разных сторон, не существует единого подхода к определению этого понятия. Некоторые лингвисты говорят о том, что это опосредованная компьютерная коммуникация (И. Н. Розина, Л. Ю. Щипицина), другие называют Интернет-коммуникацию виртуальным дискурсом (Л. Ф. Компанцева, О. В. Лутовинова). Существует и мнение о том, что это просто электронное общение [Рязанцева 2007, Галичкина 2009].

И. Н. Розина, например, в своём исследовании пишет о том, что Интернет-коммуникация – это обмен электронными сообщениями для получения новых знаний и налаживания межкультурного контакта [Розина 2005: 32].

К отличительным особенностям Интернет-коммуникации можно отнести следующие характеристики, присущие в совокупности только данному виду общения: анонимность, виртуальность, гипертекстуальность, глобальность, креативность и разнородность [Горошко 2008; Литневская 2005, Бакланова 2005; Самелюк 2006].

Свойства Интернет-среды ранее характеризовали отсутствием невербальных компонентов, однако в последнее десятилетие при возможности

совершать видео-звонки, конференции и т.п. это мнение уже не соответствует действительности. Стоит отметить, что сохраняется тенденция к смягчению и размытию социальных норм и проектированию характерных только для Интернета языковых, культурных и социальных норм. Для Интернет-коммуникации характерна автоматизация всех процессов, использование различных баз данных, интерактивность, мультимедийность, пространственная и временная автономность, свобода контактов. Эмоциональная составляющая компьютерного общения затруднена, поэтому пользователи всегда стремятся восполнить это при помощи смайлов, эмоджи, мемов и т.д. [Дедова 2006: 172].

Со временем социальные границы Интернет-пространства пересматриваются и изменяются. На это влияет манипулятивность и анонимность сети. Общественное может стать личным, локальное превратиться в глобальное, своё может стать чужим и наоборот [Горошко 2009: 83].

Наиболее актуальной классификацией, основанной на количестве коммуникантов, является предложенное И. А. Быковым распределение по следующим типам: человек – компьютер, человек – человек, много людей – человек, человек – много людей, много людей – много людей [Быков 2006: 56].

В нашем диссертационном исследовании целесообразно говорить о двух типах Интернет-коммуникации: «один человек – много людей» и «много людей – много людей», так как создатели Интернет-мемов всегда рассчитывают на большую аудиторию, и при этом сами мемы имеют «вирусный» характер, т.е. распространяются с большой скоростью, охватывая тем самым огромные аудитории.

С. В. Бондаренко предлагает следующую классификацию, основанную на типе субъектов Интернет-коммуникации:

- реальный партнёр (человек) – реальный партнёр;
 - реальный партнёр – субъективированный партнёр (компьютер, почтовый робот и т.п.);
 - субъективированный партнёр – субъективированный партнёр
- [Бондаренко 2004: 198].

Среди типов связи в Интернет-коммуникации выделяют прочные (сильные) и поверхностные (слабые). В основном эти типы характеризуются продолжительностью коммуникации и частотой сетевых взаимоотношений [Войскунский: электронный ресурс].

Базируясь на социальной Интернет-среде, возникают новые парадигмы коммуникации, которые подразумевают разнообразные технические способы связи и новые контексты вербальных взаимоотношений [Горошко 2009]. Технически Интернет позволяет совмещать коммуникацию с автокоммуникацией. Сеть мгновенно реагирует на любые изменения и то, что реализуется обычно в разное время или требует разделения ролей, мгновенно становится доступным. На этапе передачи информации происходит и её качественное изменение, интерпретация [Остапенко 2004: 26].

Многие исследователи Интернет-среды говорят о том, что общение, изначально предполагаемое как межличностное (приватное), постепенно переходит в полихронический режим. В таком режиме доступ к сообщениям имеет либо ограниченное количество коммуникантов или же наоборот неограниченное количество, как современные блоги, форумы и т.п. [Горошко 2009].

Характерными особенностями Интернет-среды являются: неоднородность, доконструирование, иллюзия свободы, анонимность, вербальный характер, толерантность [Одинцова, Антонова 2010: 41-43].

Благодаря этим особенностям коммуникация в Интернете отличается от любого другого вида общения, так как анонимность и иллюзия свободы дают безграничные вербальные возможности пользователям. Несмотря на это конфликтность в Интернет-общении сведена лишь к небольшим словесным перепалкам, чаще всего пользователи комментируют чужие записи, критикуют их, однако до открытого конфликта чаще всего не доходят.

К тенденциям развития языковой среды Интернета относят:

- метаязыковую рефлексию;
- влияние языка Интернета на общее употребление;

- активное проникновение сленга и англицизмов;
- распространение разговорного стиля;
- стилистическая двойственность [Мечковская 2010: 485-513].

Тот новый стиль, который формируется в Интернет-среде, называют «Интернетстиль» или «стиль Интернет-общения». Об этом стиле свидетельствуют многие факторы, заметные даже рядовым пользователям, для которых не свойственна метаязыковая рефлексия и анализ языкового поведения других людей. К основным характеристикам Интернетстиля относят: комбинацию языковых стратегий, смешение стилей, функционирование Интернет-сленга (который часто переходит и в разговорную речь), развлекательный характер коммуникации, интертекстуальность и гипертекстуальность [Смирнов 2004: 19].

На становление стиля Интернета повлияла и новая для форма коммуникации – устно-письменная форма реализации языка. По способу восприятия – это визуальная речь, а с точки зрения структуры – устная.

Трансформации языка во всемирной сети настолько глубоки, что современная лингвистика признаёт новый электронный сетевой язык, или язык Интернета. Попадая в Интернет, язык изменяется на всех лингвистических уровнях. Например, когда в современной Интернет-среде появляются слова и выражения на олбанском языке, задействуются фонетический и морфологический уровни [Лутовинова 2009: 122]. Создание квазиграфических систем занимает в Интернете особое место. В последнее время это явление не столь активно, однако в 2000 года произошёл настоящий «бум» сокращений, создания новых пунктуационных правил, использование латиницы или цифр вместо кириллицы и т.д., например, «So4и», «ИМНО» и т.п. [Донскова: электронный ресурс]. Ещё одним показателем активных трансформаций является большое количество неологизмов и клише из английского языка.

В социолингвистическом аспекте крайне интересным представляется влияние Интернета на языковую личность. Например, лингвистами установлено, что пользователь может быть смелым и даже агрессивным в

Интернет-переписке и при этом скромным и вежливым в личном общении. Глобальная сеть способна влиять на личность и создавать альтер эго любого индивида.

Для изучения Интернета как феномена социальных наук в последнее время появились так называемые «Интернет-студии» - междисциплинарные области знаний, включающие в себя обязательный Интернет-контент. Многие учёные говорят о трансдисциплинарности данного знания, так как часто для решения общих глобальных проблем объединяются представители разных наук [Hunsinger 2005: 278].

Такой многоуровневый и междисциплинарный подход позволяет большему количеству людей понять принципы и законы функционирования Интернет-коммуникации не только на научном, но и на обыденном уровне.

1.2.2. Интернет как поликультурная среда

Идеи поликультурности имеют глубокие исторические корни. Теории развития личности в поликультурной среде рассматривались многими отечественными учёными [Борисенков 2004: 305]. В отечественной педагогике, особенно 60 и 70 годов большое внимание уделяется так называемому «поликультурному воспитанию». Оно включало в себя толерантное отношение к представителям различных стран и уважение к чужой культуре [Джуринский 2002: 94].

Поликультурность – сохранение и интеграция культурной самобытности личности в условиях многонационального общества, что позволяет формировать толерантные отношения между различными национальностями, воспитывать культуру межнационального общения [Матис 1999:15].

По мере развития транснационализации в современном обществе расширяются взаимосвязи между культурами различных народов. Поэтому именно сегодня особое внимание уделяется межкультурной коммуникации, регулирующей как взаимоотношения между странами, так и внутреннюю жизнь страны [Полуяхтова 2009: 181].

Интернет – это особая коммуникативная среда, которая является частным проявлением глобализации. В этой среде утверждаются современные принципы деятельности и жизни людей: интерактивные и виртуальные. Несмотря на полезные аспекты воздействия Интернета на культуру, стоит отметить и отрицательные факторы этого воздействия. Интернет порождает большое количество информации по проблемам ксенофобии, расизма, межнациональной розни. Создаются экстремистские сайты, посредством которых ведут пропаганду своей идеологии различные организации, в том числе и запрещённые. В связи с этим возникает необходимость обеспечить информационную безопасность человека, исключить из его поля зрения вредную и ненужную информацию [Ермолкин: электронный ресурс].

Интернет-коммуникация как поликультурная медиасреда имеет свои особенности:

- интерактивность;
- информативность,
- полиязычность;
- коммуникативность;
- актуальность.

Одной из главных характеристик Интернета считается его интерактивность, так как всемирная сеть включает в себя практически все сферы человеческой жизни, объединяет их и позволяет информации проникать повсюду. Любой человек может получить и опубликовать практически любую информацию.

Информативность можно приравнять к самому значению Интернет-среды, так как это его основное предназначение. На сегодняшний день существует более пятидесяти поисковых систем, благодаря которым стало возможным найти любой материал, имея хотя бы название или несколько кодовых слов. Навигация в Интернете становится более интуитивной, голосовые службы позволяют упростить поиск любой информации.

Так как Интернет является всемирной сетью, закономерной является и его полиязычность. При этом основным языком для межкультурного общения является английский: в онлайн-играх или международных блогах пользователи из разных стран решают общие проблемы с помощью английского языка или, если это сделать сложно, используют онлайн-переводчики. В реальной жизни коммуникации часто препятствует языковой барьер, однако в Интернете, где собеседники имеют определенный запас времени для обработки сообщения и отправки ответа, он становится менее заметным. Многие сайты имеют возможность переключения на другие языки, а многие браузеры поддерживают синхронный перевод страниц любого сайта.

Для Интернет-среды характерна прямая или многопользовательская коммуникация, имеющая безграничные возможности для межкультурного общения. Все высказывания в Интернете становятся доступными любому пользователю, если они опубликованы в социальных сетях, блогах, форумах, комментариях и т.д. В последнее время личные сообщения и переписка являются лишь дополнением к деятельности в Интернете. Люди из разных стран могут общаться не только по переписке, но и передавать друг другу голосовые сообщения и участвовать в видеоконференциях. Актуальность Интернета характеризуется понятием «режима реального времени». Стираются границы не только пространства, но и времени. Большая часть Интернета живёт по Гринвичу, но многие пользователи Интернета не привязаны ко времени, так как работают удалённо. Своевременность появления и распространения информации в Интернете одинакова в разных странах и часовых поясах [Полуяхтова 2009:181-182].

Благодаря этим свойствам Интернет является ведущим способом межкультурной коммуникации в 21 веке. В виртуальной реальности взаимосвязи между разными странами расширяются, а границы между ними размываются [Брейков 2000: 68].

Поликультурность Интернет-коммуникации подразумевает способность взаимодействия двух или нескольких культур одновременно в рамках той или

иной Интернет-среды. Из вышесказанного следует вывод о том, что именно полилингвальность и поликультурность Интернет-среды активизировала кодовые переключения в различных типах Интернет-коммуникации.

1.2.3 Поликодовый текст как часть Интернет-коммуникации

Большой части элементов Интернет-коммуникации свойственна поликодовость, или сочетание семиотически гетерогенных составляющих в одном графическом пространстве [Сонин 2005: 117]. Такое явление никогда не было широко представлено в традиционных видах письменной и разговорной речи. Интернет – это особая среда для развития поликодовых структур. Электронный текст в настоящее время соперничает с книжным, а по возможностям получения информации даже превосходит его, так как основой его часто является гипертекст.

Еще одной заметной особенностью Интернет-коммуникации является частое использование изображений. Изображение – это особая знаковая система, отличная от вербальной [Якобсон 1985: 327]. В Интернете изображения активно используются благодаря простому способу создания и тиражирования. Взаимодействуя с вербальными компонентами, изображения участвуют в создании поликодовых текстов.

Поликодовый текст представляет собой сообщение, закодированное одновременно вербальными и невербальными компонентами. При это вербальные компоненты могут быть представлены как одним, так и двумя и более языками. Отличительной чертой поликодового текста является взаимосвязь и взаимозависимость составляющих его компонентов, поэтому поликодовый текст представляет собой однородную структуру при его неоднородном содержании [Орлова 1998: 235].

Для данного исследования поликодовость Интернет-коммуникации выражается в сочетании двух или нескольких языков в пределах одного высказывания, т.е. наличием кодовых переключений. Интернет-коммуникация, сама по себе поликодовая, так как содержит множество вербальных и

невербальных компонентов, а кодовые переключения вносят свою специфику в эту поликодовость [Тихомирова 2018].

Кодовые переключения транслируются самим языком [Барт 1975: 114]. Описывая восприятие поликодового текста с кодовыми переключениями отмечают, что оно часто происходит с потерями, неполным усвоением информации [Сонин 2006: 65].

В исследованиях отечественных лингвистов для обозначения текстов с различными семиотическими элементами используются термины «поликодовый» и «креолизованный» [Анисимова 2003; Сорокин, Тарасов 1990]. А. Г. Сонин считает, что креолизация текстов, по сути, невозможна, так как все тексты изначально являются креолизованными [Сонин 2005: 128]. С этим можно не согласиться, если изучать Интернет-мемы, которые могут содержать только вербальные компоненты, а затем добавить к ним невербальные. Вербальный текст мема может не найти отклика у пользователей Интернета, а после добавления к нему кодов других семиотических систем (звук, видео, изображение) становится популярным. Креолизация в тексте расширяет количество функционирующих кодов.

Каждый поликодовый текст по своей сути является видеовербальным, поэтому по отношению к медиатекстам, функционирующим в сети Интернет или переданным с помощью электронных устройств, можно использовать термин «поликодовый». Значение такого текста складывается из собственно текстового сообщения, а также изобразительных, музыкальных и видеовербальных образов [Костомаров 2004: 25].

Для обозначения текстов, которые при их синсемантии образуются различными комбинациями элементов, А. А. Бернацкая использует термины «поликодовый» и «полисемический». В данном случае речь идёт о разнородных знаковых системах, которые в совокупности и составляют конечное сообщение [Бернацкая 2000].

Для восприятия и полного осмысления мема (например, видео-мема) необходимо использовать не только зрение, но одновременно несколько

органов чувств. Видео содержит в себе огромное количество конкретной информации, сообщение на экране одновременно визуализируется и аудиализируется. Авторы добиваются этого эффекта благодаря преувеличению или преуменьшению линейной перспективы, ускоряя или замедляя движение, выделяя или оттеняя объекты. Для описания одноминутного видеоряда автору понадобилось бы написать не менее страницы печатного текста [Тарковский 1993: 56].

Для поликодового текста обязательно присутствие вербальной составляющей, иначе такой текст нельзя считать поликодовым [Пойманова 1997]. Однако поликодовость может присутствовать и в рамках только вербального текста, например, если в нем есть кодовые переключения, когда в одном высказывании используются два или несколько языков.

Для нашего исследования наиболее важным понятием является именно «кодовое переключение» внутри уже поликодового текста. Поэтому можно сказать, что в исследуемом материале одновременно присутствует невербальная и вербальная поликодовость.

1.3. Характеристика Рунета

Интернет предоставляет доступ к информации любому пользователю [Абрамович 1989: 86]. Каждая страна имеет свой домен и свою локальную часть Интернета.

По данным Всемирного экономического форума, Россия занимает 70 место в мире по использованию информационных технологий [Данные всемирного экономического форума 2017: электронный ресурс].

Новые возможности взаимодействия в коммуникативном пространстве Интернета задают новые стандарты сетевого общения. Наиболее распространенной становится модель коммуникации «все для всех», которая позволяет каждому пользователю Сети начать коммуникацию или стать участником уже сложившихся контактов [Атягина 2014: 3]. Потребность в практически мгновенном обмене информацией оказывает влияние на

существующие дискурсивные практики и вызывает к жизни новые, отличные от прежних. К их числу относятся и локальные социальные сети: В контакте, Одноклассники и т.п., которые были созданы и реализуются в рамках русскоязычной Интернет-среды.

Название русскоязычного Интернета – «Рунет» (ru – код Российской Федерации + англ. net – сеть) вошло в употребление стихийно в конце 1990-х годов: в круг своего Интернет-общения этот термин ввёл Раффи Асланбеков, а далее его начали использовать повсеместно [Рунет: электронный ресурс].

Рунет – часть глобальной сети Интернет с русскоязычным контентом. Этот термин используется для общего обозначения домена «ru». Однако по данному признаку невозможно отделить исключительно русскоязычные сайты, так как их домены могут находиться вне России, и при этом ей фактически принадлежать.

К Рунету можно отнести сайты, веб-страницы, мессенджеры, блоги, социальные сети, созданные и функционирующие на русском языке, однако для иноязычных пользователей всегда существует варианты на разных языках или как минимум на английском. Отличительной чертой Рунета можно считать русскоязычный контент и русскоязычных пользователей.

За достижения в области развития русскоязычной сети в Москве ежегодно вручается «Премия Рунета». В 2014 году она приобрела статус государственной премии [Рунет: электронный ресурс].

Рунет функционирует в разных странах, но в большей степени в России, Белоруссии и Украине. Согласно данным 2018 года, русский язык помимо Рунета используют 6,8 % Интернет-сайтов. По популярности в Интернете с 2013 года русский язык считается вторым после английского (51,3%) [and Market Share of Content Languages for Websites, February 2018: электронный ресурс].

На данный момент почти все сайты имеют возможность переключения на русский язык, особенно страны СНГ [Рунет: электронный ресурс]. Этот процесс автоматизирован, упрощён и по этой причине популярен.

К Рунету относят все изначально русскоязычные сайты, однако сюда можно отнести и русскоязычные мессенджеры, электронные почты, блоги и т.д.

Не существует чётких критериев разграничения Интернета и Рунета, однако неформально это русскоязычные сайты, функционирующие на территории Российской Федерации. С технической точки зрения Рунет можно характеризовать и обозначить через раскладку «кириллица» [Рунет: электронный ресурс].

Изначально в России общение в глобальной сети проходило на английском языке из-за проблем с настройкой или отсутствия единой кодировки. Ближе к 1990-м годам пользователи стали использовать транслит и писать по-русски на английской раскладке (кириллицей), например, «po4emu», «ya», «как dela» и т.п. После 1991 года Макинтош ввел единую кодировку, стали популярны операционные системы Windows [Papert 1996: 19].

20 лет назад учёные впервые заговорили о новом языке Интернета, который в большей степени является письменным, однако по своей структуре обладает характеристиками устного [Кронгауз 2007: 238]. В последнее время появился и устный язык Интернет-общения, характерный для звонков и конференций в режиме онлайн, но письменный язык Рунета более распространён и отличается от других стилей общения.

В научной литературе нет специализированного и общепринятого термина для обозначения стиля Интернет-коммуникации, однако определение «Интернетстиль» является аналогичным другим функциональным стилям, где название дублирует сферу функционирования.

В Рунете в равной степени реализуются все известные функциональные стили и их комбинации, но возникает и новый стиль Интернет-среды, связанный со спецификой такого вида общения и реализующий возможности гипертекста и интерактивность.

Интернетстиль функционирует не только в рамках глобальной сети, он проник в повседневное общение, публицистику, рекламу и даже в художественную литературу. Ближе всего к нему по характеристикам

разговорный стиль общения, так как в Интернет-переписке часто участвуют с целью познакомиться, завязать общение, развлечься и т.д. В связи с этим Интернетстилю свойственны максимальная простота, краткость, образность и эмоциональность [Шарафадина 2016: 50].

Интернетстилю присущи также особые синтаксические и лексические характеристики. Наряду с использованием литературной и нелитературной лексики в Интернетстиле много неологизмов (Интернет-новояз) и профессионализмов. В Интернете распространены неполные предложения, порядок слов достаточно свободный, редко используются сложные предложения. Все это свидетельствует об упрощении языка общения в рамках Рунета.

Средства художественной выразительности Интернетстиля довольно специфичны: вместо жестов или интонации, характерных для устной формы речи используются эмоджи, гифки, смайлы. В общении также используются фото, картинки, скриншоты, короткие видео, которые помогают выразить эмоциональность. Особое место среди этих средств выразительности занимают мемы.

1.4. Особенности Интернет-мема

Интернет-мемы можно считать одним из специфических феноменов, который в последние годы используется в Интернете все активнее [Тихомирова 2017]. Мемы считают популярными 97% респондентов, а 91% из них активно используют их в своих социальных сетях (см. результаты опроса в Приложении 3).

На ранней стадии развития Интернета контент был в основном распространен по электронной почте или дискуссионным сообществам «Usenet». Сайты и группы новостей также были популярны, потому что они позволяли пользователям обмениваться мемами с различными пользователями Интернета. Кроме того, пользователи активно продвигают обмен мемами в сообществе или группах новостей, обращаясь к отзывам, комментариям,

мнениям и т. д. Этот формат дал начало первым Интернет-мемам [Marshall: электронный ресурс].

Мем описывается с помощью разнообразных подходов, так как этой темой занимаются психологи, культурологи, философы, специалисты по связям с общественностью и специалисты других направлений, так или иначе связанные с коммуникациями.

Термин «мем» является транслитерацией английского слова «meme». Согласно одной из точек зрения, это слово образовано от английского «memento», однако подтверждений этому нет.

Основная характеристика мема – это способность к быстрому распространению: мемы в виде фраз, картинок или видео с большой скоростью тиражируются посредством Интернета [Ксенофонтова 2009: 287].

Первым этот термин использует Докинз, он предлагает и концепцию репликаторов скульптурных процессов. Для него мем – это идея или образ, проникающий во многие сферы жизни. Изначально этот термин передавался по-русски как «мим». Мим – это мелодия, модные слова, идеи, способы сооружения арок и варки похлёбки. Аналогично размножению генов в генофонде мемы распространяются из одного сознания в другое с помощью имитации [Докинз 1993: 189]. Данная теория была описана в его книге «Расширенный фенотип».

В 2018-2019 годах значение этого термина немного изменилось, мем приобрёл характеристику явления глобальной постмодернистской культуры. Актуальными становятся мемы в форматах видеороликов и фотомонтажа [Савицкая: электронный ресурс].

В книге 2003 года «Медиавирус» Интернет-мемы рассматриваются с точки зрения их способности тиражироваться, распространяться любыми возможными способами при помощи СМИ. При этом отмечается, что они оказывают большое социальное и культурное влияние на все сферы жизни человека. В качестве примеров приводятся мемы в поддержку политических деятелей, влияющих на общие настроения электората [Рашкофф 2003].

Ричард Броуди говорит о том, что мем – это коллективная идея в форме запоминающегося и яркого образа. Он тиражируется при помощи своих же физических проявлений [Броуди 2002: 70].

В 2010-2013 годы Интернет-мемами стали называть отдельный тип самих Интернет-мемов. В традиционном широком понимании Интернет-мем – комплексный феномен Интернет-коммуникации, представляющий собой целостную, завершенную единицу, с текстом и картинкой в квадратной рамке [Канашина 2013: 278]. В нашем диссертационном исследовании в качестве примеров выступают Интернет-мемы в виде изображений с текстом.

Медиатексты искажают или меняют контекст исходных сообщений, не стремясь ни к дословному воспроизведению, ни к репродукции. Мемы «рождаются» внезапно, часто без осмысления. Существование их в Интернет-среде креативно, мем может видоизмениться много раз, перед тем как стать популярным или наоборот «выстрелить» с первой попытки. Если сравнивать мем Докинза и Интернет-мем, то в первую очередь стоит рассмотреть технологический прогресс, который охватывает более трех десятилетий и говорить о полном сходстве мема и Интернет-мема уже не приходится [Кронгауз 2007: 239].

В данном исследовании под мемом мы понимаем более узкую его характеристику – это изображение с текстом, набравшее наибольшую популярность среди пользователей Интернета в отличие от других жанров Интернет-коммуникации (см. результаты опроса в Приложении 3).

Только та информация, которая вызывает эмоциональный отклик, порождает ассоциации, бесконтрольно и спонтанно набирает популярность среди Интернет-пользователей. Поэтому местами возникновения Интернет-мемов чаще всего становятся чаты, блоги, форумы, сообщества в социальных сетях и т.п.

Мемы могут отличаться разной степенью локальности. Пользователь, не относящийся к целевой аудитории мема, скорее всего, не поймет его при первом знакомстве, и, соответственно, смеховая реакция у него не возникнет.

Мемы могут иметь разные источники: фильмы (Это Спарта!), предмет искусства (Джоконда), новости в СМИ (иранские ракеты), обычный комментарий (+100500) и т.д.

Так как Интернет-мемы являются разновидностью прецедентных феноменов, они сохраняют в себе информацию о тексте-первоисточнике, культурном феномене, информационном ресурсе или историческом событии, которые способствовали созданию мема. Читатель вкладывает в них свои смыслы, понимает или не понимает заложенное в них сообщение, а от этого напрямую зависит эффективность коммуникации.

Когда пользователь видит популярный Интернет-мем впервые, он обязательно обращает внимание на его оригинальность и остроумие. Привлекающим фактором в Интернет-меме может служить необычная обстановка использования (неформальный мем на официальном мероприятии), особый стиль или манера. Иногда может возникнуть неприятное чувство, что ты не знаешь чего-то общеизвестного, на чем основан мем. Пользователь при знакомстве с мемом обращает внимание в первую очередь на внешнюю форму и только потом на его смысл, поэтому авторы часто делают мемы яркими, необычными, используют краткие и ёмкие фразы.

В большинстве случаев медиатексты функционируют на сайтах, блогах, мессенджерах и в социальных сетях, популярных среди пользователей молодого возраста (см. Приложение 3). Многие мемы имеют отпечаток молодёжной субкультуры, актуального юмора, современных течений, специфических неконформистских направлений современной культуры.

Мы рассматриваем мем как одновременное функционирование вербальных и невербальных компонентов в рамках одного Интернет-изображения, распространяемого в сети.

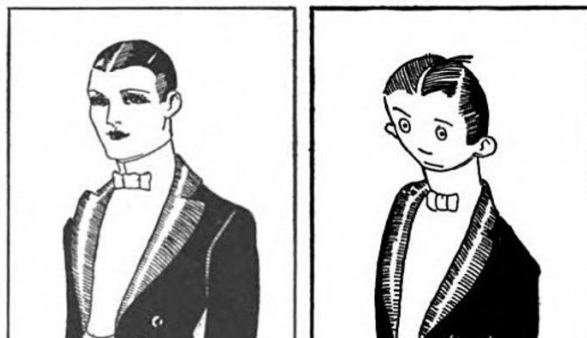
Интернет-мемы, вопросы их истории, развития, популяризации изучаются в рамках двух научных направлений – «меметики» и «мемологии».

Меметика – это схожая по принципу с генетикой наука, изучающая мемы с точки зрения их зарождения, функционирования, предложенная биологом

Ричардом Докинзом в книге «Эгоистичный ген» (1976). Приверженцы меметики описывают эту науку как подход к эволюционным моделям передачи культурной информации на основе концепции мемов [Burman 2012].

Мемология – это термин, не имеющий научного признания и созданный самими Интернет-пользователями для описания истории и значения мемов. Концепции мемологии можно найти на следующих сайтах и в сообществах: «Луркморье», «Memepedia», «History of memes» и др. Мемология рассматривает исключительно популярные прецедентные мемы. Меметика изучает все мемы, независимо от количества их цитирования и рассматривает их как медиавирусы, которые на раннем этапе их появления были редким явлением.

Медиавирусы, о которых ещё в 1970-е годы писал Ричард Докинз [Докинз 1993], появились в англоязычных странах с приобретением популярности среди простых пользователей. Точных сведений о том, каким именно был первый Интернет-мем, не существует. Есть несколько теорий, которые развивают и популяризуют сами пользователи. По одной из версий это был мем-изображение «Ожидание-реальность», появившийся в 90-е годы 20 века в Америке.



По другой версии это был видео-мем танцующего ребёнка под песню «Hooked on a Feeling» шведской рок-группы «Blue Swede», который получил популярность из-за массовой рассылки по электронной почте создателем из США в 1996 году.

Первым в истории Рунета был мем «преведмедвед» в 2006 году. Медиатекст быстро набрал популярность и стал тиражироваться всеми

возможными способами. Позже он цитировался и вне Интернет-коммуникации, так как стал вирусным и для разговорной речи.



Изначально Интернет-мемы были примитивными и имели одно изображение и короткую надпись (зачастую на одном языке). Уже с 2007 года стали набирать популярность так называемые комиксы и герои этих комиксов. Наиболее популярными стали изображения выражений лица «not bad», «o.k.», «forever alone», «poker face» и т.п. Они же являются одними из первых примеров мемов с кодовыми переключениями, так как само изображение лица и фраза на английском языке иногда сопровождалась историей на русском (матричном языке).



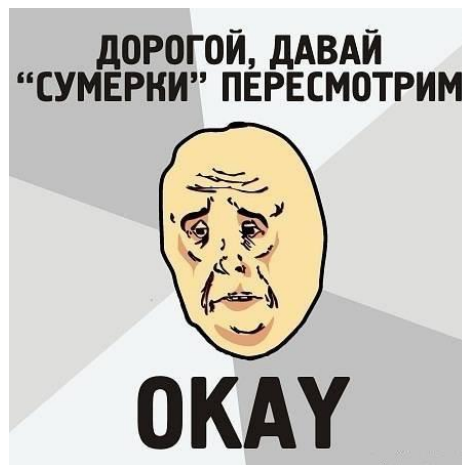
Языковой материал (655)¹

Далее появились новые типы мемов: демотиваторы (2010 г.), весёлые открытки (2012 г.), шаблоны (2014 г.), порошки и пирожки (2015 г.). Постепенно типов Интернет-мемов становится больше, а многие из первых

¹ Здесь и далее примеры мемов снабжаются указанием на их номер в Приложении 2, где размещен весь материал исследования в уменьшенном формате.

исчезают из сети, так как их вытесняют новые и более популярные. Например, в 2019 году наиболее популярными были пародии на фильмы, книги, персонажи.

Материалом для нашего исследования послужили примеры Интернет-мемов, собранные с 2009 по 2019 годы, что позволяет сделать некоторые выводы об истории и развитии Интернет-мемов с кодовыми переключениями. Невербальные компоненты Интернет-мемов с 2009 по 2011 годы изменились и стали более реалистичными. Например, изначально использовались вымышленные персонажи и нарисованные события, на данный момент превалируют Интернет-мемы с фотографией или скриншотом, изображающими реальных людей, так как реальные события и факты кажутся читателям наиболее интересными. В 2009-2011 годах были популярны Интернет-мемы, в которых изображение имело больше смысла, чем фраза, так как эти изображения были узнаваемы и любимы пользователями.



Языковой материал (644)

Интернет-мем (644) был создан в 2010 году и был популярен в течение нескольких лет, так как в видеопрокат вышла сага «Сумерки» по одноимённому роману Стефани Майер. Без невербального компонента (изображение лица) мем не был бы понятен читателю и не создал бы юмористический эффект.

Начиная с 2015 года Интернет-мемы с кодовыми переключениями стали более сложными, значимость приобретает именно вербальный компонент

Интернет-мема. Кодовое переключение может употребляться без изображений, не теряя при этом значения.



Языковой материал (330)

Данный Интернет-мем появился в 2016 году и является популярным до сих пор, иногда встречается данная фраза на белом фоне, т.е. основную смысловую нагрузку несёт вербальный компонент мема, а невербальный лишь дополняет его. По сравнению с первыми Интернет-мемами с кодовыми переключениями современные примеры являются более сложными по своей структуре, так как представляют собой внутрифразовые кодовые переключения с элементами межъязыковой игры (рифма «rain» – «rain»). Следует отметить, что кодовые переключения внутри одного слова или смешение кодов получили своё начало и развитие в более поздний период. Первые примеры нами были выявлены в 2014 году и со временем процент мемов с данным видом переключений кодов возрастает. Со временем Интернет-мемы начинают реализовывать и новые прагматические функции, например, обучающую, целью которых является помощь в изучении иностранных языков.

Сложно спрогнозировать, какие именно мемы станут или становятся популярными. Так, например, демотиваторы как тип Интернет-мемов практически полностью исчезли из Рунета, а комиксы стали крайне редкими. Наиболее активными на протяжении длительного времени остаются Интернет-мемы, не привязанные к событиям современности. Такие мемы набирают популярность так же быстро, как и теряют ее, они имеют простую невербальную структуру и сложную многоуровневую вербальную структуру.

Важным фактором повышенной активности мема, наблюдаемого через Интернет, является его интерактивный характер. Печатные материалы, радио и телевидение – это пассивные способы передачи информации, требующие, чтобы читатель, слушатель или зритель выполняли ее когнитивную обработку. Социальный характер Интернета позволяет таким явлениям как мем легче распространяться – с помощью веб-поисковых систем, Интернет-форумов, службы социальных сетей, сайты социальных новостей и услуги видеохостинга. Большая часть возможностей Интернета помогает распространять информацию в результатах поиска через системы, что позволяет пользователям находить мемы, даже если они не имеют о них полной информации.

Таким образом, можно утверждать, что мемы со временем изменяются быстро и достаточно сильно, становясь все более ёмкими и красочными. На популярность определённых видов мемов влияет мода, социальные явления, политические события и т.д. Поэтому невозможно спрогнозировать, какие мемы станут популярными и будут тиражироваться более активно, а какие не смогут «прожить» и дня.

1.5. Кодовые переключения как проявление лингвокреативности авторов Интернет-мемов

Необычное использование языковых единиц всегда привлекало внимание не только лингвистов, но и обычных людей, которые сталкиваются с явлениями лингвокреативности в повседневной жизни: при общении, чтении книг, просмотре новостей или развлекательного контента и т.п.

Изучение индивидуального компонента речи – это одно из самых актуальных явлений в современной лингвистике. «Человек – центральная фигура языка и как лицо говорящее, и как главное действующее лицо мира, о котором он говорит» [Золотова 2002: 5].

Лингвокреативное мышление тесно связано с языковыми возможностями. Часто обозначения новых понятий нуждаются в активном процессе словотворчества: фонетическом, морфологическом, лексическом.

Лингвокреативность индивиды проявляют в поиске свежих комбинаций и новых элементов языка [Шамов 2014: 59-60].

Особенностью лингвокреативного мышления называют процесс порождения речи, выраженный в выборе подходящего слова. Лингвокреативность является функцией мозговой деятельности, в которой участвует словарный запас, память и интеллект определённой личности [Голованова 2015: 54-57].

Многие науки обращаются к фактору игры, и это особенно актуально для лингвистики. С точки зрения социологии игра – это процесс, возникший изначально в американской традиции. Социологи Дж. Мида и Э. Гофман исследовали игровые роли, присущие человеку в социуме. А Э. Берн в своей книге «Игры, в которые играют люди» рассматривает игру как психологический процесс [Куманицина 2006: 37].

Термин языковая игра (нем. Sprachspiel) впервые ввёл Людвиг Витгенштейн («Философские исследования», 1945) [Витгенштейн 1994]. Языковая игра представляет собой наличие нескольких смыслов и выражение их через средства художественной изобразительности.

Языковая игра представляет собой вид речевого поведения, в основе которого лежит способность осознанного нарушения речевых норм. Показательным в данных деструкциях является появление дополнительных значений или экспрессивной окраски, часто с юмористическим эффектом, целью которых является дополнительное воздействие на читателя или собеседника [Кожина 2003: 43].

Языковая игра – это необычное функционирование языка, словотворчество, ориентированное на дополнительные смыслы и неограниченные возможности языка [Норман 1991: 168]. Элементы игры встречаются при нестандартном использовании языковых средств часто в целях «удивить» собеседника и вызвать положительную реакцию. Однако бывают случаи, когда языковую игру используют для собственного удовольствия [Тимофеева 2006].

Ф. Г. Юнгер в своих работах определяет несколько родов игр, основанных на удаче, искусной игре или пародии.

Первая разновидность игр построена на подогреваемом интересе игрока, на азарте, риске, постоянном напряжении. В таком случае чаще люди полагаются на случай, удачу, нежели на умения и навыки, которые могут не привести к ожидаемому результату. Например, это карточные игры «Покер», «Пасьянс», жребий и т.д.

Вторым родом игр Ф. Г. Юнгер считает противопоставление, как контраст первому роду, в таких играх отсутствует риск, угроза жизни и т.п. Это могут быть спортивные, настольные, интеллектуальные игры, которые рассчитаны на выигрыш более подготовленного и умелого игрока. Примером могут служить аркады, стратегии и т.д.

По мнению Ф. Г. Юнгера, третий род игр – подражание, это и есть самая настоящая игра, как и роль актера, она заставляет игрока вжиться в другие обстоятельства и имитировать иную действительность [Юнгер 2012: 46].

Элементами игры может быть любой продукт подражания: личность, игрушка, музыка и т.п. Игры у взрослых не менее популярны, чем игры у детей [Демурова 1979: 76]. Однако взрослые игры часто имеют более глубокий смысл и долгосрочные результаты, а дети часто играют бессознательно, не преследуя никаких целей. Взрослые же включаются в игру зачастую ради определённых результатов, но это не исключает спонтанной игры.

Своего рода игру представляет собой нонсенс. Нонсенс описывается Зигмундом Фрейдом как аномалия логики, так называемый уход от реальности и отхождение от правил [Колонезе 2007]. На основе нонсенса функционирует и так называемая «пирожковая поэзия». «Пирожки» придумали на просторах Рунета в 2003 году, а авторство приписывают пользователю под ником «allcogol». Он и создал этот малый поэтический Интернет-жанр в виде шести рифмующихся строф. «Порошки» – это отдельный вид «пирожков», отличающийся отсутствием рифмы.

В. З. Санников исследует языковую игру с различных точек зрения: цели использования, формирование явления и реализация на различных уровнях языковой системы.

Он определяет языковую игру как часть каламбурии – вида лингвистического эксперимента, а также его поэтапного рассмотрения – на фонетическом, лексическом, синтаксическом, семантическом и прагматическом уровнях [Санников 2012].

В работе «Русский язык в зеркале языковой игры» впервые были четко разграничены случаи намеренного использования тропических и фигуральных возможностей языка (языковой игры со строевыми единицами и моделями языка и ситуативных шуток, строящихся на юмористическом обыгрывании жизненных ситуаций). Под ситуативно обусловленными шутками имеются в виду именно предметные, которые нельзя смешивать с собственно языковыми шутками.

Следует отметить, что феномен языковой игры охватывает большое количество сфер жизнедеятельности человека. Яркие и запоминающиеся заголовки газетных статей с элементами языковой игры повышают заинтересованность потенциальных покупателей, языковая игра в литературном произведении захватывает читателя и делает книгу или писателя популярным, человек, использующий нестандартные фразы в речи, интересен и привлекателен для собеседника.

Различные виды тропов используются для создания языковой игры не только в художественном стиле, но и в публицистическом и разговорном. Языковая игра преимущественно имеет комическую направленность. Это изначально может быть шутка, ироническое высказывание, острота, каламбур и т.п. Эпитеты, фразеологизмы, метафоры позволяют сделать выражение или фразу с элементами языковой игры более выразительными и экспрессивным [Земская, Китайгородская 2004: 167-190].

Для нашего диссертационного исследования важно сформулировать определение «межъязыковой игры». Под данным термином мы понимаем вид

речевого поведения, в основе которого лежит способность осознанного нарушения речевых норм двух или более языков. Показательным в данных деструкциях является появление дополнительных значений или экспрессивной окраски, часто с юмористическим эффектом, целью которых является дополнительное воздействие на читателя или собеседника. Межъязыковая игра – это основной механизм проявления лингвокреативности в Интернет-мемах.

Любой объект в Интернете может быть осмеян и стать комичным. Межъязыковая игра часто сопровождает явления чужой культуры и реализацией иронии. Автор Интернет-мема стремится к оригинальности и высокой оценке читателей, которая выражается в количестве просмотров, лайков, рекомендации и подписках. Необходимо отметить, что традиционно большинство мемов не имеют подписи автора, поэтому лингвокреативность авторов возможно оценить исключительно в совокупности (см. результаты опроса в Приложении 3).

Функционирование межъязыковой игры способствует выраженному стилистическому эффекту и воздействию на адресата. В медиатекстах с кодовыми переключениями межъязыковая игра является одним из механизмов создания комического эффекта.

1.6 Выводы по главе 1

Систематизация зарубежных и отечественных концепций по проблемам кодовых переключений и Интернет-мемов позволил консолидировать понятийно-терминологический аппарат исследования и провести ряд обобщений, на которые мы будем опираться при исследовании нашего материала.

Билингвизм представляет собой практику попеременного использования в речи единиц двух или более языков.

Кодовое переключение – переход с одного языка на другой в устной или письменной коммуникации.

Среди кодовых переключений выделяются следующие типы: морфемные, внутрифразовые, межфразовые и выбор кода.

Внутрифразовые делятся на следующие виды:

- а) кодовые переключения как составные части сложного предложения,
- б) кодовые переключения в пределах простого предложения или словосочетания.

Последний вид кодовых переключений подразделяют на два подвида:

- а) вкрапления,
- б) островные переключения.

Вкрапления могут быть представлены:

- а) собственно вкраплениями,
- б) пиджинизированными вкраплениями,
- в) голыми формами.

Реализация прагматических функций кодовых переключений зависит от мотивов общения и параметров коммуникации, наиболее значимым из которых является коммуникант. В разных ситуациях общения значимыми могут быть разные характеристики, которыми обладает говорящий.

Вслед за отечественным лингвистом Г. Н. Чиршевой мы выделяем следующие прагматические функции кодовых переключений:

- адресатная;
- воздействия;
- декоративная;
- металингвистическая;
- предметно-тематическая;
- самоидентификации;
- фатическая;
- цитатная;
- эзотерическая;
- экономии языковых средств;
- эмоциональная;

- эмфатическая;
- юмористическая.

Одной из дискуссионных проблем контактной лингвистики является дифференциация заимствований и кодовых переключений. Заимствования отличаются от кодового переключения по комплексу критериев:

- а) частотности использования в целом и частотности использования монолингвами и билингвами;
- б) способности обозначать новые понятия;
- в) наличие синонимов в принимающем языке;
- г) закреплением слова или словосочетания в лексической системе принимающего языка и фиксацией его в словаре;
- д) стабильностью/нестабильностью фонетического, графического, морфологического оформления слова в новом для него языке;
- е) степенью ассимиляции на разных языковых уровнях.

По всем указанным и ряду дополнительных критериев заимствования и кодовые переключения соотносятся как единицы языка и речи. В нашем исследовании мы анализируем только кодовые переключения.

Использование кодовых переключений в мемах связано с проявлением лингвокреативности. Лингвокреативностью называется возможность образовывать новые языковые единицы и/или творчески преобразовывать значения уже существующих единиц. Одно из проявлений лингвокреативности – языковая игра, часто создаваемая в Интернет-мемах.

С ростом повсеместной интернетизации общества характерной чертой Интернет-коммуникации является межкультурное и межъязыковое общение, которое стимулирует активность использования кодовых переключений. Вслед за Розиной И.Н. мы будем понимать Интернет-коммуникацию как способ передачи электронных сообщений с целью усвоения знаний в различных сферах и культурах, повышения уровня межкультурного взаимопонимания.

Мем – это единица культурной информации. В данном исследовании под мемом мы понимаем его узкую характеристику – это изображение с текстом,

набравшее наибольшую популярность среди пользователей Интернета в отличие от других типов Интернет-коммуникации. Для Интернет-мемов характерен стиль общения, приближенный к разговорному стилю, хотя и в письменной форме реализации. Помимо сленга, жаргонов и других единиц с этико-стилистической сниженностью в мемах часто используются и кодовые переключения.

Проникновению в Интернет-мемы кодовых переключений из Интернет-общения способствует быстрое тиражирование мемов в социальных сетях, блогах, каналах. Некоторые кодовые переключения возникают исключительно в самих мемах.

Материал нашего исследования извлечен с сайтов Рунета, который является русскоязычной разновидностью Интернет-среды. Все сайты Рунета – русскоязычные, их пользователи – жители России и зарубежные русскоязычные Интернет-пользователи, и коммуникация ведется в основном на русском языке. Поэтому в русскоязычной Интернет-среде популярны Интернет-мемы, в которых матричным языком чаще всего является русский.

В следующей главе данной работы мы проанализируем специфику функционирования кодовых переключений в Интернет-мемах, которые зафиксированы на сайтах Рунета.

ГЛАВА 2. СТРУКТУРНЫЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОДОВЫХ ПЕРЕКЛЮЧЕНИЙ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

В главе 2 мы рассмотрим кодовые переключения, встречающиеся в Интернет-мемах, по следующим параметрам:

- статусно-ролевые характеристики взаимодействующих языков, соотношение гостевых языков,
- структурные характеристики кодовых переключений,
- прагматические функции кодовых переключений,
- специфику межъязыковой игры, создаваемой кодовыми переключениями в Интернет-мемах.

Исследование всех указанных характеристик проводится с учетом специфики Интернет-коммуникации и особенностей разных типов мемов, в которых функционируют кодовые переключения.

Для отбора материала исследования в период с 2013 по 2019 годы было рассмотрено более 5 тысяч Интернет-мемов, что потребовало провести более 100 часов сессий в Интернете. Частотность появления Интернет-мемов с иноязычной лексикой в ленте новостей социальных сетей и на страницах развлекательных сайтов высока. Среди общего количества иноязычной лексики в текстах Интернет-мемов 36 % приходится на заимствования и 64 % на кодовые переключения. Заимствования были отсеяны на этапе выборки материала исследования. Среди кодовых переключений наименьшими единицами выступают морфемы, наиболее крупными – группы предложений.

Материалом исследования послужили 670 примеров Интернет-мемов с 7 Интернет-сайтов:

- <http://1001mem.ru/>;
- <http://www.4chan.org/>;
- <http://bashorg.org/>;
- www.facebook.com/;
- <http://picabu.ru/>;

- <http://lurkmore.to/>;

- <http://vk.com/>.

2.1. Статусно-ролевые характеристики взаимодействующих языков

Поскольку мемы извлекались с русскоязычных сайтов, в большинстве случаев (94 %) матричным языком является русский язык. Матричный язык чаще всего совпадает с родным языком говорящего (в нашем случае создателя Интернет-мема). Это вполне ожидаемо, поскольку с помощью матричного языка создается морфосинтаксическая рамка предложения, а лучше усвоенный язык позволяет построить ее быстрее и корректнее. Кроме того создатель Интернет-мема ориентируется в первую очередь на русскоязычного читателя.

Тем не менее, в 6 % примеров русскоязычный вербальный материал представлен не был, поскольку эти Интернет-мемы перешли на русскоязычные сайты из других стран и иноязычных культур. Проследить, где именно были созданы данные мемы, достаточно сложно, но большинство из них впервые для русскоязычной публики были представлены в Интернет-мема социальной сети «Facebook».

Изначально «Facebook» был доступен лишь студентам Гарвардского университета, поскольку создавался в 2004 г. как студенческий чат для обмена информацией. Однако уже в 2006 г. этот сайт стал доступен всем желающим, которые достигли 16 лет и зарегистрировались при помощи электронной почты или номера телефона. В России этот сайт стал популярен с 2007 года. Сейчас социальная сеть «Facebook» является многоязычной. Наиболее активными ее пользователями являются жители США и Великобритании.

Интернет-мемы, в которых кодовые переключения имеют в качестве матричного английский язык, вероятно, были созданы англоязычными пользователями Интернета, а затем были перенесены в Рунет многоязычными пользователями без перевода и дополнительных пояснений на русском языке. В основном это медиатексты, в которых сравнивается звучание или написание слов на разных языках мира (См. Приложение 1, *Языковой материал 142, 235,*

312, 487). Скорее всего, они не были переведены на русский язык из-за наличия поясняющих изображений и простого содержания.

Примеры Интернет-мемов с английским языком в качестве матричного:



(531)



(535)

different languages



pikabu.com

(534)

Наиболее интересными примерами данной группы являются обучающие медиатексты с элементами арабского языка и пояснением на английском языке. Создатели данных мемов предлагают интересную технику запоминания арабских символов через изображения животных, растений и продуктов питания, которые они дополняют английским переводом.

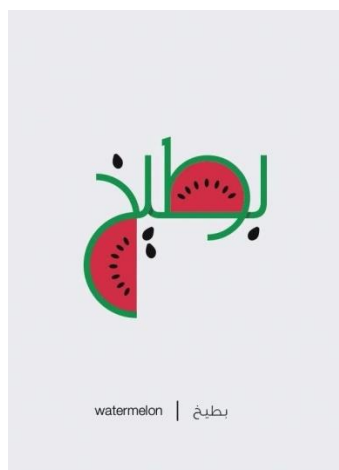


(139)



Coffee | قهوة

(147)



watermelon | بطيخ

(145)

В большинстве кодовых переключений гостевые языки относятся к индоевропейской семье: английский, белорусский, голландский, датский, ирландский, испанский, итальянский, латинский, немецкий, польский, португальский, румынский, украинский, финский, французский.

Единичными были случаи единиц из гостевых языков из следующих семей: афразийской (арабский), финно-угорской (финский), син-тибетской (китайский), японо-рюкской (японский).

Следует отметить тенденцию к расширению количества гостевых языков в кодовых переключениях: в 2013-2014 гг. были выявлены лишь 5 языков: английский, немецкий, французский, испанский и итальянский языки. А к

периоду окончания сбора материала в 2019 г. Интернет-мемы с кодовыми переключениями в рамках Рунета содержат уже 19 гостевых языков.

Наиболее частотным гостевым языком в Интернет-мемах остается английский, так как он изучается как первый иностранный язык, навыками которого владеют почти все пользователи Интернета. Язык программирования и компьютерный язык содержит большое количество слов иностранного происхождения, в частности английского, так как компьютер и Интернет впервые были созданы в США. На сегодняшний день самыми активными пользователями Интернета является молодёжь, в сленге которой достаточно много единиц из английского языка, что и отражается в Интернет-мемах.

В исследованном материале было выявлено 543 примера Интернет-мемов, где использовались кодовые переключения на английский язык. Это составляет 81% от их общего количества.

Примеры кодовых переключений на английский язык:



(448)



(576)



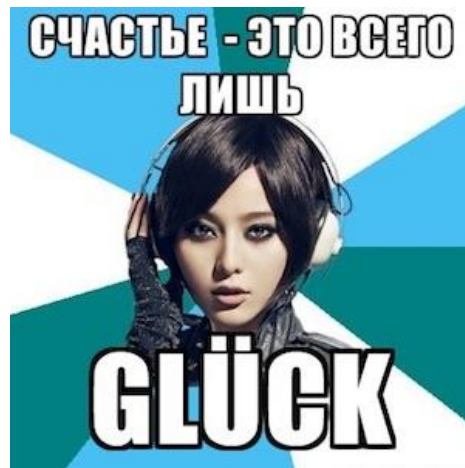
(455)

Вторым по количеству примеров гостевым языком является немецкий: 35 переключений, что составляет 5% от общего количества. Они особенно часто представлены в тех группах и чатах в Интернете, которые связаны с немецким языком. Например, группы по интересам «В контакте» «немецкий язык онлайн» или «Дойч» созданы для русских, которые изучают немецкий язык. Поэтому кодовые переключения на немецкий язык понятны членам этой группы. Однако есть примеры, в которых не обязательно знать перевод кодового переключения, чтобы уловить смысл, так как он часто продублирован изображением или ясен из контекста мема.

Примеры кодовых переключений на немецкий язык:



(575)



(460)

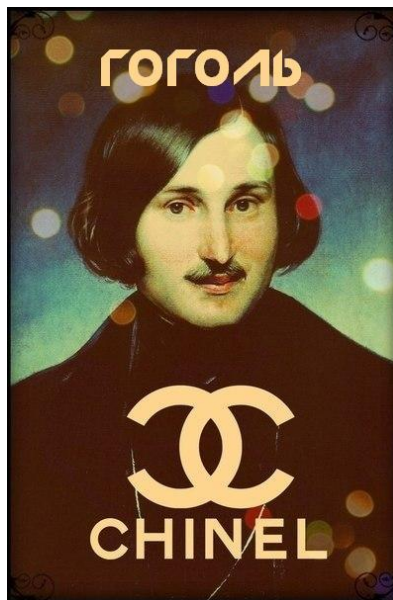


(592)

Единицы французского языка наблюдаются в качестве кодовых переключений в Интернет-мемах редко – в нашем материале всего 14 случаев,

что составляет 2 % от общего количества примеров. Кодовые переключения на французский язык были найдены в чатах и соцсетях в ленте новостей. Такой «французский» понятен каждому человеку, даже не знающему языка.

Пример кодовых переключений на французский язык:



(574)



Dode pa?

Она тряслась в Урюпинском трамвае,
давило одиночество, тоска,
(не старая, домашняя, не злая),
вдруг сверху по-французски: "Dode pa?"

"Мужик, француз!" - подумалось бедняжке,
Париж, Шабли, Монмартр и фрикасе,
багет, рокфор, в бистро вкусняшки,
не веря счастьем - "Кес ке се?"

И баритон почти французский,
мечты и дум прервав полёт,
задал вопрос на чистом русском -
"Трамвай, ёпт, до депА идёт?"

(415)

Беседуют англичанин, француз и русский.

Англичанин:

– У нас произношение трудное. Мы говорим "Инаф", а пишем "enough".

Француз:

– О-ля-ля, у нас-то как сложно! Мы говорим "Бордо" а пишем "Bordeaux".

Русский:

– Да это все пустяки. Мы произносим: "Че?", а пишем: "Повторите, пожалуйста".

(263)

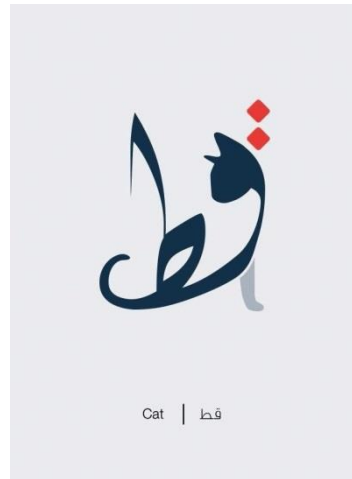
Другие гостевые языки в кодовых переключениях встречаются крайне редко. Латинский язык представлен 22 примерами, украинский – 15, арабский – 9, итальянский – 8, испанский – 8, японский – 6, китайский – 5, белорусский – 5.



(119)



(533)



(144)



(225)



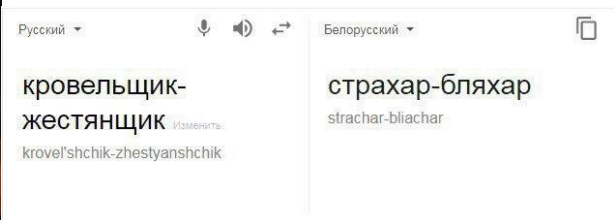
(649)



(104)



(362)



(79)

Приведенные выше примеры иллюстрируют «игру» с формой, звучанием употребляемого конкретного языка. Изображение к мемам лишь усиливает эффект высказывания. В примере 144 мы можем наблюдать в качестве вербального компонента слова «кошка» на английском и арабском языках, невербальным компонентом в данном случае является изображение животного, однако графически выполненное на основе сходства букв и значения. В

примере 225 переключение на итальянский «al dente», что в переводе на русский язык - «на зубок», а именно характеризует немного недоваренные макаронные изделия, используется в необычном контексте по отношению к уровню подготовки к взрослой жизни. Тем самым автор мема хотел подчеркнуть инфантильный характер современных молодых людей при этом сгладить этот факт шутливым высказыванием.

Использование клише из испанского языка отражает пример 649, где используются два кодовых переключения: «dota2» - название компьютерной игры и «me gusta» (испанский) - «мне нравится, мне понравилось».

Неассимилированное переключение на японский язык «коничува» частично схожего по звучанию с оригинальным «今日は» (читается «коничива»), удачно сочетается в примере 225 с искажённым словом «епонцы» и вызывает смеховую реакцию у читателя, в то же время юмористический эффект усиливает странное изображение.

В примере 362 случайный набор китайских иероглифов сочетается с английским «Sorry, I don't speak mandarin», смысл мема становится понятен только благодаря изображению «говорящих мандаринов».

Переключения на белорусский язык в мемах встречаются крайне редко и часто связаны с непривычным звучанием слов. Так, в примере 79 юмористический эффект достигается благодаря рифме белорусских слов «стахляр-бляхар», звучащих для русского пользователя необычно и забавно.

Некоторые мемы (5 примеров, что составляет 2 %) содержат в себе кодовые переключения на несколько языков одновременно. Такие серии Интернет-мемов включают следующие языки: английский, немецкий, французский, испанский, итальянский, польский, белорусский, финский, украинский, румынский латинский, ирландский. Суть этих Интернет-мемов в том, чтобы наглядно показать, как звучат и пишутся слова на всех иностранных языках, сравнить их друг с другом.



(12)

В Интернет-меме (12) мы можем видеть наглядный пример того, как большинство людей относится к немецкому языку. Для носителей русского языка он звучит как более более грубый по звучанию, слова в нём длиннее, поскольку словосложение развито активнее, чем в других языках. Остальные языки в примере являются аналитическими, поэтому их лексемы с эквивалентным значением более лаконичны.



(335)

Кодовые переключения в большинстве случаев (91% примеров) включают слова гостевых языков в их исходной форме. Намного реже фиксируются примеры кодовых переключений с формами существительных во множественном числе, глаголов в прошедшем времени и т.д.

Пример кодового переключения в исходной форме:

Для тех, who know English



(661)

Анализ языковых особенностей кодовых переключений в Интернет-мемах выявил: преобладание русского языка как матричного языка и преобладание английского языка в качестве гостевого. Наиболее часто встречаются переключения с одним иноязычным словом внутри фразы.

2.2. Структурные особенности кодовых переключений в Интернет-мемах

Анализу подвергаются следующие структурные характеристики кодовых переключений: лексико-синтаксическая характеристика переключений, степень графической ассимиляции, объём переключаемого сегмента и принадлежность единиц кодовых переключений гостевых языков к частям речи.

2.2.1. Лексико-синтаксическая характеристика

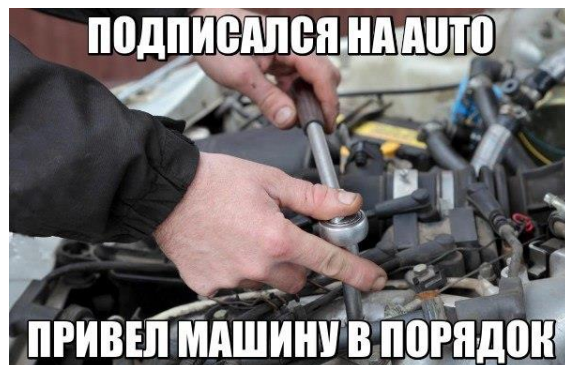
Анализ лексико-синтаксических особенностей кодовых переключений в Интернет-мемах осуществлялся по месту их появления в речи.

В медиатекстах Интернет-мемов выявлены межфразовые и внутрифразовые переключения. Выбор кода в нашем материале полностью отсутствует, так как каждый мем всегда представляет собой целостное высказывание или фразу.

Наиболее частотными оказались внутрифразовые кодовые переключения – 66% (442) примеров. Из них большинство представлено переключениями внутри простого предложения.



(207)



(221)



(243)

Из вышеприведенных примеров следует, что границы предложений в Интернет-мемах часто размыты, предложения начинаются с прописной буквы, во многих из них отсутствуют точки, знаки препинания, которые осознанно игнорируются создателями Интернет-мемов. Это современная тенденция языка Интернет-коммуникации, экономия языковых средств, использование или подражание популярному в Рунете «олбанскому языку». В 2000 году в русскоязычной Интернет-среде появился и быстро распространился так

называемый «олбанский язык» (его ещё называют «падонкаффским»). Этот стиль характеризуется неправильным или несвойственным русскому языку написанием или звучанием слов. Например, «Превед, медвед». Ненормативная лексика употребляется в таких случаях в качестве украшения Интернет-речи и создания запоминающегося образа [Рогачёва 2011: 36]. Изначально такой «йезыг» использовался в комментариях, на форумах и блогах, однако в дальнейшем появился в личной переписке и в составе Интернет-мемов. Следует отметить, что сейчас олбанский язык менее популярен, однако ещё функционирует в Интернет-среде среди представителей старшего поколения, которые застали его зарождение и испытывают к нему ностальгическую привязанность.

Примеры кодовых переключений внутри сложного предложения и между его компонентами встречаются крайне редко, так как распространённые и сложные предложения в медиатекстах пользователями Рунета не востребованы. Примеры сложных предложений с кодовыми переключениями:



(211)



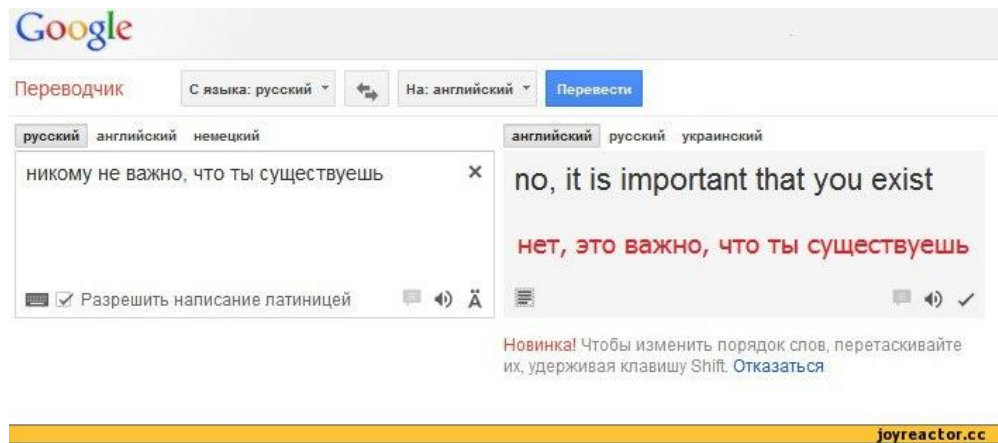
(225)



после полугода работы выяснилось, что наш рекрутер считает, что developer это что-то ниже, чем junior, и никогда не рассматривала эти резюме

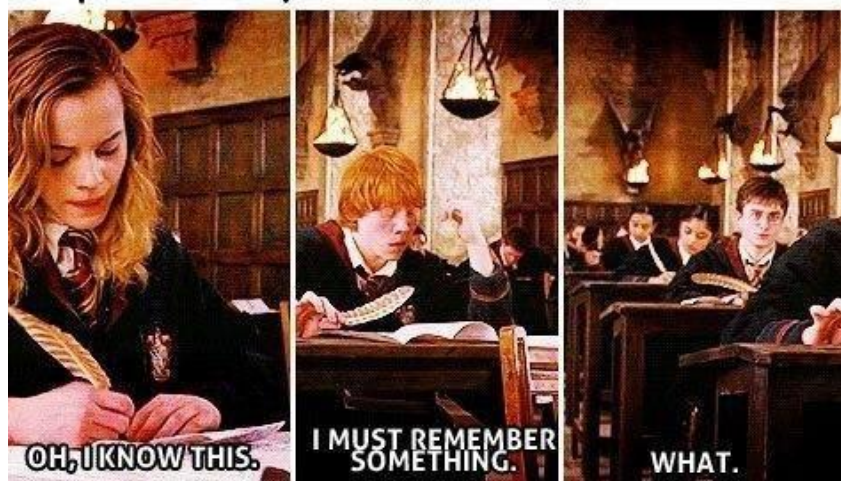
(153)

Межфразовые переключения представлены 28% от всех примеров (190). Следует отметить, что среди них превалирует число переключений в пределах одного высказывания. Примеры кодовых переключений между предложениями в Интернет-мемах – редкое явление, поскольку для мемов характерны краткие высказывания, состоящие из одного или нескольких слов. Предложения или группы предложений в составе кодовых переключений в Интернет-мемах встречаются лишь в 14 % случаев.



(20)

Три типа студентов, сдающих экзамен



(27)



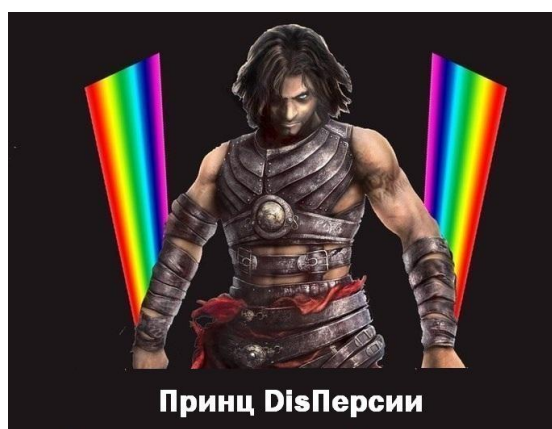
(602)

В данных примерах мы видим кодовые переключения, которые являются целыми предложениями на гостевых языках, они комбинируются с предложениями матричного языка, создавая с ними общий смысл мема.

Ведущим типом кодовых переключений в Интернет-мемах является внутрифразовое переключение, что обусловлено, во-первых, частотностью этих переключений в целом, а, во-вторых, частым отсутствием знаков препинания и чётких рамок предложения или фразы.

Кодовое переключение представляет собой регулируемое, упорядоченное явление, именно поэтому оно не может создавать грамматический конфликт между различными языками в рамках одного высказывания. Однако и отступления от правил тоже существуют.

Структурные ограничения, например, смешение языков на морфологическом уровне или несоответствие синтаксических структур гостевого и матричного языков [Проценко 2004], иногда преодолеваются специально для создания комического эффекта. Пример такого смешения языков в пределах одного слова можно увидеть в следующем меме (569):



(569)

Смешение единиц двух языков здесь наблюдается в слове «дисперсия», на фоне картинке принца Персии из одноимённой компьютерной игры. Смешение двух языков, двух морфем и двух смыслов более комично, в отличие от обычного кодового переключения, подчиняющегося общим правилам.

В Интернете пренебрегают и правилом синтаксической целостности предложения с кодовым переключением, где иноязычная единица не вписывается органично в морфосинтаксическую рамку матричного языка, в данном случае, русского:

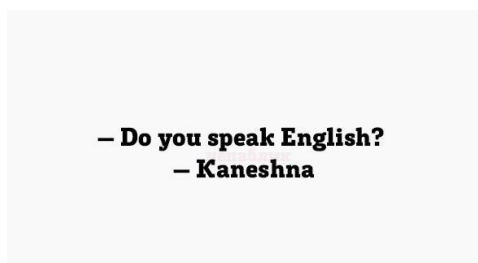


(319)

2.2.2. Степень графической ассимиляции

В анализируемом материале функционируют как неассимилированные, так и полностью или частично ассимилированные кодовые переключения. Количество неассимилированных переключений значительно выше (868 слов), чем частично или полностью ассимилированных (344 слова).

Случаями ассимилированных кодовых переключений мы будем считать те, в которых иноязычные единицы переданы при помощи кириллицы в том случае, если матричный язык русский (См. Приложение 1, *Языковой материал* 50, 52, 99, 234, 322). В случае если матричным языком является другой иностранный язык, а в исследуемом материале их выявлено незначительное количество, то ассимилированное кодовое переключение передаётся на латинице. Например:



(77)

В приведённом примере слово «Kaneshna» ассимилировано, обозначает русское «конечно» на латинской раскладке. Следует отметить, что для усиления юмористического эффекта слово намеренно написано с ошибкой,

чтобы фонетически больше напоминало устное произнесение слова, а не его транслитерацию.

Особенно интересными нам представляются случаи, где единицы иностранного языка передаются при помощи кириллицы, в таком случае речь идёт об ассимилированных кодовых переключениях. Например:



(70)

В данном случае слова песни Crazy Town «Butterfly» переданы при помощи кириллицы, то есть в русской транслитерации: «Кам май леди, кам, кам май леди. Ю МА батерфляй» вместо «Come my lady, come, come my lady. You are my butterfly». Текст этого хита популярен и хорошо знаком молодому. Смысл передачи этой фразы при помощи русскоязычных символов заключается в том, чтобы имитировать произношение английских слов с русским акцентом.

1. Неассимилированные переключения:

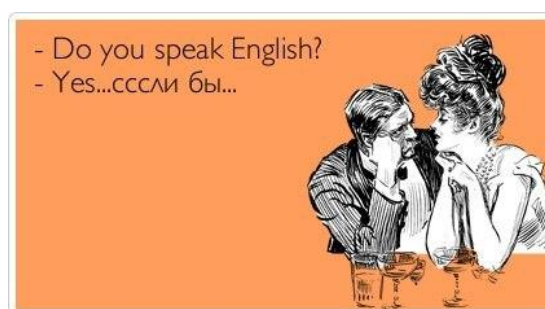
ТВОЁ ТЕЛО ЧЕРЕЗ 10 ЛЕТ



(47)

В тексте Интернет-мема (47) присутствуют два слова на английском языке «like» и «ignore», они соответствуют двум кнопкам на Интернет-сайтах. Если это высказывание нравится, ставишь «like», если нет – «ignore», таким образом, подсчитывается количество людей, которым понравился данный контент. Так как эти слова часто употребляются в Интернет-общении, то не нуждаются в переводе, транскрипции и ассимиляции.

2. Частично ассимилированные переключения:



(154)

В примере (154) мы видим морфемный тип кодового переключения. Начало фразы написано таким образом, чтобы ответ на вопрос сначала читался утвердительно:

- *Do you speak English?*

- *Yes.*

Но при помощи присоединения русского продолжения «сссли бы» (фраза «если бы»), ответ на вопрос, который по-английски звучит как положительный, становится скорее отрицательным.

3. Ассимилированные переключения:

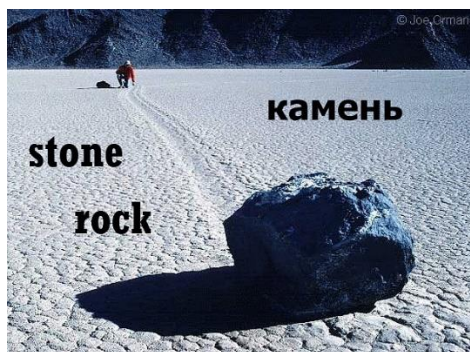


(65)

В тексте данного мема присутствует ассимилированное слово «ленгуадже», что означает «язык» на английском (language), если его произнести в транслитерированном варианте, с отклонениями от правил чтения. Слово намеренно написано кириллицей для того, чтобы передать особенности неправильного произношения теми русскими, которые не владеют английским языком. Таким образом, даже читатель, знающий, как правильно произносится английское слово, видит, как его читать в искаженном варианте.

Присутствие неассимилированных кодовых переключений может значительно усложнить понимание высказывания, даже запутать читателя, но для аудитории, на которую рассчитаны эти мемы, смысл ясен практически всегда, так как содержит высказывания из популярных видеоигр, музыкальных произведений или знакомую лексику, понятную из контекста без перевода. Кроме того, поскольку мемы функционируют только в Интернете и не передаются ни печатным, ни устным способом, пользователи, для которых смысл медиатекста остался непонятен из-за присутствия иноязычных единиц, прибегают к помощи онлайн переводчиков (53% опрошенных пользуются словарём или переводчиком, см. результаты опроса в Приложении 3).

Транскрипций для правильного прочтения тексты Интернет-мемов не содержат. Дублированное высказывание на языке оригинала присутствует только в обучающих Интернет-мемах в группе «В контакте» «Begin. English», например:



(46)

В Интернет-мемах с кодовыми переключениями 72 % иноязычных единиц графически не ассимилированы. Графически неассимилированные

единицы сопровождаются транскрипцией или переводом редко (в 2 % от общего количества неассимилированных единиц) и только в тех случаях, когда включены в обучающие медиатексты.

Неассимилированные и ассимилированные переключения представлены всеми гостевыми языками. Большинство примеров приходится на английский язык (69 %), который преобладает как гостевой в текстах Интернет-мемов.

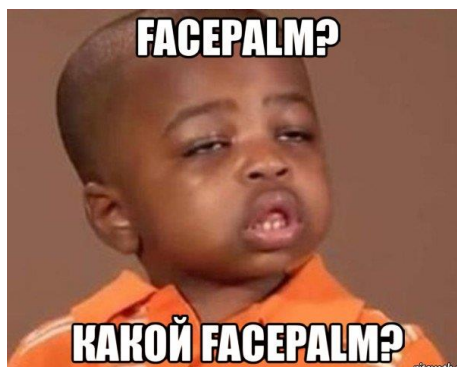
Таким образом, английский язык – основной источник как графически ассимилированных, так и графически неассимилированных переключений.

2.2.3. Объем переключаемого элемента

Объём переключаемого элемента (сегмента) – это размер единиц гостевого языка и их лингвистический уровень: морфема, слово (простое по структуре, производное, сложное), словосочетание, предложение (простое, сложное), группа предложений.

Установление объема переключаемого элемента не всегда решается однозначно, поскольку в разных языках не совпадает понимание слова, словосочетания и даже предложения. Лишь понятие морфемы для языков разных морфологических типов является практически универсальным. Для корректного разграничения сложных слов, словосочетаний, фразеологических единств и свободных сочетаний необходимо учитывать совокупность всех критериев, так как написание слова может быть вариативным [Исаева 2009: 97].

Рассмотрим примеры сложных слов в медиатекстах:



(657)

В тексте Интернет-мема используется английское сложное слово «Facerpalm», состоящее из двух корней: «face» + «palm» («рукалицо»). Оно обозначает жест, выражающий недоумение, и часто используется как клише в Интернет-переписках и мемах.



(281)

В примере (281) используется сложное слово из немецкого языка «Umweltverschmutzung» (загрязнение окружающей среды) состоящее из двух слов «Umwelt» (окружающая среда) + «Verschmutzung» (загрязнение). В немецком языке функционирует большое количество длинных сложных слов, что в приведенном меме подчеркивается еще больше на основании сравнения с простыми словами, являющимися эквивалентами в других языках.

Пример английского словосочетания:



(620)

В тексте этого Интернет-мема присутствует словосочетание гостевого английского языка «challenge accepted», что означает «миссия выполнена». Словосочетание оформлено без пробелов между словами, поэтому кажется, что это одно слово, хотя это нарушение правил орфографии.



(237)

В данном примере «brow-artist» (гримёр или визажист) представлено как сложное слово с дефисным написанием. В оксфордском словаре это слово отсутствует, а словари сленга графически оформляют его как словосочетание с раздельным написанием двух слов.

Еще сложнее установить объем переключаемого элемента в тех случаях, когда кодовые переключения переданы при помощи кириллицы и состоят из нескольких элементов.



(249)

В приведенном выше меме фраза из песни Тото Кутуньо «Italiano vero» «La scia te mi cantare» передана при помощи двух слов – «лашатаме кантаре»,

которые отражают их восприятие на слух носителем русского языка. В тексте Интернет-мема данное переключение, графически оформлено как словосочетание, хотя является предложением гостевого языка – «Дайте мне спеть».

Графическое оформление часто мешает правильно воспринимать и дифференцировать сложные слова и словосочетания, так как в текстах Интернет-мемов нередко присутствуют их искаженные варианты, что делается намеренно, для создания комического эффекта.

Численное распределение кодовых переключений по объему переключаемого элемента представлено в Таблице 1:

Таблица 1

Данные анализа кодовых переключений в Интернет-мемах по объёму переключаемого сегмента

Объём переключаемого сегмента	Количество примеров	Языки переключений	Примеры
Часть слова (морфема)	42	Английский, немецкий, украинский	Plove, деревні, солдатен
Простое слово	234	Английский, немецкий, французский, португальский, испанский, итальянский, польский, белорусский, финский, украинский, датский, голландский, румынский, латинский, ирландский.	vip, Glück, rouge, roxo, octubre, farfalla, Komputer, dwaj, кастрычнік, Läderlappen, тобі, ingrediens, dolfijn, tram, vs, ladrahaiola
Сложное слово	28	Английский, немецкий	Trollface, Strassenbahn
Словосочетание	367	Английский, немецкий, французский, испанский, итальянский, латинский,	Forever alone, Me gusto, al dente, dues vult,
Предложение или группы предложений	85	Латинский, немецкий, английский, украинский	Vade, Santana, inventoret magister omnis fallaciae, hostis human esalutis. Stop terrorizing our world. Du hast mich. Сусідка сказала.

Согласно приведенным в таблице количественным данным, в медиатекстах наблюдается преобладание слов и словосочетаний. Крупные синтаксические структуры встречаются в рамках Интернет-мемов не часто. Этот факт можно объяснить спецификой Рунета, рассчитанной на русскоязычных пользователей, которые не всегда владеют гостевым языком на достаточном для понимания уровне. Некоторые гостевых языки, кроме того, изучают реже, чем английский, а некоторые являются совсем неизвестными большинству пользователей.

Частичное изменение слова при помощи кодового переключения, например, вставка иноязычной морфемы в слово на матричном языке, наблюдается в мемах редко. Такой вид переключений характерен для авторов, склонных к словотворчеству.

Таким образом, анализ кодовых переключений по объему переключаемого сегмента показал следующее.

1. В мемах функционируют различные по объему переключения в виде:

- части слова;
- простых слов;
- сложных слов;
- словосочетаний;
- предложений или групп предложений.

2. Преобладание коротких и ёмких переключений в виде морфем говорит о том, что авторы сознательно сокращают переключаемый сегмент, чтобы свести риск коммуникативной неудачи к минимуму. Среди словосочетаний преобладают Интернет-клише из иностранных языков, которые используются в медиатекстах.

3. Во всех видах переключений по объёму переключаемого сегмента преобладают английские и немецкие единицы, причем английский представлен самым большим их разнообразием и количеством.

2.2.4. Принадлежность к части речи

Как и в других исследованиях по частеречной принадлежности кодовых переключений в разных языковых комбинациях [см., в частности, Чиршева 2000; 2004], в исследуемом здесь материале среди кодовых переключений, представленных отдельными лексемами, преобладают имена существительные (55 %) (См. Приложение 1, *Языковой материал* 52, 59, 99, 124, 297). В составе вкраплений они составляют 39 %, в островных и межфразовых переключениях 68 %.

В инстаграмме ты
model, actress, Dj,
а в жизни едешь в
трамвае на работу,
где ты kassirsha.

(51)

В данном случае мы можем наблюдать переключения на английский язык ряда существительных «model», «actress», «Dj», которые вписаны в рамке матричного русского языка в качестве вкраплений.



(57)

Наиболее частотным является функционирование существительного в сочетании со словами других частей речи. В примере (57) наблюдается сочетание существительного «news» с прилагательным «breaking».

В сочетании с существительными гостевого языка наблюдаются также артикли, глаголы, местоимения, прилагательные, предлоги, союзы, частицы, числительные. Самыми распространёнными являются словосочетания

существительного и прилагательного – 67 % от общего количества примеров с существительными.

Довольно часто встречаются имена собственные, так как в Интернет-среде принято оформлять иностранные названия и имена знаменитых людей на языке оригинала.



(72)

В данном случае речь идёт о компьютерной игре «Sims» симуляторе реальной жизни, которая пользуется большой популярностью в России.

Аббревиатуры функционируют в Интернет-мемах крайне редко (8 %). Большинство из них представляют собой устойчивые образования английского молодёжного сленга: OMG (oh my God), ИМНО (in my humble opinion), LOL (lot of laughing), ICQ (I seek you) и т.д. Эти аббревиатуры никогда не расшифровываются, так как общеизвестны и в Рунете.



(561)

Глаголы и словосочетания с различными глагольными формами представлены 30 % от общего количества примеров. Больше всего примеров представлено со словом «go» или «го». Это слово часто сопровождается фразой

«я создал» так как является известным выражением среди Интернет-игроков сетевой компьютерной игры «Minecraft».



(8)

Здесь представлено изображение памятника преподобным Афанасию и Феодосию (основателям г. Череповца), которые приглашают посетить этот город, приветствуя всех фразой «го, мы создали». Что на языке «Minecraft» означает создание новой локации и приглашение в неё других игроков.

Самым популярным является словосочетание существительного и глагола «Keep calm» (25 примеров).

Мем «Keep calm» возник в англоязычной Интернет-среде (в Великобритании) в 2000 году. Предпосылка для создания Интернет-мема – плакат «Keep calm and carry on» (англ. Сохраняйте спокойствие и продолжайте в том же духе), который был выпущен британским Министерством информации (англ. Ministry of Information) в 1939 году в начале Второй мировой войны (См. Рис. 4). Было отпечатано два с половиной миллиона копий этого мотивационного плаката для поднятия духа солдат в непростое военное время, однако в то время он не получил широкого распространения [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7869458.stm] [Тихомирова 2018].



Рис. 4

Сами Интернет-пользователи трактуют смысл этого мема и объясняют его историю так: Keep calm (рус. Сохраняйте спокойствие) – мотивационный плакат авторства британской короны, всем своим видом намекающий, как истинный британский джентльмен должен реагировать, когда вражеские бомбы, потрясая истеблишмент, угрожают расплескать пятичасовой чай на клетчатую скатерть [http://lurkmore.to/Keep_calm].



(635)



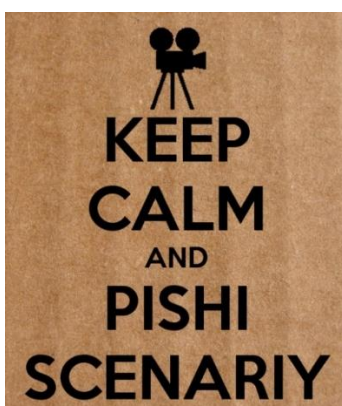
(634)

Изначально русскоязычные варианты имели перевод оригинала, фон полностью совпадал, однако позже стали изменяться невербальные компоненты и добавился оригинальный русскоязычный контент. От первоначального мема остался только фон с надписью «будь спокоен». Характерной чертой именно русского мема является отсутствие на изображении британской короны, либо она может быть перевёрнута, что придаёт медиатексту сатирический характер.



(626)

Интернет-мем «Keep calm» создаётся на основе англоязычного шаблона, однако воспроизводит события более важные именно для русскоязычного пространства. Авторы мемов в основном молодые люди (см. результаты опроса в Приложении 3), среди которых много студентов или тех, для кого актуальны студенческие мемы:



(627)



(635)

Главной особенностью Интернет-мемов «Keep calm and» с кодовыми переключениями в русскоязычной Интернет-среде является преемственность. Все мемы с данным компонентом содержат одинаковую главную часть на английском языке «Keep calm and», как в первоначальном варианте в англоязычной Интернет-среде. Вторым компонентом предложения являются слова и сочетания на русском языке, написанные кириллицей или латиницей, чаще два слова, а именно глагол + существительное, которые в предложении являются сказуемым и дополнением [Тихомирова 2018].

Прилагательные представлены лишь в 8 % случаев и часто являются дополнением к существительному гостевого языка. Например:



(289)

В тексте данного примера функционирует словосочетание существительное + прилагательное «breaking news», которое пользуется популярностью у пользователей с начала 2018 года. Смысл данного высказывания заключается в том, что под подписью «экстренное сообщение» располагается высказывание юмористического характера, когда как единицы гостевого языка изначально настраивают на более серьёзные темы, которые обычно излагаются в экстренных новостях.

В медиатекстах были выявлены случаи употребления всех частей речи, но местоимения, наречия, числительные, предлоги, союзы, частицы, артикли и звукоподражания функционируют в медиатекстах редко – 7%. Рассмотрим некоторые примеры:



В Англии дети не she/he,a
it, т.е. "оно"
Где-то в Англии мужчина
просыпается от того, что жена
будит его словами:
Вставай, Оно снова проснулось

(54)

В приведённом выше примере мы можем наблюдать случай употребления местоимений английского гостевого языка «she», «he», «it» одновременно. По отношению к младенцу в английской лингвокультуре грамматически нормативно

использование местоимения «it», что в переводе обозначает «это» и имеет средний род. Однако использование этого местоимения по отношению к своему ребенку или к ребенку тех людей, кого не хотят обидеть, практически неприемлемо. Юмористический эффект создается из-за разницы восприятия категории грамматического и биологического рода для русскоязычных пользователей. Местоимения встречаются чаще, чем наречия, числительные, предлоги, союзы, частицы или артикли, так как являются самостоятельными частями речи и могут менять смысл мема, делать его смешным, как мы видим в данном примере.



(74)

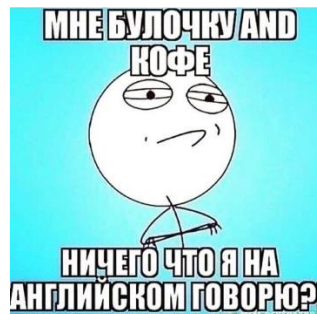
Наречия функционируют в качестве кодовых переключений крайне редко (7 примеров). В тексте данного мема присутствует английское слово «импоссибль» (impossible), которое сходно по функционированию с русским эквивалентом «невозможно».



(503)

Использование числительного «one hundred» (сто) в данном случае вызывает комический эффект, так как в прямом смысле является переводом части предыдущей фразы на английский язык. Сын просит отца перевести, то

есть передать ему денежные средства в размере ста долларов, а отец в свою очередь, отвечает так, будто сын попросил его перевести фразу «сто долларов» на английский язык, тем самым выражая свой отказ. Основной прием создания юмористического эффекта данного мема – игра слов, основанная на омонимии русских глаголов. Значение «переведи» в просьбе сына подразумевает осуществление денежного перевода в размере ста долларов, а в шуточной фразе отца, перевод – это эквивалентная интерпретация или передача текста с помощью другого языка.



(409)

Употребление союзов в текстах Интернет-мемов реализуется редко, так как они не несут большой смысловой нагрузки. Союзы встречаются в составе простых предложений, в то же время есть примеры отдельного употребления союза «and» для передачи комичной ситуации, так как говорящий использует в предложении только это английское слово. В терминах рамочной модели матричного языка [Myers-Scotton 1993; 2002] использование одиночных союзов из другого языка сигнализирует о нарушении принципа системных морфем. Однако для мема это нарушение вполне привычно, так как стилистически значимо: оно используется для создания юмористического эффекта.



(451)

Частицы «но» функционируют в Интернет-мемах часто среди остальных служебных частей речи, заменяя при этом русскую частицу «не» или «нет». Они тоже являются системными морфемами, поэтому, используясь без слов из «своего» языка, они нарушают один из главных принципов грамматики кодовых переключений, основанной на рамочной модели матричного языка К. Майерс-Скоттон.



(660)

В данном примере мы можем наблюдать одновременное функционирование артикля «the», предлога «at» и местоимения «same» гостевого языка английского в рамке матричного немецкого языка. Это смешение системных морфем двух языков нарушает один из основных принципов рамочной модели матричного языка. Такие смешения в более сложных конструкциях приводят к образованию так называемого «составного матричного языка» (Composite Matrix language) [Schmitt 2000], который объединяет системные морфемы сразу двух языков, строя смешанную морфосинтаксическую рамку, в которой взаимодействуют сразу два матричных языка. В приведенном выше примере у немецкого языка более сильные позиции как у матричного, но и они нарушаются отдельными системными морфемами английского языка. Это смешение также создает юмористический эффект.



(543)

Характерной чертой реализации звукоподражаний является их употребление в рамках ограниченного типа Интернет мемов, а именно изображения животных и передача их звуков (голосов) на разных языках. Здесь даны различные языковые варианты звукоподражания «мяу». Звукоподражания часто относят к междометиям, т.е. в терминах рамочной модели матричного языка они относятся к содержательным морфемам, которые свободно перемещаются как кодовые переключения в высказывания на других языках, не нарушая основных принципов. Нарушений нет еще и потому, что ни одно звукоподражание не входит в морфосинтаксическую рамку матричного языка, а потому никак не взаимодействует с его грамматикой.

2.3. Разновидности мемов с кодовыми переключениями

Мы выделяем следующие виды Интернет-мемов в современной Интернет-коммуникации:

1. Вербальные
2. Поликодовые
3. Невербальные

Вербальный или текстовый мем – текстовое сообщение, словесное послание, которое передается от одного пользователя другим. К текстовым Интернет-мемам можно отнести клишированные обороты, слова, словосочетания, фразы.

Примеры: "Keep calm and...", "...VS...", "Come on everybody" и т.п

Возникает текстовый мем спонтанно. Комментарий или выражение обычного пользователя цитируется, тиражируется, набирает популярность и становится крылатым.

Невербальный мем создаётся без каких-либо вербальных языковых средств. Мем может состоять

- а) из цифр: +1, +100500
- б) из изображения

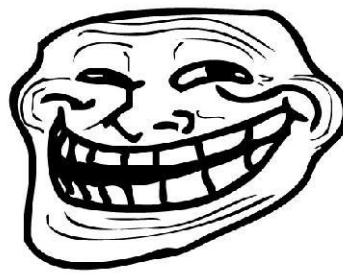


Рис. 5

Так называемая "фотожаба" (сленг Интернет-пользователей). Изображение, обработанное в графическом редакторе.



Рис. 6

Мем, для создания которого привлекаются как вербальные, так и невербальные компоненты, называется поликодовым. Как правило,

компоненты мема взаимозависимы как в содержательном, так и в формальном аспектах.

Можно выделить видео-мемы, представляющие собой юмористические видеосюжеты, которые пользователи могут размещать на своих страницах социальных сетей либо могут передавать друг другу через сообщения. Такие сюжеты характеризуются многочисленными просмотрами, и каждый пользователь может многократно это видео воспроизводить. Популярность такого мема напрямую определяется количеством просмотров.

Видео-мемы могут создаваться авторами специально, с определенной целью, некоторые могут становиться вирусными неожиданно для автора и героев видео.



(516)

Поликодовый мем представляет собой реализованный текст, состоящий из вербального компонента (текст, подпись) и невербального (элемент другой системы знаков) - изображение, таблица, цифры и т.д. [Сорокин 1990: 180].

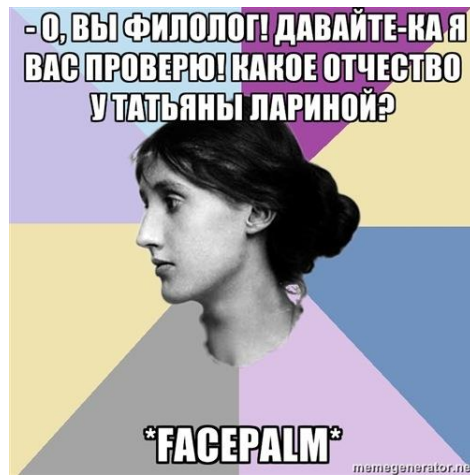
Одним из наиболее популярных поликодовых Интернет-мемов является мем «Филологическая дева».

Популярность данный мем приобрел сначала среди студентов филологических факультетов, а затем и у широкой публики. Иконическая часть мема – это изображение Вирджинии Вулф.

Вербальный компонент – фраза, состоящая из двух частей, расположенных вверху и внизу изображения соответственно [Мишина 2007: 67].

Вверху располагается высказывание, внизу – неожиданная развязка. Комический эффект достигается путем контраста, обманутого ожидания.

Авторы интернет мемов о филологической деве обыгрывают, как правило, различные лингвистические и литературоведческие темы: известных авторов, семантику, строки из стихотворений, распространенные ошибки и т.д. [Щурина 2012: 162].



(430)

Стоит отметить, что многие персонажи, такие как филологическая дева, кэп, скучающий ботан и др., появившиеся в Интернет-среде, выходят за ее пределы, становятся популярными в других сферах коммуникации

Однако целевая аудитория даже в офлайн среде остаётся прежней (в случае с филологической девой – студенты-филологи).

Узкая направленность мемов для той или иной группы адресатов также повышает "элитарность" мемов, их значимость для определенного круга "избранных" [Щурина 2012: 161].

В Интернет-среде кодовые переключения встречаются в поликодовых (креолизованных) мемах, т.е. в виде графических изображений с небольшим количеством текста.

Самым неисследованным аспектом нового стиля остаётся жанр. До сих пор нет однозначной классификации, даже не удастся однозначно выделить критерии для отнесения того или иного жанра, и сами жанры.

М. М. Бахтин определяет жанр как устойчивый вид текста, который имеет общую коммуникативную функцию и единые стилистические признаки [Бахтин 1986]. Если следовать данному определению, то к Интернет-жанрам можно относить: блог, чат, электронное письмо, чаты, сайт, личную страницу [Иванов 2000:138]. Однако последнее время разновидностей и жанров в Интернете становится больше.

Особенность этих жанров заключается в том, что они появились и функционируют только в сети Интернет. В Интернет-коммуникации успешно функционируют и все «бумажные» жанры [Шарафадина 2016: 51]. Современные исследователи жанров Интернет-дискурса озабочены необходимостью изучения речевых жанров через «призму современности»: появление новых речевых жанров и трансформация традиционных даёт основание новому направлению исследования – «виртуальному жанроведению» [Щурина 2016: 156]. В рамках жанров электронного текста Интернет-мемы выделяются в отдельную категорию – любительский контент. Он создаётся пользователями Интернета. К данному типу контента относятся записи в блогах (различного масштаба и ориентации) интернет-пользователей, записи в форумах, комментарии к сообщениям СМИ на сайтах СМИ, записи на персональных страницах в социальных сетях, созданные потребителем фото-, видео- и аудиоконтент, Интернет-ресурсы, созданные частными пользователями [Киуру 2014: 52].

Позволим себе напомнить, что существует несколько подходов к понятию «жанр». М.М. Бахтин, например, говорил о том, что жанр – это устойчивый, композиционный и стилистический тип высказывания [Бахтин 1986: 241]. М. Ю. Федосюк уточняет, что современные лингвисты рассматривают определение жанр по отношению не как к высказыванию, а к тексту и его компонентам [Федосюк 1997].

Авторы работ, посвященных изучению стереотипных форм Интернет-общения, стремятся, с одной стороны, зафиксировать существование определенных устойчивых способов организации информационных и коммуникационных потоков в электронной компьютерной среде, с другой стороны – выделить и описать регулярно воспроизводимые типы текстов, присущие тем или другим формам такой организации. И то и другое, как правило, именуется жанрами, хотя зачастую авторы, стремясь указать на условность, а то и сомнительность такого обозначения, либо используют уточняющие обозначения («жанр компьютерного общения»), либо берут слово «жанр» в кавычки, либо предпочитают применять другие менее точные определения: вид, форма и т.п. [Усачёва 2009:57]. В нашем диссертационном исследовании вслед за Ю. В. Щуриной мы будем использовать термин «жанр», так как оно наиболее полно описывает разновидности Интернет-мемов как целостного «произведения», имеющий устойчивые композиционные и стилистические характеристики. Далее мы рассмотрим этот феномен более подробно и опишем каждый жанр в отдельности.

Отечественный лингвист Ю. В. Щурина [Щурина 2014] выделяет следующие жанры креолизованных мемов: демотиваторы (изображение в чёрной рамке и неожиданной, провокационной надписью), весёлые картинки (юмористические высказывания на фоне изображения), комиксы (мем, состоящий из двух и более изображений с текстом), приколы (изображение с кратким весёлым высказыванием), сатирические открытки (изображения и надпись сатирического содержания, часто высмеивающая что-то или кого-то), эдвайсы (изображения с советами).

В контексте данного исследования мы избегаем употребления термина «жанр», так как мы не выявляли жанровую специфику мемов, и это не было задачей нашего исследования. В дальнейшем мы будем использовать термин «тип» для обозначения разновидностей Интернет-мемов. На основе данной классификации Интернет-мемов нами были выявлены следующие типы, в которых представлены кодовые переключения:

- Весёлые открытки
- Демотиваторы
- Комиксы
- Пародии
- Рекламные визитки
- Скриншоты
- Стихи (пирожки и порошки)
- Трудности перевода
- Шаблоны
- Юморески

1. Весёлые открытки (См. Приложение 1, *Языковой материал 124, 584*). Красочный тип медиатекстов, характеризующийся малой информативностью, но ёмким комическим подтекстом. Существует серия шаблонов для создания весёлых открыток, но строгих канонов не существует и весёлой открыткой может называться любой мем, описывающий человека или любое социальное явление.



(580)

2. Демотиваторы (См. Приложение 1, *Языковой материал 234, 600*). Особый в изображении мем, возникший в 2011 году и на протяжении двух лет имевший большую популярность среди всех типов медиатекстов. Отличительной чертой является чёрная рамка, изображение и демотивирующая, часто депрессивная или ироническая подпись.

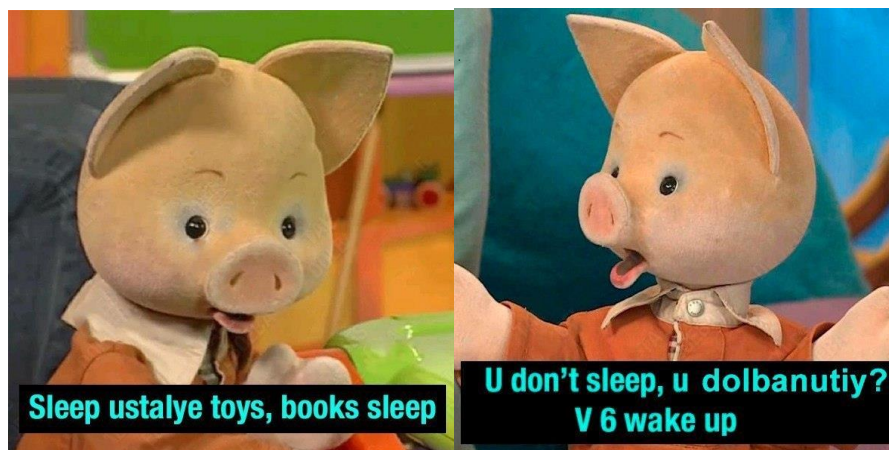


(614)

3. Комиксы (См. приложение 1, *Языковой материал 312, 492, 610*).

Особый тип Интернет-мемов схожий с литературным, так как содержит в себе историю минимум из двух изображений, сопровождающийся короткой историей. Интернет-комикс необходимо прочитать полностью и с самого начала, для того чтобы его понять. До 2012 года это было одно изображение, разделённое на 4 фрагмента, позже комиксы стали представлять собой несколько обособленных медиатекстов, загруженных в определённом порядке, чтобы не нарушать причинно-следственную и логическую связь повествования.

В последнее время стала популярна такая разновидность комиксов, как «сказки на новый лад», в которых используются персонажи детских сказок и передач. Во всех приведенных ниже мемах кодовые переключения используются с разнообразным нарушением правил взаимодействия матричного и гостевого языков, что для комиксов может стать специфическим приемом, направленным на создание юмористического эффекта.



(273)



(274)



(275)



(276)

(277)

4. Пародии (См. Приложение 1, *Языковой материал* 50, 59, 235, 325, 475). Данный тип представлен мемами, содержащими в себе отсылки к различным источникам, чаще всего это фильмы, видео, блоги, книги, события, известные личности. Появления данного типа мемов провоцируют определённые события, например, выход фильма «Сумерки» сопровождался большим количеством мемов с изображениями главных героев – Эдварда и Бэллы, некоторые актуальны и по сей день, хотя, безусловно, утратили широкую популярность. В таких медиатекстах присутствует оценка пародируемого явления, юмористическая обрисовка или комическое подражание. Определённой графической формы и шаблона данный тип не получил, поэтому пародией может быть как весёлая открытка, так и демотиватор.



(61)

6. Рекламные визитки (См. Приложение 1, *Языковой материал* 124, 221, 325). Особый тип Интернет-мемов, который может использоваться с другими типами. Главной его чертой является завуалированная или открытая реклама продукции или услуг. Например, в группе, посвящённой обзорам технических устройств, функционируют мемы, рекламирующие продукт определённых марок, но, как и многие мемы, далее они выходят за пределы групп и социальных сетей, если автору удалось «зацепить» читателя и удачно пошутить, поиграть с заданной темой.



(638)

6. Скриншоты – это снимок экрана мобильного или компьютерного устройства, отражают часть переписки (См. Приложение 1, *Языковой материал* 52, 59, 310). Текстовые мемы с кодовыми переключениями выражены в форме диалога, заметки или скриншота экрана.

Большую популярность имеют мемы-сообщения, которые выглядят как реальные сообщения пользователей. Иногда это действительно случаи из

реальной жизни, например, большое количество мемов данной тематики содержится в паблике «Филиал сообщений от родственников».



(503)

7. Стихи (См. Приложение 1, *Языковой материал* 234, 462). Пирожком называют малый сатирический стихотворный жанр, который появился в 2003 году и на данный момент получил большую популярность в Интернет-среде, так как он достаточно ёмко передаёт смысл иронического содержания. Пирожки часто сравнивают с поэзией И. М. Губермана и В. П. Вишневского, которые тоже уже растиражированы в Интернете [Дымарский, 2012: 387].

Порошок – это сходный поэтический тип. От «пирожков» его отличает наличие рифмы.



Лепра

сегодня в 3:00

Ты морячка — я моряк,
Ты рыбачка — я рыбац,
Ты past simple, я из future,
Мы не встретимся никак.

(33)

8. Сложности перевода (См. Приложение 1, *Языковой материал 350, 415*). Это отдельный тип Интернет-мемов, высмеивающий ошибки онлайн-переводчиков. В большинстве случаев это реальные случаи нелепого перевода слов или фразы на другой язык. Так как технический перевод далёк от совершенства и часто даёт сбой, его постоянно подвергают критике Интернет-пользователи.



(597)

9. Шаблоны (См. Приложение 1, *Языковой материал 462, 592*). Создание Интернет-мема происходит спонтанно и занимает много времени и творческих сил, однако есть возможность этот процесс автоматизировать и упростить. Существует определённый ресурс шаблонов, уже заранее оформленное изображение, в которое впечатывается текст. Первые шаблоны – злой школьник, типичная девушка, драгути, демотиваторы. В 2019 году зафиксировано огромное количество шаблонов на любой вкус и тематику.



(665)

10. Юморески (См. Приложение 1, *Языковой материал 297, 322, 406*). Развлекательный тип Интернет-мемов, отличительной особенностью которого

является краткость. Редко в составе таких мемов можно встретить более двух простых предложений. Юморески вызывают быструю реакцию читателя, иногда это может быть всего одно слово или словосочетание, в редких случаях – даже морфема.



(417)

Типы Интернет-мемов с кодовыми приключениями, представленные в исследуемом материале, часто комбинируются или дополняют друг друга [Тихомирова 2017]. Пародии, шаблоны и юморески проявляется в сочетании с другими типами чаще остальных (509 примеров, что составляет 76 % от всех мемов в нашей выборке).

2.4. Прагматические функции кодовых переключений

Структурные особенности кодовых переключений тесно связаны с их прагматическими функциями, например, для адресатной и цитатной функции используются межфразовые кодовые переключения, они считаются именно переключениями кодов, содержащими как лингвистическую, так и культурную информацию. Для реализации юмористической функции чаще используются внутрифразовые кодовые переключения, так как наличие слова или словосочетания из другого языка в пределах одного предложения или фразы звучит неожиданно и выглядит во многих ситуациях комично.

По мнению Интернет-пользователей, мемы с кодовыми переключениями создаются с целью развлечения (98%), с рекламной целью (44 %), с целью обучения (30 %), с целью общения с иностранцами (7%), с агитационной целью (2%). Наиболее интересными, но малочисленными были варианты:

антиреклама, во имя искусства, для привлечения внимания и самовыражение (см. результаты опроса в Приложении 3). В ходе исследования мы выявили примеры юмористической, адресатной, цитатной, рекламной и обучающей функций.

2.4.1. Юмористическая функция как ведущая прагматическая функция в Интернет-мемах

Вопросы юмора и комического рассматривались с древних времён, ещё Аристотель говорил о необходимости использования юмора в речи, но в умеренном количестве. Отличительной чертой гения считал юмор Иоганн Вольфганг фон Гёте, Бернард Шоу же писал: «...юмор – черта богов!.. Нет ничего серьезнее глубокого юмора» [Санников 1999: 16].

Наиболее значимой для Интернет-мемов функцией является юмористическая – 87 %, так как непринуждённый, развлекательный характер Интернет-коммуникации подразумевает потребность рассмешить читателя или собеседника.

В современном мире юмор широко распространён, но считается неоднозначным феноменом. В широком смысле юмор – это всё то, что вызывает улыбку, смех, радость и позитивные эмоции у человека. Юмор рассматривается, в первую очередь, как интеллектуальная способность подмечать в явлениях их комичные, смешные стороны. Чувство юмора связано с умением субъекта обнаруживать противоречия в окружающем мире [Психологический словарь 2002: 447].

Юмор в большинстве случаев воспринимается как положительное явление, но существуют и негативные его проявления: чёрный юмор, сарказм, насмешки и т.д. Юмор высмеивает пороки и недостатки обходительно, в отличие, например, от сатиры. Юмор служит напоминанием о том, что все недостатки – это лишь проявления любого человеческого характера [Белокурова 2005: 314].

Проблемы юмора и остроумия рассматривали философы А. Шопенгауэр, Т. Вишер, К. Фишер, Т. Липс, З. Фрейд.

Зигмунд Фрейд относит остроумие к бессознательному процессу, так как зачастую юмор является механизмом получения удовольствия. В своей знаменитой работе «Остроумие и его отношение к бессознательному» Фрейд говорит о том, что юмор может захватывать или одного единственного человека и в этом случае мы говорим об индивидуальном эффекте или двух и более людей, тогда комический эффект имеет массовый характер. В любом случае, нам кажется более дружелюбным и привлекательным индивид, использующий юмор в качестве функции установления контакта [Фрейд 2017: 207].

С 20 века проблемами юмора стали интересоваться в рамках лингвистики и смежных дисциплин: социолингвистики, психолингвистики и когнитивной лингвистики. Юмор и комическое в лингвистике исследовали С. Аттардо, В. Раскин, В. А. Пропп. С. Аттардо был первым, кто начал развивать общую теорию юмора и его проявлений, позднее В. Раскин доработал эту теорию, добавив важный элемент - «чёрный юмор». В дальнейшем В. А. Пропп в своих работах описал языковые средства создания комического. Язык представляет собой богатейший арсенал средств комизма и осмеяния. В данную категорию можно отнести любые остроты, например, каламбур, некоторые формы иронии [Пропп 1999: 114].

Речевое оформление Интернет-мемов относится к разряду «нестрогих» стилей и приближено к разговорному. На смену информативности в Интернет-мемах приходит эмоциональность, которая вызывает у читателя различного рода ассоциации.

Смысл высказывания в Интернет-мемах с кодовыми переключениями реализуется лишь при условии знания читателем того иностранного языка, который в составе переключения представлен гостевым языком. Следующим важным фактором является то, что положительная коннотация возникает лишь при понимании межъязыковой игры. Если шутка осталась непонятой, то и

явление комического для этого читателя пропадает. Чтобы Интернет-мем с использованием межъязыковой игры вызывал смеховую реакцию, в сознании читателя должен возникнуть определённый ассоциативный ряд (См. Приложение 1, *Языковой материал* 205, 235, 306, 406, 415).

Все исследуемые сайты, к которым мы обращались для выборки примеров, являются либо социальными сетями, либо чатами, целью которых является межличностная коммуникация. Тексты многих из них написаны с юмором.

Пример реализации:



(566)

В данном примере мы видим, что юмористический эффект достигается в сравнении фамилии Владимира Мономаха, с видами киноплёнки (моно, стерео, 3Dмач): имя собственное подвергается морфемному переразложению, причем первый элемент в двух случаях передан кириллицей, а второй элемент, хотя и передан кириллицей (-мач), но во всех трех случаях может в том же графическом отображении восприниматься как латиница (-mач). Третий случай можно воспринимать как полностью изображенный с помощью латиницы. Таким образом, здесь наблюдается игра не только в плане содержания, но и в плане графического выражения. Если озвучить три варианта, то возможно и фонетически неоднозначное звучание.

Как показали результаты опросов, 50 % респондентов считают, что только иностранная лексика делает Интернет-мем смешнее, остальные придерживаются мнения, что необходимо сочетать кодовые переключения с

весёлым изображением и актуальной шуткой (см. результаты опроса Приложение 3).

2.4.2. Дополнительные прагматические функции кодовых переключений в Интернет-мемах

Рекламная и обучающая функция реализуются только в Интернет-коммуникации. Под рекламной мы будем понимать функцию, целью которой является реклама того или иного продукта или услуги. В исследуемом материале, например, рекламируются группы «В контакте», в которые текст Интернет-мема призывает вступить.

Под обучающей функцией мы понимаем функцию, цель которой – доступным способом донести через Интернет-мем полезную информацию об иностранном языке. Такие мемы функционируют в группах по изучению иностранных языков: «English begin», «Deutsch online», «Spain».

Адресатная функция выявлена в 40 (6%) примеров, все – из тематических групп и сайтов для изучения иностранного языка или направленные на общение с иностранцами. При общении люди, которые не встречались ранее и не имеют представления о собеседниках, пытаются узнать их социальные роли, понять, какими качествами они обладают, наблюдая за их речевым поведением. Создатели Интернет-мема или те, кто его используют, пересылают его друзьям или выкладывают к себе в чат или на страницу, сознательно определяют круг людей, которым будет понятен смысл данного мема, заранее зная, кому именно он адресован и с какой целью.

Пример реализации адресатной функции кодовых переключений в Интернет-меме:



(594)

В тексте данного мема используется самое длинное слово немецкого языка с целью проверить знания правил чтения пользователей группы, созданной для изучения немецкого языка «Deutsch online», то есть оно адресовано людям, владеющим хотя бы минимальными навыками правил чтения немецких слов.



(670)

Текст этого мема встречается в специализированных группах и пабликах, посвящённых студенческой жизни. Авторы призывают студентов последнего курса успокоиться и писать диплом.



(449)

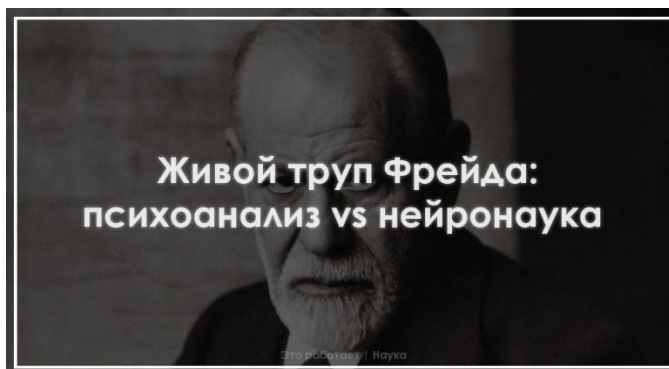
Мем (449) обращен к футбольным фанатам или людям, интересующимся футболом, так как фамилия этого игрока (Бритос) известна не каждому пользователю Интернета. Поэтому текст будет ясен всем, однако юмористический эффект будет достигнут лишь в случае, если читатель знает этого футболиста.

В Интернет-мемах выявлено 8% (54) примеров рекламной функции кодовых переключений. Реклама в Интернете – это явление привычное и повсеместное. Реклама проявляется там, где она может возыметь наибольший эффект. Реклама функционирует почти на каждом Интернет-сайте, так как доходы от её размещения идут на хостинг (обслуживание домена сайта), а другой прибыли развлекательные Интернет-страницы часто не приносят. Чтобы сделать рекламу менее навязчивой рекламодатели выбрали Интернет-мемы как наиболее привычный для пользователей способ передачи информации.



(578)

Это отсылка на Интернет-страницу, где можно заказать готовые курсовые работы, то есть, создатель рассчитывал, что мем будут просматривать студенты и те, кто интересуется языками.



(197)

В тексте этого Интернет-мема рекламируется группа «Нейронаука и психоанализ», в которую призывают вступить пользователей, приводя в пример парадоксальное высказывание, выражая сравнение или противостояние при помощи латинского сокращения «versus» – «vs».



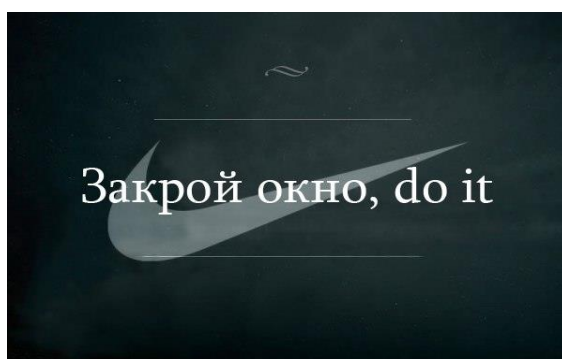
(585)

Это реклама популярного приложения для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети для мобильных устройств «Spersy» совместно с антирекламой другого схожего приложения «Instagram». Названия этих приложений даны на английском языке, это наиболее привычно для пользователей.

Цитатная функция выявлена в 74 переключений (11% от всего количества), она же является и декоративной, поскольку предполагает использование цитат и крылатых выражений на иностранном языке для украшения речи.

Существуют мемы с кодовыми переключениями, для понимания которых нет необходимости обращения к первоисточнику: фразеологизмы, идиомы, крылатые выражения на иностранном языке и т. п. На данный момент в Интернете функционирует большое количество выражений, общеизвестных для пользователей, например, «This is Sparta» - цитата из фильма «300 спартанцев» Зака Снайдера 2006 года, которая популярна до сих пор. Такие единицы отнести к средствам лингвистической интертекстуальности.

Пример реализации цитатной функции кодовых переключений в Интернет-меме:



(567)

В данном примере дана цитата из рекламной акции фирмы «Nike» – «do it», а связь с русскоязычной частью («Закрой окно») осуществлена с помощью межъязыковой игры («do it» звучит как русское «дует»).

Кодовые переключения в мемах нередко цитируют отрывки или фразы из иноязычных песен, в основном из английских. Это связано с популярностью тех или иных треков в определённый период времени, поэтому именно цитаты из популярных молодёжных песен становятся частью Интернет-мемов.



(228)



Лепра

сегодня в 1:30



Ехал Грека через apple, видит грека – в
реке pen.
Сунул Грека pen в pineapple, pen-pineapple-
apple-pen.

(34)

В первом случае (пример 228) речь идёт о песне «What is love» группы «Haddway», которая была популярна в 90 годы. Смысл медиатекста заключается в том, что все молодые люди, как только слышат имя «Владислав», которое похоже по звучанию на название и начало текста «What is love», вспоминают её и даже напевают.

Во втором случае (34) пример современного текста, который для дополнительной юмористической функции добавлен в русскую скороговорку. Это трек японского комедианта Пико Таро «Pen-Pineapple-Apple-Pen», в котором он высмеивает современные песни и указывает на то, что бессмысленный текст без видимой причины часто становится популярным и побуждает писать обдуманные и наполненные смыслом песни. Создатели Интернет-мема пошли дальше и вставили бессмысленную фразу из песни в скороговорку, которая тоже не несет особого смысла. В итоге получилась скороговорка с другим наполнением, еще более нелепая и смешная.

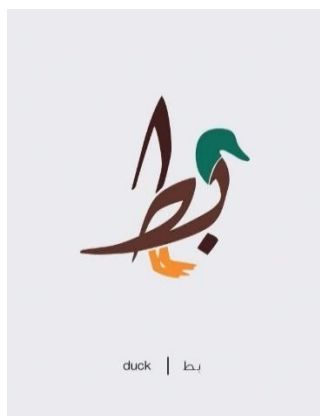
Обучающая функция выявлена в 7% (47) примеров. Главной задачей обучающих медиатекстов является помощь в изучении иностранного языка: объяснение сложных грамматических правил, объяснение лексики на понятных примерах, выявление противоречий или сходств с другими языками (чаще родным/матричным). Изначально обучающие Интернет-мемы функционировали в рамках закрытых чатов и групп языковых школ или специализированных форумах для общения изучающих иностранные языки, однако в последнее время особенно яркие и простые примеры тиражируются

вне этих сообществ. Для данных текстов характерным признаком является обязательный перевод.



(121)

Данный медиатекст предназначен для изучающих английский и немецкий языки. Высказывания составлены на основе графического и/или фонетического сходства разных по значению слов. Вместе они составляют цельные по смыслу словосочетания или предложения. Например, «Blue Blumen», что в переводе означает «синие цветы».



(143)

Этот Интернет-мем помогает запомнить написание арабского слова «утка» с помощью аналогии с изображением этой птицы.



(35)

В тексте данного Интернет-мема есть перевод слова и изображение действия, которое обозначает слово «dance» (танцевать). Характерной особенностью мемов с обучающей функцией является то, что изображение помогает запоминанию иноязычных слов.

Все вышеназванные функции сочетаются с юмористической, так как цель самого Интернет-мема развлекательная. Из этого следует вывод, что ведущая прагматическая функция для медиатекстов – юмористическая, часто реализуемая в форме межъязыковой игры.

Реализация прагматических функций зависит от мотивов общения и параметров Интернет-коммуникации, наиболее значимым из которых являются создатели Интернет-мемов [Тихомирова 2019]. Из-за креативного использования языковых единиц межъязыковую игру можно считать одним из средств создания оригинальных смыслов, новых идей, причинно-следственных связей. Благодаря такому оригинальному игровому компоненту часто создаются мемы, если говорить о межъязыковой игре, то поликодовые медиатексты и через неё реализуется наиболее частотная функция кодовых переключений – юмористическая.

2.5. Межъязыковая игра как способ выражения лингвокреативности в Интернет-мемах

Изучение личностного творческого начала является приоритетным направлением в современной лингвистике. Каждый человек сознательно или

бессознательно создаёт новые языковые единицы. Известно, что в раннем возрасте люди более охотно занимаются сочинительством, тем самым проявляют свою лингвокреативность [Тихомирова 2017].

Лишь 25 % опрошенных пользователей сами создают Интернет-мемы, а кодовые переключения в них используют лишь 9 %.

Уточнить причины использования кодовых переключений в Интернет-мемах нам удалось на основе опроса пользователей (см. результаты опроса в Приложении 3).

В большинстве случаев авторы Интернет-мемов «играют» формами гостевого и матричного языка, создавая каламбур, чтобы вызвать положительные эмоции у читателей (друзей, коллег, заказчиков и т.д. (см. результаты опроса Приложение 3)), однако можно выявить и другие формы проявления лингвокреативности авторов.

В нашем исследовании лингвокреативность авторов Интернет-мемов рассматривается как форма межъязыковой игры.

Языковая игра является важным воплощением лингвокреативности. Языковой игрой называют разного рода языковые явления: говорящий может "играть" с содержанием, формами речи. Примером могут служить каламбуры, шутки, тропы, остроты. В.З. Санников, автор работы «Русский язык в отражении языковой игры», определяет языковую игру как вид лингвистического эксперимента [Санников 1999].

Термин лингвокреативность подразумевает умение говорящего создавать новые языковые единицы – слова и словосочетания. Используя кодовое переключение, говорящий в своей речи нарушает целостность языковой системы с целью привлечения внимания.

В Интернет-среде речь в основном письменная, а главной функцией интернет мемов является юмористическая. Чтобы достичь этой прагматической функции создатели мемов используют тропы и разные коды [Тихомирова 2017].

Языковая игра чаще встречается среди отличающихся высокой степенью культуры и высоким уровнем владения литературным языком. Именно у этих лиц нарушение норм создает эстетический эффект [Земская, Китайгородская 2004: 167-190].

Важным условием формирования ассоциативного контекста межъязыковой игры является ориентация на разного рода пресуппозиции [Гридина 1997: 9].

В Интернет-мемах встречаются все виды языковой игры, которые выделял отечественный лингвист В. З. Санников: фонетические, морфологические, синтаксические, лексические, семантические и стилистические [Санников 1999]. Межъязыковая игра по сути – двунаправленная форма, содержащая оценку автора и провоцирующая оценку и реакцию читателя. Виртуальный читатель должен владеть иностранным языком, автор Интернет-мема – учитывать уровень владения, чтобы читатель смог понять не только перевод, но и юмор. Примеры: «Не щас, а moment mal», «Для знающих Language! Я не эгоистичный, я саморыба», «Если один крикнет – Ave Maria, другой ответит – Deus vult».

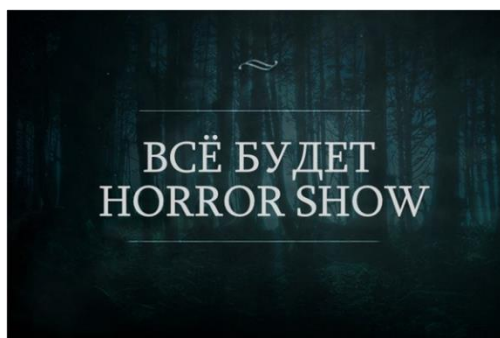
Межъязыковая игра в Интернет-мемах с кодовыми переключениями реализуется с помощью определённого набора механизмов, к которым относятся:

- омонимия;
- межъязыковые пародии;
- синтез кодов;
- стилистический диссонанс;
- клише;
- сравнения;
- лингвистический абсурд;
- рифма.

Омонимия. За счёт совпадения отдельных фонем или полного звучания языковой единицы или их комбинаций создаётся дополнительный смысл

медиатекста. Омонимия может служить средством создания комического эффекта и в Интернет-мемах.

По мнению В. З. Санникова все варианты обыгрывания звучания слов являются преобразованиями «низших языковых уровней», которые определяются строгими правилами, и нарушать которые даже в шутку неприемлемо [Санников 1999: 51]. Однако за счёт омонимии и паронимии для межъязыковой игры в Интернете, где разговорный стиль зачастую стирает нормы языка, это открывает большие возможности. Например:



(576)

«Все будет Horrorshow» (омонимичным является словосочетание «horror show», которое при произнесении напоминает русское «хорошо», однако имеет противоположное значение – шоу ужасов).



(417)

«ВаtА you doing?» (слово «вата» отчасти напоминает американский вариант произношения «what are»).



(69)

«I have a bad филин about it» (омонимия выражена в данном примере русским словом «филин», которое похоже по звучанию на английское слово «feeling» – чувство).

Межъязыковые пародии. Данный механизм основан на частично сходном звучании морфем гостевого и матричного языков, но они отличаются в графическом, фонетическом и прагматическом аспектах. Смысл пародии может быть противоположным изначальному высказыванию на матричном языке или вообще не иметь с ним связи. Примеры:



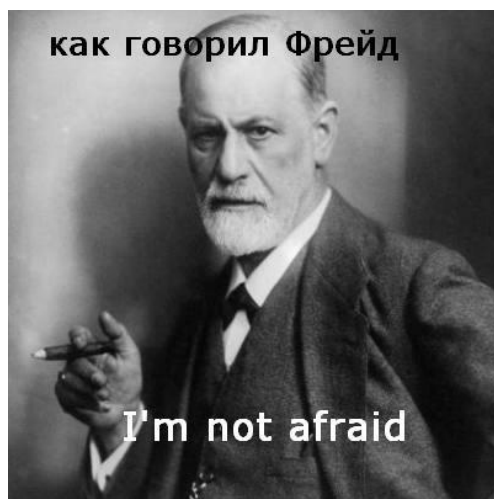
(228)

«Приезжает мой друг. Владислав? Baby don't hurt me» (пародия в данном случае основана на сходном звучании оригинала песни «What is love» и русского имени «Владислав»).

- DO YOU SPĚK КУЛИЧ? - YES I SPĚK

(32)

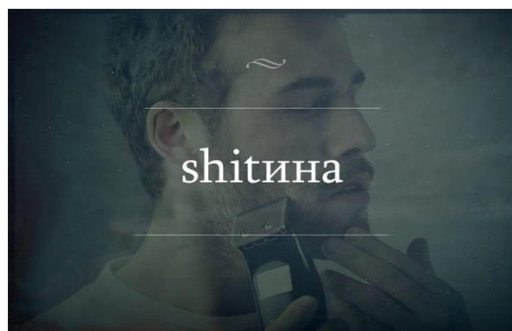
«Do you spĚk кулич? Yes, I spĚk» (обыгрывается распространенная фраза «Do you speak English», пародией является слово «спĚк» в латинской раскладке).



(565)

Межъязыковая пародия заключается в обыгрывании сходного звучания слов «Фрейд» и английского «a/fraid». Дополнительные ассоциации создаются реальным изображением Фрейда, особенности его личности и отсылка к его теориям.

Синтез кодов. Намеренное нарушение правил создания кодовых переключений, а именно смешение внутри одного слова двух или нескольких языков. В Интернет-мемах синтез кодов основан на принципе омонимии. Примеры:



(564)

«Shitина» (переключение внутри слова и объединение русского слова «щетина» и английского «shit», которое в русском просторечии может передаваться словом «фигня», выражает негативное отношение к данному явлению).



(449)

«Britos, HEBritos» (синтез кодов внутри фамилии футбольного игрока Бритоса усиливает юмористический эффект с помощью изображение бритого и небритого футболиста).



(467)

Объединение слова «love» из английского языка и слова «плов» из русского языка, создаёт юмористический эффект, так как фразу можно понять двояко: «Всё что нам нужно – это любовь» и «Всё что нам нужно – это плов». Однако изображение, на фоне которого это написано (тарелка с пловом), имеет отношение только к еде.

Стилистический диссонанс. В Интернет-среде часто пренебрегают нормами как матричного, так и гостевого языков. Юмористический эффект создаётся за счёт комбинации сниженных, разговорных единиц матричного языка и литературных единиц гостевых языков. Примеры:



(563)

«Лучший голос Европы, нате чо!» – в данном случае разговорная лексика матричного языка создаёт общую стилистическую окраску фразе, а «Dear ladies and gentelman» – официальное приветствие на английском языке создаёт контраст. Между создателем Интернет-мема, его пользователями (россиянами, не одобряющими эпатажный образ исполнителя) и людьми, голосовавшими за исполнителя Кончиту Вурст на европейском песенном конкурсе «Евровидение 2014» (европейцами, которым понравился экстравагантный певец с бородой, длинными волосами и в платье).



(118)

Достаточно комично смотрится русское слово «Kalitka» в рамке матричного немецкого языка, в котором все правила написания предложения соблюдены, гостевое слово написано с большой буквы, на латинской раскладке и ему даже присвоен артикль «die».



(160)

Частым явлением стилистического диссонанса характеризуется такой тип Интернет-мемов, как «сказки на новый лад», в них используется сниженная, обценная лексика, нецензурные выражения. «Когда кто-то позвал пожрать – I go». В данном примере мы видим сцену из мультипликационного фильма «Золушка» производства Дисней, которая (по задумке автора) согласна перекусить.

Клише из других языков. Для создания Интернет-мема часто не требуется много времени, если взять готовый шаблон и заимствовать популярные клише из других языков, то остаётся добавить лишь свои изображения и дополнения. Например: no, not bad, me gusto, forever alone, true story и т.д.

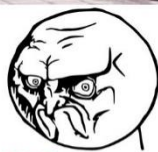
Почему все запомнят Обаму.



(514)



ПРИВЕТ ВСЕМ!
Я ФУРА.



НЕТ! ТЫ СОЗДАТЕЛЬ
ПРОБОК НА ДОРОГАХ.

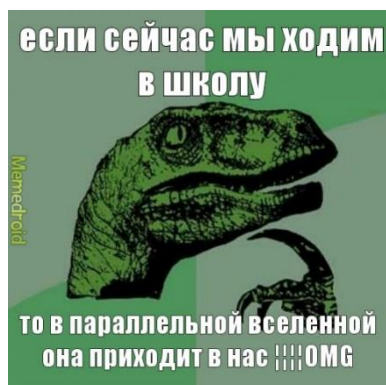
NO.

(553)



(622)

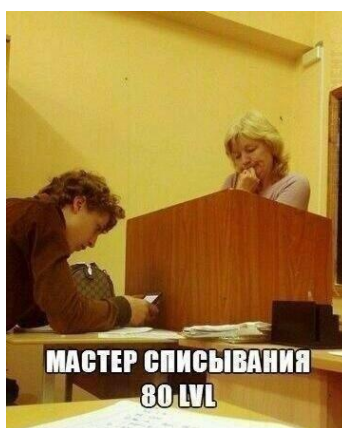
Подвидом клише являются иноязычные аббревиатуры: O.K. (okay), VIP (very important person), VS (versus), ИМНО (in my humble opinion), LVL (level). Их использование теряет актуальность в современной Интернет-коммуникации, но на начальном этапе было очень востребовано с целью экономии языковых средств.



(31)

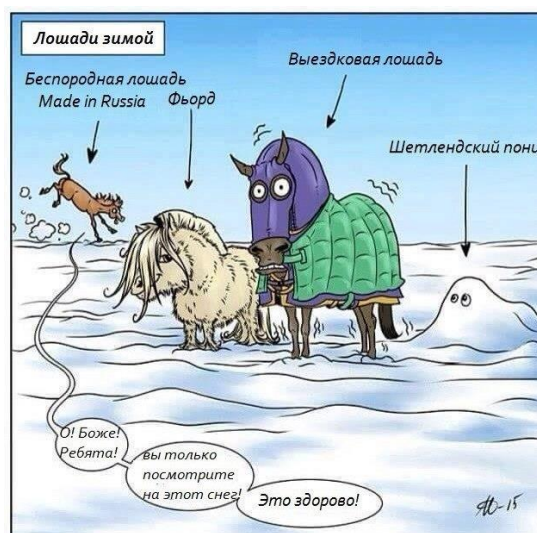


(473)



(156)

Сравнение. В медиатекстах этот механизм проявляется в сопоставлении языковых явлений на разных языках и с помощью контраста создаётся юмористический эффект высказывания в целом.



(223)

В тексте Интернет-мема содержится сравнение различных пород лошадей и их приспособленности к зимним условиям. Комический эффект достигается написанием всех иностранных пород на русском языке, а описание беспородной русской лошади, которая без труда переносит холод, на английском «Made in Russia» (сделано в России).

Дааа... Детство круто изменилось. Раньше у соседей яблоки воровали, а теперь WI-FI.



(76)

Сравнение качества жизни в СССР и современной России является предметом шуточных высказываний, например, в этом меме сравнивается детство советское и детство современное. Автор делает акцент на ценностях детей: «Раньше они воровали яблоки, теперь WI-FI (вайфай – беспроводной способ передачи Интернет-соединения)».

english	deutsch
pardon?	bitte?
please.	bitte.
go ahead.	bitte.
here you go.	bitte.
you're welcome.	bitte.
what?!	bitte?!

(659)

В данном примере мы можем наблюдать сравнение слов, обозначающих «пожалуйста» на английском и немецком языках. Юмористический эффект достигается сравнением большого количества синонимов к этому слову в английском языке и наличием всего одного на все эти случаи употребления в немецком.

Лингвистический абсурд. Высказывание может заранее провоцировать коммуникативную неудачу и вызывать недоумение у читателя. Абсурдным в мемах может быть как сама конструкция предложения, так и её смысл. Часто связи между единицами матричного и гостевого языков отсутствуют, либо перевод фразы настолько отличается, что искажает смысл, создавая юмористический эффект.

-ВИ ГОНА
 -Что с тобой?
 -РАПАПА
 -Ты болен?
 -РАПАПАП
 -Я звоню в больничку
 -ТУНАЙТ

(440)

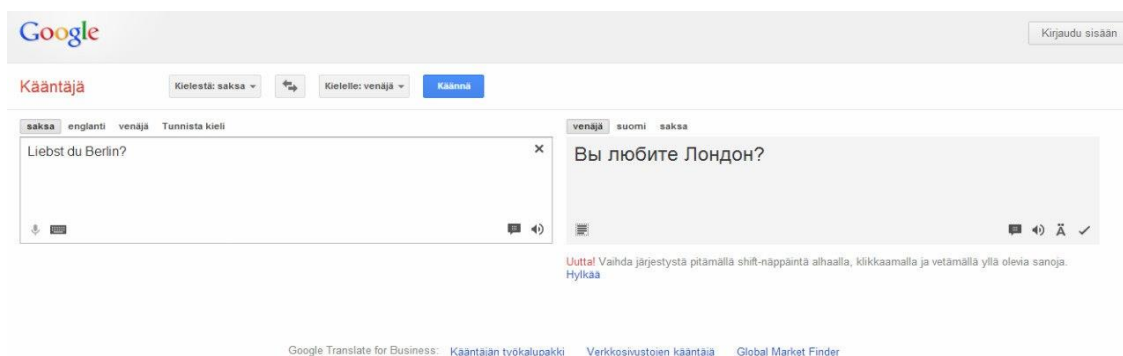
В данном случае абсурдными являются фразы одного из собеседников, который не отвечает на вопросы и не поддерживает разговор, а лишь повторяет фразы англоязычной песни «Rythm inside» бельгийского исполнителя Лоика Нотте, которая стала популярна в России после Евровидения 2016.

миниатюра "поляк и кобра":

- пшшш.
- пше пше пше.
- шшшшш.
- пше пше.

(209)

Удачно обыгрывается произношение польских слов и их схожее звучание с шипением кобры. На самом деле «пше» или на польском «prze» – это не слово, а часть слова, означающая предлог «пере». Поэтому перед нами вдвойне абсурдный диалог кобры, которая шипит, и абстрактного поляка, который произносит несвязные приставки, не имеющие смысла.



(598)

Ошибки технического переводчика – излюбленные темы для создания Интернет-мемов. В данном примере мы можем наблюдать фразу, которую требовалось перевести: «Любишь ли ты Берлин?», а переводчик, обработав, образовал в «Вы любите Лондон?». Причины таких ошибок заложены в программируемом переводчике, который имеет свой словарь, однако с большими неточностями переводит фразы и предложения, иногда ошибаясь даже в названии города.

Рифма. С её помощью медиатекст получает дополнительный юмористический оттенок, особенно, если рифмуется слово на матричном языке и гостевом. Например: sun – Сапсан, yes – геркулес, mad – дед и т.п. Рифма часто выступает одним из способов создания межъязыковой игры, которая

реализуется при помощи нестандартного использования точной рифмы. Характерными являются случаи, когда рифмуются пары слов, взятых из разных языков, в большинстве случаев это английский и русский языки. Стихотворения с иноязычной лексикой в качестве рифмы редко функционируют в Интернет-среде, в то же время являются интересными примерами для рассмотрения.



(293)

В тексте данного Интернет-мема русский выступает в качестве матричного языка, а гостевым является немецкий. Единицы гостевого языка ассимилированы: «ихь бин», «штрассе», «унд». Юмористический эффект достигается с помощью рифмы «окно» – «кавно». Слово «кавно» – это имитация произношения русского слова на немецком.



(30)

В этом медиатексте обыгрывается детский стишок:

- Гуси-гуси?
- Га-га-га.

- Есть хотите?

- Да-да-да!

Вместо последних двух фраз записаны новые на английском языке, означающие «Кто президент? Дональд Трамп». Появление этого Интернет-мема совпало с месяцем избрания Дональда Трампа президентом Америки. Смысл текста заключается в том, что даже гуси уже знают, кого избрали новым президентом США.



(470)

В данной открытке высмеивается нечистоплотность и разгульный образ жизни некоторых молодых девушек. Юмористический эффект достигается при помощи рифмы и контраста с изящной девушкой на картинке.

В ходе анализа механизмов межъязыковой игры в Интернет-мемах мы выявили, что наиболее частотными являются омонимия – 41% и клише – 23%. Сравнение и стилистический диссонанс используется в 10% случаев. Межъязыковые пародии представлены лишь в 7% примеров. Наименее частотные – рифма (5 %) и синтез кода (4 %), что обусловлено сложностью создания и восприятия данных видов мемов.

Возможности языка и потенциал адресанта в Интернет-мемах реализуются через межъязыковую игру, каламбуры, иронию и другие средств художественной изобразительности (чаще всего сатирического характера). Межъязыковая игра в Интернет-мемах всегда реализует юмористическую функцию.

Языковая игра – это возможность украсить, преобразовать или внести разнообразие в свою речь. Генерируя новые лексемы, создавая что-то свое,

представляется возможным избавиться от клише и шаблонов. Кодовые переключения изобилуют противоречиями как с точки зрения структурных характеристик, так и прагматических, однако, чем более очевидна дисгармония в высказывании Интернет-мема, тем сильнее данный текст «цепляет» и неизбежно создает юмористический эффект.

2.6. Взаимосвязь структурных и прагматических особенностей кодовых переключений в Интернет-мемах

Взаимосвязь структурных характеристик кодовых переключений с прагматическими в устной речи билингвов на русско-английском материале исследовалась в работах Г. Н. Чиршевой [Чиршева 2008; 2009]. Позже эта взаимосвязь получила подтверждение в работах на основе письменных текстов СМИ М. Г. Исаевой [Исаева 2009] и И. Ю. Мишинцевой на основе литературных текстов [Мишинцева 2011: 149].

Взаимосвязь структурных особенностей и прагматических функций кодовых переключений не всегда очевидна, однако увидеть ее важно, чтобы оценить потенциал ее симметрии или асимметрии и творчески использовать в Интернет-мемах.

Далее мы рассмотрим взаимосвязь структуры и прагматики кодовых переключений, использованных в трёх популярных Интернет-мемах.

Пример 99 (См. Приложение 1) содержит кодовое переключение на английский язык (матричный язык – русский), являющееся графически ассимилированным вкраплением «ЭПОЛ» (в переводе на русский – яблоко), представленное одним словом – существительным. Тип данного мема – весёлая картинка, где юмористическая функция реализуется благодаря значительному отступлению от оригинального плана выражения английского слова *apple* (используется кириллица), искажению фонетического облика слова, о чем свидетельствует его графическое отображение. Абсурд усиливается изображением кота и имитацией его речи. Серия таких мемов впервые возникла в паблике «Выпуклые коты».

Пример 235 (См. Приложение 1) содержит кодовое переключение на немецкий язык (матричный язык – английский), являющееся ассимилированным вкраплением «FÜNF» (перевод – пять), представленное одним словом – числительным. Тип данного мема – пародия, реализует юмористическую функцию за счёт сходства в звучании английских слов *fear* и *sex* («страх» и «пол») с немецкими *vier* и *sechs* («четыре» и «шесть»). Невербальный компонент лишь подчёркивает специфику данной ситуации и отражает саркастические высказывания Зигмунда Фрейда.

Пример 310 (См. Приложение 1) содержит кодовое переключение на английский язык (матричный язык – русский), являющееся частично ассимилированным переключением морфемного типа «loveаш» (лаваш), представленное одним словом – существительным (love – любовь). Тип данного мема – скриншот, реализует юмористическую функцию при помощи обыгрывания самого переключения, поясняя, что шаурма (любимый стритфуд молодёжи) – это очень вкусное и приятное блюдо, так как оно окутано любовью.

Юмористическая функция является ведущей для графически ассимилированных кодовых переключений, так как, вписываясь в рамку матричного языка, гостевые элементы зачастую выглядят и звучат нелепо и комично.

Попытки установить взаимосвязь структурных особенностей кодовых переключений (лексико-синтаксической характеристики, степени графической ассимиляции, типами Интернет-мемов) и пятью выявленными прагматическими функциями (адресатной, цитатной, рекламной, обучающей и юмористической) дали возможность прийти к ряду выводов.

Ведущая прагматическая функция – юмористическая – реализуется в следующих типах Интернет-мемов: пародии, весёлые открытки, демотиваторы, шаблоны, комиксы, юморески, скриншоты, стихи (пирожки и порошки), трудности перевода. Таких мемов с юмористической функцией выявлено 68%. Если демотиваторы, комиксы, шаблоны и скриншоты могут являться

примерами реализации всех пяти прагматических функций, то исключительно юмористическую передают лишь пародии, весёлые открытки, юморески, стихи и трудности перевода.

Цитатная функция в совокупности с юмористической встречается в пародиях, юморесках и шаблонах, что обусловлено краткостью высказывания внутри медиатекста (См. Приложение 1, *Языковой материал* 50, 325, 475).

Рекламную функцию отражают следующие типы мемов: рекламная визитка, пародия и шаблон. Больше количество приходится именно на рекламные визитки, что обусловлено названием типа и его целью (См. Приложение, *Языковой материал* 124, 221, 325).

Обучающая функция выражена в комиксах и трудностях перевода, это относительно новый тип Интернет-мемов и большая часть отражена именно в трудностях перевода, главной целью которых является демонстрация парадоксальных языковых явлений при переводе с одного языка на другой (См. Приложение, *Языковой материал* 40, 142, 312).

Адресатная функция представлена в «весёлых картинках» и «пародии». В рамках адресатной функции довольно часто сопутствующей становится юмористическая (См. Приложение 1, *Языковой материал* 52, 59, 221, 592).

Ниже представлена Таблица 2 с количественными данными взаимосвязи прагматических функций с типами Интернет-мемов с кодовыми переключениями.

Таблица 2

Данные анализа соотношения типов и прагматических функций кодовых переключений в Интернет-мемах

Вид прагматической функции	Общее количество примеров (проценты)	Тип	Количество примеров
Юмористическая функция	68% 455 мемов	Пародии	121
		Юморески	88
		Шаблоны	61
		Весёлые картинки	48
		Комиксы	42

		Скриншоты	35
		Стихи	19
		Трудности перевода	17
		Демотиваторы	15
Цитатная функция	11% 74 мема	Пародии	37
		Юморески	22
		Шаблоны	15
Рекламная функция	8% 54 мема	Рекламная визитка	29
		Пародии	13
		Шаблоны	11
Обучающая функция	7% 47 мемов	Комиксы	24
		Трудности перевода	23
Адресатная функция	6% 40 мемов	Весёлые картинки	31
		Пародии	9

На основе полученных количественных данных можно предположить, что в медиатекстах прослеживается определённая связь между типом и функцией, которую реализуют Интернет-мемы. Наиболее ярким примером такой связи служат типы, реализующие юмористическую функцию, так как они создаются исключительно с целью развлечения и в их названиях зачастую уже есть намёк на юмористическое содержание, например, весёлые картинки, пародии, юморески.

Определенная взаимосвязь прагматических функций кодовых переключений устанавливается и с их структурными особенностями по месту появления в речи. Так, внутрифразовые кодовые переключения (66%) связаны с реализацией четырех из пяти выявленных прагматических функций: юмористической, цитатной, рекламной и адресатной, причем часто эти функции комбинируются, например, юмористическая + цитатная, юмористическая + адресатная, рекламная + адресатная, рекламная + юмористическая» и т.д. Таким образом, внутрифразовые кодовые переключения реализуют практически все функции, это обусловлено общим

количеством примеров с данным типом переключений (См. Приложение, *Языковой материал* 50, 52, 99, 234, 310).

Выбор кода (28,4%) чаще реализуется с более «серьёзными» прагматическими функциями: рекламной, обучающей и адресатной (См. Приложение 1, *Языковой материал* 40, 142). Наиболее яркими примерами в этом плане являются обучающие Интернет-мемы, где слова на гостевом языке всегда написаны чётко, не искажаются графически и передаются в правильной форме.

Внутрисловные переключения как структурный тип встречаются редко (всего 5,6%) и представлены исключительно юмористической функцией.

Острова гостевого языка выполняют разные функции или их комбинации, а их юмористический потенциал зависит от дополнительных внешних характеристик. Например, орфографические ошибки, как в примере (390) добавляют ощущение нелепости ситуации, которая создается и с помощью видеоряда.

КОГДА ПОМЕНЯЛ ВСЕ ДАТЧИКИ, НО
"CHECK ENGINE" ЗАГОРЕЛСЯ СНОВА



(390)

В данном примере кодовое переключение на английский «check engine» является внутрифразовым (остров гостевого языка) и реализует юмористическую функцию одновременно с адресатной, так как сатирический смысл высказывания понятен лишь автолюбителям, для которых и создавался этот мем в тематическом паблике «За рулём».



(339)

Примером адресатной и рекламной функции может являться данный текст Интернет-мема, где название компьютерных игр «Dawn of war» и «C&C: RED ALERT» являются внутрифразовыми переключениями на английский язык и одновременно рекламируют серию аркадных видеоигр и адресуют их геймерам в популярной молодёжной сети «Рикабу».



Лепра

сегодня в 1:30

Ехал Грека через apple, видит грека – в реке ren.
 Сунул Грека ren в pineapple, ren-pineapple-apple-ren.

(34)

В данном примере реализуется юмористическая функция при помощи цитатной, так как внутрифразовое переключение на английский «ren», «pineapple», «ren-pineapple-apple-ren» – это цитата из текста песни корейского исполнителя Пико Таро.



(20)

Гостевой и мтаричный язык данного обучающего Интернет-мема чётко разделены. Англоязычный текст «Remember» и «Ex.: I remember this place. I was born here» является примером нового слова и предложением с его употреблением, на русском языке написан перевод лексической единицы – «помнить», пример употребления – «Я помню это место. Я здесь родился» и дано небольшое пояснение – «То есть это то, что уже есть в памяти».

- DO YOU SPĚK КУЛИЧ?
- YES I SPĚK

(32)

В данном примере мы видим внутрисловное кодовое переключение в рамках слова «spĚk», которое изначально являлось словом «speak», читатель догадывается об этом из контекста, так как фраза «Do you speak English?» является популярным для начала разговора на английском языке и шаблоном для создания Интернет-мемов. Новое слово «spĚk» – это замена русского «испĚк», так как речь идёт о празднике Пасха, когда православные люди пекут куличи. Этот пример реализует юмористическую функцию, благодаря сочетанию русского и английского в необычном контексте и с другим смыслом.

Таким образом, из вышесказанного следует, что внутрифразовые кодовые переключения, являясь самыми многочисленными в Интернет-мемах, отражают практически все прагматические функции, кроме обучающей. Обучающая

функция представлена исключительно межфразовыми кодовыми переключениями, так как имеет особую структуру, содержит пояснения и переводы на матичный язык. Внутрисловные кодовые переключения выполняют только юмористическую функцию, так как нарушение орфоэпической и орфографической целостности слова делает его нелепым и всерьез восприниматься не может.

Графически ассимилированные единицы гостевого языка в большинстве случаев реализуют юмористическую функцию, так как выглядят необычно и нелепо в новом для них графическом облике, чем сразу обращают на себя внимание читателя (См. Приложение 1, *Языковой материал* 52, 99, 234, 322, 592).

В мемах было выявлено 94 % ассимилированных кодовых переключений, которые реализуют юмористическую функцию или комбинируют ее с другими прагматическими функциями.



(122)

В примере (122) два словосочетания написаны на латинице, но первое является таким оригинально как запатентованный бренд «DOLCE & GABBANA» (итальянский дом моды, производитель туалетной воды и одежды), а второе с помощью латиницы передает русскоязычное «дольки кабана» - «DOL'KI KABANA». Юмористический эффект создается как сочетанием с изображением бекона, так и сходством в звучании (парономазией) с оригинальным названием бренда.

Таким образом, графически ассимилированные кодовые переключения в Интернет-мемах в основном выполняют юмористическую функцию. Из вышеизложенного следует частичное подтверждение ранее выдвинутой гипотезы Г. Н. Чиршевой относительно пиджинизированных вкраплений на материале текстов Интернет-мемов. Так как стиль Интернет-коммуникации приближен к разговорному, в Интернет-мемах есть все возможности для реализации юмористической функции.

2.7. Выводы по главе 2

Структурный и прагматический анализ кодовых переключений Интернет-мемов позволяет сделать следующие выводы.

В медиатекстах, функционирующих в Интернет-среде, кодовые переключения выступают как прагматический и стилистический речевой ресурс.

Структура кодовых переключений имеют следующие особенности.

1. Матричным языком в большинстве случаев является русский (94%), так как анализировались медиатексты, функционирующие в рамках Рунета (русскоязычной части сети Интернет). В небольшом количестве представлены тексты, где матричный язык – английский, так как многие англоязычные мемы переходят из глобальной сети без перевода и доступны для понимания большинства пользователей.

2. Гостевыми языками в исследуемом материале являются английский, немецкий, французский, испанский, португальский, голландский, датский, итальянский, польский, белорусский, финский, украинский, румынский латинский, ирландский, японский и китайский. Английский язык более частотный от общего количества примеров – 81%, так как является международным языком Интернета, и многие языковые единицы (например, сленговые клише, фразы из англоязычных песен или компьютерных игр) понятны для русскоязычных Интернет-пользователей без перевода.

3. Внутрифразовые кодовые переключения представлены наибольшим количеством – 66% примеров. Границы предложений в Интернет-мемах размыты, что осложняет анализ кодовых переключений по данному параметру: предложения начинаются с маленькой буквы, часто отсутствуют знаки препинания (особенно точки), которые осознанно игнорируются создателями Интернет-мемов. Это современная тенденция языка Интернет-коммуникации, экономия языковых средств, использование или подражание популярному в Рунете «олбанскому языку».

Кодовые переключения между предложениями (в рамках одного высказывания) встречаются реже - 28,4%. Наименее частотно представлен морфемный тип, выраженный соединением корней, слогов или букв из разных языков внутри слова – 5,6%.

4. Количество неассимилированных кодовых переключений (76%) превышает количество частично или полностью ассимилированных. Чаще слово гостевого языка вписывается в рамку матричного без графических изменений. Неассимилированные переключения в основном представлены английским языком. 24% переключений частично или полностью ассимилированы: трансформированы при помощи транслитерации кириллицей.

5. По объёму переключаемого сегмента в Интернет-мемах функционируют кодовые переключения как часть слова, простые слова, сложные слова, словосочетания, предложения или группы предложений. Наиболее частотными оказались словосочетания – 49% от общего количества примеров. Преобладание словосочетаний можно объяснить тем, что Интернет-клише из иностранного языка изначально преобладали во всех мемах Рунета и некоторые фразы остаются актуальными и цитируемые до сих пор. Переключение на английский и немецкий языки преобладают среди всех типов переключений по объёму переключаемого сегмента, английский представлен наибольшим числом среди всех категорий переключений, это связано с тем, что большая часть всех Интернет-мемов содержит переключения именно на английский язык.

6. В качестве кодовых переключений гостевого языка преобладают имена существительные (55%). Аббревиатуры функционируют в Интернет-мемах крайне редко – 8%. Большинство из них представляют собой устойчивые клише английского молодёжного сленга. Глаголы и словосочетания с различными глагольными формами составили 30%. В основном они представлены инфинитивами. Прилагательные появляются в 8% случаев, и в основном являются определениями к существительному и в рамках словосочетаний. Слова других частей речи (местоимения, наречия, предлоги, числительные, союзы, звукоподражания и артикли) функционируют крайне редко и представлены лишь 7%.

Среди типов Интернет-коммуникации преобладает креолизированный поликодовый мем – изображение с небольшим количеством текста. Типы поликодовых мемов, в которых реализованы кодовые переключения:

- весёлые открытки;
- демотиваторы;
- комиксы;
- пародии;
- рекламные визитки;
- скриншоты;
- стихи (пирожки и порошки);
- трудности перевода;
- шаблоны;
- юморески.

Наиболее частотными являются «веселые открытки» и «юморески», так как являются менее строгими, в отличие от демотиваторов, которые имеют строгую чёрную рамку для оформления и обязательное наличие демотивирующей надписи.

В текстах Интернет мемов с кодовыми переключениями установлено 5 прагматических функций, которые они реализуют: адресатная, обучающая, рекламная, цитатная и юмористическая.

Механизмы межъязыковой игры, реализуемые в кодовых переключениях в составе мемов:

- омонимия;
- межъязыковые пародии;
- синтез кодов;
- стилистический диссонанс;
- клише;
- сравнения;
- лингвистический абсурд;
- рифма.

Среди механизмов языковой игры, реализуемых в Интернет-мемах, ведущими оказались клише из других языков (47% примеров), наименее продуктивной оказалась рифма (3% примеров).

Главная прагматическая функция кодовых переключений Интернет-мема – юмористическая: чем больше противоречий и дополнительных смыслов, которые возникают при смене и взаимодействии языков, тем смешнее и заметнее он становится. Лингвокреативность авторов мемов позволяет усилить их юмористический эффект.

Структурные и прагматические особенности кодовых переключений в Интернет-мемах имеют определенную взаимосвязь: удалось подтвердить гипотезу о том, что неформальная речь с ассимилированными единицами гостевого языка вызывает наиболее заметный юмористический эффект.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования были решены все поставленные задачи, что позволило достигнуть цели данной работы – выявить и описать структурные и прагматические особенности кодовых переключений в Интернет-коммуникации на материале Интернет-мемов, выявить их взаимосвязь, установить специфику используемых в них механизмов межъязыковой игры.

Систематизация подходов к понятиям «кодовые переключения» и «Интернет-мем» и обобщение их основных характеристик позволили сформулировать ряд значимых для нашего исследования положений. Переключение кодов – это характерный для билингва переход с одного языка на другой в процессе устной или письменной коммуникации. Матричным языком называют язык, который создает морфосинтаксическую основу высказывания, а гостевой язык вносит в высказывание те «вкрапления», которые должны подчиняться правилам матричного языка. Переключения кодов часто служат средством украшения речи, всегда выделяются на фоне матричного языка и делают текст выразительнее.

Интернет-мем – стихийное явление современной Интернет-коммуникации, может быть представлено в виде высказывания или информации в любом виде с обязательным присутствием невербальных компонентов (изображение + текст). Мемы появляются и распространяются быстро, но в то же время стремительно теряют свою актуальность.

Проведенное исследование подтвердило нашу рабочую гипотезу, а комплексный анализ кодовых переключений в мемах позволил установить следующее.

- Основное количество кодовых переключений в мемах Рунета представлено действует в качестве матричного русский язык, реже - английский, немецкий и испанский. В качестве гостевых функционируют английский, белорусский, голландский, датский, ирландский, испанский, итальянский, китайский, латинский, немецкий, польский, португальский,

румынский, украинский, финский, французский, японский. Наиболее частотным гостевым языком является английский язык как наиболее популярный иностранный язык Рунета.

- Большая часть кодовых переключений в Интернет-мемах представлена внутрифразовыми структурами. Реже наблюдались межфразовые и внутрисловные переключения (морфемного типа).

- Графически неассимилированные кодовые переключения функционируют в медиатекстах Интернет-мемов чаще, чем частично или полностью ассимилированные. Частично ассимилированные иноязычные единицы представлены морфемными типами переключений.

- Наиболее частотными по объёму переключаемого сегмента оказались словосочетания, реже – простые по структуре иноязычные слова.

- Анализ частеречной принадлежности единиц кодовых переключений установил преобладание имён существительных и глаголов, а также сочетания со словами этих частей речи, выраженные в устойчивых словосочетаниях и клише Интернет-коммуникации.

- Анализ прагматических характеристик Интернет-мемов с кодовыми переключениями позволил выявить пять функций: юмористическую, адресатную, цитатную, рекламную, информативную. Юмористическая является преобладающей, а все остальные часто комбинируются с ней.

- Большинство кодовых переключений представляют собой примеры межъязыковой игры, которая демонстрирует лингвокреативность авторов Интернет-мемов. Механизмы межъязыковой игры, которые наблюдались в Интернет-мемах с переключениями на другие языки: клише, омонимия, межъязыковые пародии, синтез кодов, стилистический диссонанс, сравнения, лингвистический абсурд и рифма. Наиболее продуктивными оказалось обыгрывание Интернет-клише.

Интернет-мемы с кодовыми переключениями разнообразны: весёлые открытки, демотиваторы, комиксы, пародии, рекламные визитки, скриншоты, трудности перевода, шаблоны, юморески. Нам удалось дополнить

существующую классификацию следующими типами: шаблоны, пародии, юморески, скриншоты, порошки, пирожки, трудности перевода. По количеству преобладают «юморески» и «весёлые картинки», так как они представляют собой нестрогий тип Интернет-мемов, в рамках которого можно реализовать любой медиатекст с юмористическим значением и смешением единиц разных языков.

Мемы вызывают эмоции, зачастую негативные, что действует как антиреклама или чёрный пиар, в связи с чем мемы становятся более «вирусными»: легко запоминаются, быстро подхватываются и активно тиражируются в сети.

В отличие от одноязычных двуязычные или многоязычные мемы, т.е. мемы с кодовыми переключениями, вызывают больший интерес у пользователей: как свидетельствуют результаты проведенного опроса, на них обращают внимание 99 % опрошенных пользователей (см. результаты опроса в Приложении 3). С помощью кодовых переключений читатели Интернет-мемов имеют возможность увидеть основной смысл той или иной картинки или фразы в Интернет-пространстве, который автор хочет донести до пользователей [Тихомирова 2018].

Интернет на сегодняшний день – это особая сфера общения, которая реализует основные функции языка – познавательную, выразительную и коммуникативную. Все эти функции способны выражать кодовые переключения в разных ситуациях их использования в Интернете.

Перспективы исследования кодовых переключений в Интернет-коммуникации прослеживаются в следующем:

- проведении комплексного анализа на новом текстовом или медийном материале в Рунете;
- описании семасиологических и ономасиологических процессов в кодовых переключениях в мемах;

- сопоставлении кодовых переключений с разными матричными языками в составе сходных мемов, создаваемых в разных лингвокультурах;
- установлении взаимосвязи между переключениями не только лингвистических, но и культурных (социокультурных, этнокультурных) кодов;
- сопоставлении структурного, семантического, прагматического и стилистического потенциала кодовых переключений в разных сферах их функционирования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алдашева, Г. Б. Об особенностях языка средств массовой информации / Г. Б. Алдашева // Вестник университета им. С. Баишева. – Актюбинск: Изд-во АГУ, 2013. – С. 51-55. – Текст : непосредственный.
2. Атягина, А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика / А. П. Атягина: Автореферат дис... канд. филол. наук. – Омск: Изд-во ОГУ, 2014. – 22 с. – Текст : непосредственный.
3. Багана, Ж., Блажевич, Ю. С. К вопросу о переключении кодов / Ж. Багана, Ю. С. Блажевич. – Текст : непосредственный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – № 12 – том 6. – Белгород, Изд-во БГУ, 2010. – С. 63-67.
4. Барт, Р. Основы семиологии. Структурализм: «за» и «против» / Р. Барт. – Москва: Прогресс, 1975. – 157 с. – Текст : непосредственный.
5. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – Москва: Искусство, 1986. – 454 с. – Текст : непосредственный.
6. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1986. – 445 с. – Текст : непосредственный.
7. Бахтин, М. М. Творчество Ф. Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – Москва: Худ. литература, 1990. – 541 с. – Текст : непосредственный.
8. Бернацкая, А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние / А. А. Бернацкая. – Текст : непосредственный // Речевое общение: Специализированный вестник / Отв. ред. А.П. Сковородникова. – Красноярск: Изд-во Красноярский государственный университет, 2000. – Вып. 3 (11). – С. 104-110.
9. Бондаренко, С. В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ / С. В. Бондаренко: Дис... докт. социол. наук. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 2004. – 399 с. – Текст : непосредственный.

10. Борисенков, В. П. Поликультурное образовательное пространство России: история, теория, основы проектирования / В.П. Борисенков. – Москва, Ростов: Педагогика, 2004. – 576 с. – Текст : непосредственный.
11. Брейков, В. Б., Дубовский, С. В. Информационные технологии в национальном и мировом развитии / В.Б. Брейков, С.В. Дубровский. – Текст : непосредственный // Общественные науки и современность. – Москва: Наука, 2000. – № 1. – С. 67-81.
12. Броуди, Р. Психические вирусы. Осторожно / Р. Броуди. – Москва: Поколение, 2007. – 304 с. – Текст : непосредственный.
13. Быков, И. А. Интернет как средство политической коммуникации: анализ российского опыта / И.А. Быков: Дис. канд. полит.наук. – Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУ, 2005. – 198 с. – Текст : непосредственный.
14. Витгенштейн, Л. Философские исследования / Л. Витгенштейн. Философские работы Ч. 1. – Москва: АСТ, 1994. – 201 с. – Текст : непосредственный.
15. Волкова, Е. В. Лингво-культурные барьеры компьютерно-опосредованной коммуникации / Е. В. Волкова: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Ульяновск: Изд-во УГУ, 2007. – 21 с. – Текст : непосредственный.
16. Галичкина, Е. Н. Тональность дискурса системных администраторов в актуальной и виртуальной / Е.Н. Галичкина. – Текст : непосредственный // Известия Уральского государственного университета. – Астрахань: Изд-во АГУ, 2009. – № 3. – С. 121-126.
17. Голованова, Л. Н., Панкратова, Е. Н. Лингвокреативность как свойство языкового сознания личности / Л.Н. Голованова, Е.Н. Панкратова. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – Нижний Новгород: Академия естествознания, 2015. – № 3. – С. 54-57.
18. Горошко, Е.И. Интернет-коммуникация: проблема жанра. Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Межвуз. сборник научных трудов. Вып. 4. – Орел: Каргуш, 2006. – С. 165-175.

19. Горошко, Е.И. Лингвистика Интернета: формирование дисциплинарной парадигмы. Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Межвуз. сборник научных трудов. Вып. 5. – Орел: Картуш, 2007. – С. 223-237.
20. Горошко, Е. И. Гендерные аспекты коммуникаций на примере образовательных практик Интернета / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Educational Technology & Society. – Харьков, Изд-во КНИТУ, 2008. – № 11(2). – С. 388-411.
21. Горошко, Е. И. Теоретический анализ Интернет-жанров / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Жанры речи. Выпуск 5 «Жанр и культура». – Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – С. 14-19.
22. Горошко, Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Жанры речи. – Саратов: Издательский центр «Наука», 2009. – Вып. 6 «Жанр и язык». – С.11-127.
23. Горошко, Е. И. Современная Интернет-коммуникация: структура и основные параметры / Е. И. Горошко. – Текст : непосредственный // Интернет–коммуникация как новая речевая формация. – Москва: Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. – С. 9-52.
24. Гридина, Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество / Т. А. Гридина. – Екатеринбург: Изд-во УГПУ, 1997. – 225 с. – Текст : непосредственный.
25. Дедова, О. В. Лингвосомиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета) / О. В. Дедова: Автореф. дисс... докт. филол. наук. – Москва: Московский государственный университет, 2006. – 48 с. – Текст : непосредственный.
26. Демурова, Н. М. Эдвард Лир и английская поэзия нонсенса / Н. М. Дедова. – Текст : непосредственный // Topsy Turvy World. English Humour in Verse. – Москва: Прогресс, 1978. – С. 17-18.
27. Дешериев, Ю. Д. Развитие национально-русского двуязычия / Ю. Д. Дешириев. – Москва: Наука, 1976. – 366 с. – Текст : непосредственный.

28. Джуринский, А. Н. Поликультурное воспитание: сущность и перспективы развития / А. Н. Джуринский. – Текст : непосредственный // Педагогика. – Москва: Педагогика, 2002. – №10. – С. 93-95.
29. Добродомов, И. Г. Заимствование / И. Г. Добродомов // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. – 2-е изд., доп. – Москва: Большая российская энциклопедия, 2002. – 709 с. – Текст : непосредственный.
30. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – Москва: Мир, 2003. – 318 с. – Текст : непосредственный.
31. Дымарский, М. Я. Между жанром и творчеством, или становлению пирожкового мышления языковой личности / М. Я. Дымарский. – Текст : непосредственный // Жанры речи: Сб. науч. ст. Вып. 8: Памяти К. Ф. Седова. – Саратов; Москва: Лабиринт, 2012. – С. 385-390.
32. Ерофеева, Н. Увлекательный японский: Japanese for fun / Н. Ярофеева. – Москва: Япония сегодня, 1998. – 132 с. – Текст : непосредственный.
33. Земская, Е. А., Китайгородская, М.В. Русская разговорная речь / Е.А. Земская, М. В. Китайгородская. – Москва: Наука, 2004. – 378 с. – Текст : непосредственный.
34. Золотова, Г.А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса / Г. А. Золотова. – Москва: Наука, 2003. – 366 с. – Текст : непосредственный.
35. Иванов, Л. Ю. Язык Интернета: заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов. – Текст : непосредственный // Словарь и культура устной речи. – Москва: Азбуковник, 2000. – С. 131-147.
36. Исаева, М. Г. Кодовые переключения в письменных текстах СМИ (на материале русскоязычных журналов) / М.Г. Исаева: Дис... канд. филол. наук. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2009. – 262 с. – Текст : непосредственный.
37. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – Москва: Наука, 1987. – 263 с. – Текст : непосредственный.

38. Касаткин, Л. Л., Крысин, Л. П., Львов, М. Р., Терехова, Т. Г. Русский язык / Л. Л. Касаткин, Л. П. Крысин, М. Р. Львов, Т. Г. Терехова. Учеб. для студентов пед. ин-тов по спец. № 2121 «Педагогика и методика нач. обучения». В 2 ч. Ч. I. Введение в науку о языке. Русский язык. Общие сведения. Лексикология современного русского литературного языка. Фонетика. Графика. – Москва: Просвещение, 1989. – 287 с. – Текст : непосредственный.
39. Канашина, С. В. Что такое интернет-мем? / С. В. Канашина. – Текст : непосредственный // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Белгород: Изд-во БГУ, 2017. – № 28. – С. 277-283.
40. Ковалёва, С. С. Билингвизм как социально-коммуникативный процесс / С. С. Ковалёва: Дис... канд. филол. наук. – Москва: Московский государственный педагогический университет, 2006. – 144 с. – Текст : непосредственный.
41. Колонезе, Дж. Нонсенс как форма комизма / Дж. Колонезе. – Текст : непосредственный // Логический анализ языка. Языковые механизмы комизма. – Москва: Индрик, 2007. – С. 254-262.
42. Коновалова, Ю. О. Языковая игра в современной русской разговорной речи / Ю. О. Коновалова: монография. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 196 с. – Текст : непосредственный.
43. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации / В. В. Красных. – Москва: Гнозис, 2001. – 270 с. – Текст : непосредственный.
44. Кронгауз, М. А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз. – Москва: Языки славянских культур, 2007. – 250 с. – Текст : непосредственный.
45. Крысин, Л. П. О некоторых изменениях в русском языке конца XX века / Л. П. Крысин. – Текст : непосредственный // Исследования по славянским языкам. – Сеул: Изд-во Корейской ассоциации славистов, 2000. – № 5. – С. 63-91.

46. Крысин, Л. П. Кодовые переключения как компонент речевого поведения человека / Л. П. Крысин. – Текст : непосредственный // Речевое общение: специализированный вестник. – Красноярск: Изд-во СФУ, 2000. – № 5. Вып. 3 (11). – С. 61-64.
47. Ксенофонтова, И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг / И. В. Ксенофонтова. – Текст : непосредственный // Интернет и фольклор: сб. ст. – Москва: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. – С. 285-294.
48. Куликова, Э. Г. Норма в лингвистике и паралингвистике / Э. Г. Куликова. – Ростов-на-Дону: Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), 2004. – 300 с. – Текст : непосредственный.
49. Куликова, Э. Г. Язык в различных сферах коммуникации / Э. Г. Куликова: Материалы II Международной научной конференции / Забайкал. гос. ун-т; сост. Т. Ю. Игнатович, Ю. В. Биктимирова. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2016. – 291 с. – Текст : непосредственный.
50. Куманицина, Е. И. Лингвокреативный аспект англоязычной массовой коммуникации: языковая игра в британских и североамериканских медиа / Е. И. Куманицина: Дис... канд. филол. наук. – Волгоград: Изд-во ВГУ, 2006. – 220 с. – Текст : непосредственный.
51. Лисоченко, Л. В., Лисоченко, О. В. Языковая игра на газетной полосе / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко. – Текст : непосредственный // Эстетика и поэтика языкового творчества: Межвуз. сб. науч. тр. / К 95-летию со дня рождения М. А. Шолохова. – Таганрог: Изд-во Ростовского ун-та, 2000. – С. 128-142.
52. Литневская, Е. И. Психолингвистические особенности Интернета и некоторые языковые особенности чата как исконного сетевого жанра / Е. И. Литневская. – Текст : непосредственный // Вестник Московского

- университета. – Серия 9. Филология. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2005. – № 6. – С.46-61.
53. Лихачев, Д. С. Развитие русской литературы X–XVII вв / Д. С. Лихачев. – Ленинград: Наука, 1973. – 1596 с. – Текст : непосредственный.
54. Лутовинова, О. В. Лингвокультурный типаж» в ряду смежных понятий, используемых для исследования языковой личности / О. В. Лутовинова. – Текст : непосредственный // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. – Волгоград: Изд-во ЗГУ, 2009. – № 3. – С. 225-228.
55. Майорова, А. В. Языковая культура современных средств массовой информации / А. В. Майорова. – Текст : непосредственный // Филологические науки в России и за рубежом: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2016 г.). – Санкт-Петербург: Свое издательство, 2016. – С. 54-56.
56. Максименко, О. И. Поликодовый текст – ключевой элемент Интернет-дискурса (элементы восприятия и понимания) / О. И. Максименко. – Текст : непосредственный. // Филологические науки в МГИМО: Сборник научных трудов. – Москва: МГИМО(У) МИД России, 2010. – № 41. – С. 42-43.
57. Малиновский, Б. Н. История вычислительной техники в лицах / Б. Н. Малиновский. – Киев: фирма "КИТ", ПТОО "А.С.К.", 1995. – 384 с. – Текст : непосредственный.
58. Мария, А., Мария, К. Билингвизм и коммуникативная лингвистика / А. Мария, К. Мария. – Текст : непосредственный // Вестник Самарской гуманитарной академии. Сер.: Философия. Филология. – Самара: СаГА, 2007. – № 2. – С.183-184.
59. Маркова, Е. М., Григорянова, Т. Динамические аспекты лексики современных славянских языков / Е. М. Маркова, Т. Григорянова: монография. – Москва: TRIBUNEU, 2016. – 187 с. – Текст : непосредственный.

60. Матис, В. И. Теория и практика развития национальной школы в поликультурном обществе / В. И. Матис: Автореф. дис... докт. пед. наук. – Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 1999. – 353 с. – Текст : непосредственный.
61. Медведева, С. Ю. Специфика языка печати как средства массовой коммуникации / С. Ю. Медведева // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – Москва: ИНИОН, 1996. – 141 с. – Текст : непосредственный.
62. Мечковская, Н. Б. История языка и история коммуникации: от клинописи до Интернета / Н. Б. Мечковская. – Москва: Флинта-Наука, 2009. – 584 с.
63. Михайлов, В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества / В. А. Михайлов, С. В. Михайлов. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы теории коммуникации. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2004. – С. 34-52.
64. Михайлов, М. М. Двухязычие и вопросы сопоставительной стилистики / М. М. Михайлов: Учебное пособие. – Чебоксары: Чувашский государственный университет, 1984. – 84 с. – Текст : непосредственный.
65. Мишинцева, И. Ю. Переключения кодов в художественных произведениях / И. Ю. Мишинцева: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2011. – 24 с. – Текст : непосредственный.
66. Нежура, Е. А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве Интернета / Е. А. Нежура. – Текст : непосредственный // Теория языка и межкультурная коммуникация. – Курск: Курский государственный университет, 2012. – № 2. – С. 47-52.
67. Норман, Б. Ю. Лингвистика каждого дня / Б. Ю. Норман. – Москва: Флинта-Наука, 1991. – 303 с. – Текст : непосредственный.
68. Норман, Б. Ю. Язык: знакомый незнакомец / Б. Ю. Норман. – Москва: Флинта-Наука, 1987. – 168 с. – Текст : непосредственный.

- 69.Одинцова, М. С., Антонова, Н. В. Особенности идентичности людей, активно общающихся в сети Интернет / М. С. Одинцова, Н. В. Антонова. – Текст : непосредственный // Журнал практического психолога. – Москва: Фолиум, 2010. – №4. – С. 37-58.
- 70.Пойманова, О. В. Семантическое пространство видеовербального текста / О. В. Пойманова: Автореф. дис... канд. филол. наук. – Москва: Московский государственный лингвистический университет, 1997. – 24 с. – Текст : непосредственный.
- 71.Полуяхтова, О. С. Поликультурность и мультиграмотность: к вопросу о терминологии / О. С. Полуяхтова. – Текст : непосредственный // Английский язык: актуальные проблемы лингвистики и методики: материалы международной студенческой научной конференции, Екатеринбург, 21 апр. 2009 г. / ГОУ ВПО Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург: Изд-во ЕГПУ, 2009. – С. 181-186.
- 72.Пропп, В. Я. Проблемы комизма и смеха. Ритуальный смех в фольклоре (по поводу сказки о Несмеяне) / В. Я. Пропп // Научная редакция, комментарии Ю. С. Рассказова. – Москва: Лабиринт, 1999 – 288 с. – Текст : непосредственный.
- 73.Проценко, Е. А. Проблема переключения кодов в зарубежной лингвистике / Е. А. Проценко. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. – № 1. – С. 123-126.
- 74.Рашкофф, Д. Медиавирус / Д. Рашкофф. – Москва: Ультракультура, 2003. – 441 с. – Текст : непосредственный.
- 75.Рогачёва, Н. Б. Типы вторичных речевых жанров в Интернет-коммуникации / Н. Б. Рогачёва. – Текст : непосредственный. // Известия Саратовского университета. Серия «Филология. Журналистика». – Саратов: Изд-во СГУ, 2011. – Вып. 2. – Т. 11. – С. 36.

76. Розина, И. Н. Педагогическая компьютерно-опосредованная коммуникация: теория и практика / И. Н. Розина. – Москва: Логос, 2005. – 460 с. – Текст : непосредственный.
77. Рязанцева, Т. И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения / Т. И. Рязанцева. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Москва: Изд-во МГУ, 2007. – №1. – С. 202-211.
78. Самелюк, М. М. Интернет-досуг в контексте трансформации социального времени / М. М. Самелюк: Дис... канд. социолог. наук. – Москва: Изд-во РУДН, 2006. – 225 с. – Текст : непосредственный.
79. Санников, В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – Москва: Языки русской культуры, 1999. – 544 с. – Текст : непосредственный.
80. Слюсаренко, А. Е. Заимствование английских слов в японском языке / А. Е. Слюсаренко. – Текст : непосредственный // Научное сообщество студентов XXI столетия. Гуманитарные науки: сб. ст. по мат. VI междунар. студ. науч.-практ. конф. – Омск: Омский государственный технический университет, 2012. – № 6. – С. 44-48.
81. Смирнов, Ф. О. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках / Ф. О. Смирнов: Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К. Д. Ушинского, 2004. – 224 с. – Текст : непосредственный.
82. Сонин, А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов / А. Г. Сонин: дисс... докт. филол. наук. – Москва: Изд-во МГУ, 2006. – 323 с. – Текст : непосредственный.
83. Сонин, А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления / А. Г. Сонин. – Текст : непосредственный //

- Вопросы языкознания. – Москва: Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, 2005. – № 6. – С. 115-123.
84. Сорокин, Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин. – Текст : непосредственный. // Оптимизация речевого воздействия. – Москва: Наука, 1990. – С. 180-181.
85. Суперанская, А. В. Заимствование слов и практическая транскрипция / А. В. Суперанская. – Москва: Ленанд, 1962. – 46 с. – Текст : непосредственный.
86. Тарасов, Е. Ф., Школьник Л. С. Социально-символическая регуляция поведения собеседника / Е. Ф. Тарасов, Л. С. Школьник // Национально-культурная специфика речевого поведения. – Москва: Наука, 1977. – 352 с. – Текст : непосредственный.
87. Тарковский, А. А. Уроки режиссуры / А. А. Тарковский: Учеб. пособие / Публ. О.В. Тенейшвили. – Москва: Всероссийский институт переподготовки и повышения квалификации работников кинематографии, 1993. – 90 с. – Текст : непосредственный.
88. Тимофеева, Е. Е. Языковая игра как средство развития лингвокреативных способностей учащихся / Е. Е. Тимофеева: Дис... канд. пед. наук. – Москва: Московский педагогический университет, 2006. – 174 с. – Текст : непосредственный.
89. Тихомирова, М. С. Грамматические особенности внутрифразовых кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Череповецкие научные чтения – 2016: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. Е. В. Целикова. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2017. – С. 98-99.
90. Тихомирова, М. С. Жанровые особенности кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Череповецкие научные чтения – 2017: Материалы Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. Е. В. Целикова. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2018. – С. 137-139.

91. Тихомирова, М. С. Переключения кодов в Интернет-мема как проявление лингвокреативности / М. С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2017. – № 5. – С. 45-48.
92. Тихомирова, М.С. Русскоязычные варианты Интернет-мема «Keep calm» с кодовыми переключениями / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Науки и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия, достижения: сборник статей II Международной научно-практической конференции. – Пенза: Наука и Просвещение, 2018. – С. 92-95.
93. Тихомирова, М. С. Особенности прагматических функции кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Герценовские чтения – 2018: Сборник научных статей по материалам международной конференции. – Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им А. И. Герцена, 2018. – С. 190-193.
94. Тихомирова, М. С. Поликодовый текст как часть Интернет-коммуникации» / М. С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Цифровая культура открытых городов – 2018: Сборник научных статей конференции РАНХиГС. – Екатеринбург: Изд-во РАНХиГС, 2018. – С. 551-554.
95. Тихомирова, М. С. Обучающая функция кодовых переключений в Интернет-мемах / М.С. Тихомирова. – Текст : непосредственный // Лингвистика, переводоведение и методика обучения иностранным языкам: актуальные проблемы и перспективы: Сборник материалов I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (28 марта 2019 г.) / под ред. О. Ю. Ивановой. – Орёл: Изд-во ОГУ, 2019. – С. 348-354.
96. Усачёва, О.Ю. Интернет-коммуникация как лингвистический феномен / О. Ю. Усачёва. – Текст : непосредственный // Язык и культура (научный

- журнал). – Киев: Издательский дом Дмитрия Бурого, 2007. – Вып. 9. – Т. VII (95). – С. 83-90.
97. Федосюк, М.Ю. Нерешённые вопросы теории речевых жанров / М. Ю. Федосюк. – Текст : непосредственный // Вопросы языкознания. – Москва: Изд-во МГУ, 1997. – № 5, – С. 102-120.
98. Фрейд, З. Остроумие и его отношение к бессознательному ; пер. с нем. Р. Додельцева / З. Фрейд. – Санкт-Петербург: Азбука, Азбука-Аттикус, 2017. – 288 с.
99. Черниговская, Т. В. Латерализация языков у билингвов / Т. В. Черниговская. – Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного университета. – Москва: Изд-во МГУ, 1990. – № 2. – С. 15-25.
100. Чиршева, Г. Н. Основы онтобилингвологии: русско-английский материал / Г. Н. Чиршева: Дисс... докт. филол. наук. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет, 2000. – 476 с. – Текст : непосредственный.
101. Чиршева, Г. Н. Лекции по введению в билингвологию / Г. Н. Чиршева. – Череповец: ЧГУ, 2001. – 35 с. – Текст : непосредственный.
102. Чиршева, Г. Н. Билингвальная речь / Г. Н. Чиршева. – Текст : непосредственный // Вестник Оренбургского государственного университета. – Оренбург: Изд-во ОГУ, 2003. – № 4. – С. 23-29.
103. Чиршева, Г. Н. Двуязычная коммуникация / Г. Н. Чиршева. – Череповец: Череповецкий государственный университет, 2004. – 190 с. – Текст : непосредственный.
104. Чиршева, Г. Н. Принципы многоязычного воспитания / Г. Н. Чиршева. – Текст : непосредственный. // Проблемы мультикультурности и многоязычия в современной системе образования. – Narva: RAK, 2008. – С. 311-332.

105. Шамов, А. Н. Языковое сознание в овладении лексической стороной иноязычной речи / А. Н. Шамов: монография. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 323 с. – Текст : непосредственный.
106. Шилина, М. Г. Интернет-коммуникация: исследовательские концепции XXI века. К вопросу формирования понятийно-категориального аппарата / М. Г. Шилина. – Текст : непосредственный // Медиаскоп. – Москва: Изд-во МГУ, 2012. – № 2. – С. 19-25.
107. Щипицина, Л. Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа / Л. Ю. Щипицина. – Москва: КРАСАНД, 2010. – 296 с. – Текст : непосредственный.
108. Щурина, Ю. В. Интернет-мемы как феномен Интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина. – Текст : непосредственный. // Научный диалог. – Екатеринбург: ЦНИОП, 2012. – № 3. – С. 160-172.
109. Щурина, Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии / Ю. В. Щурина. – Текст : непосредственный // Вестник Череповецкого государственного университета. – Череповец: Изд-во ЧГУ, 2014. – № 6. – С. 85-89.
110. Щурина, Ю. В. Хэштег как составляющая дискурсивной практики в сети Интернет. Язык в различных сферах коммуникации / Ю. В. Щурина // Материалы II Международной научной конференции. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2016. – 291 с. – Текст : непосредственный.
111. Юнгер, Ф. Г. Игры. Ключ к их значению / Пер с нем. А.В. Перцева / Ф. Юнгер. – Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2002. – 335 с. – Текст : непосредственный.
112. Язык и стиль СМИ: учеб.пособие / сост. К. И. Шарафадина. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2016. – 228 с. – Текст : непосредственный.

113. Якобсон, Р. О. Речевая коммуникация: язык в отношении к другим системам коммуникации / Р. О. Якобсон. – Текст : непосредственный // Избранные работы. – Москва: Прогресс, 1985. – С. 306-330.
114. Brice, A.; Brice, R. Language development: Monolingual and bilingual acquisition / A. Brice, R. Brice. – Boston: Allyn & Bacon., 2009. – 416 p.
115. Burman, J. T. The misunderstanding of memes: Biography of an unscientific object / J. T. Burman // Perspectives on Science. – Boston: Allyn & Bacon, 2012. – № 20 (1) – P. 75–104.
116. Cantarotti, A. A. Lingua maternal em sala de aula de lngua estrangeira: o recurso da alternancia de codigo na fala de uma professora e o desenvolvimento da interlngua de alunos em um curso de secretariado executive / A. A. Cantarotti. – Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2007. – 20 p.
117. Crowston, K., Williams, M. Reproduced and emergent genres of communication on the World-Wide Web / K. Crowston, M. Williams // The Information Society: An International Journal. – Wailea: IEEE, 2000. – N. 16 (3). – P. 201-216.
118. DeBose, Ch. Codeswitching: Black English and Standard English in the African-American linguistic repertoire / Ch. DeBosse // Eastman, Carol (Ed.). Codeswitching. – Clevedon: Multilingual Matters, 1992. – P. 157-167.
119. Eppler, E. Code-switching in “Emigranto” / E. M. Eppler. – Vienna: English working papers, 1994. – Vol. 3. – P. 75-94.
120. Goldstein, B., Kohnert, K. Speech, language and hearing in developing bilingual children: Current findings and future directions / B. Goldstein, K. Kohnert // Language, Speech and Hearing services in Schools. – Minnesota: Ashawira, 2005. – № 36 (3). – P. 264-67.
121. Grosjean, F. Life with two languages. An introduction to bilingualism / F. Grosjean. – Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1982. – 370 p.

122. Hamers, J. F., Blanc, M. H. A. *Bilinguality and Bilingualism* / J. F. Hamers, M. H. A. Blanc. Second Edition. – New York: Cambridge University Press, 2005. – 470 p.
123. Huffacher, D. *Gender Similarities and Differences in Online Identity and Language Use among Bloggers* / D. Huffacher: MA Thesis. – Washington DC: Georgetown University, 2004. – 100 p.
124. Hunsinger, J. *Toward a Transdisciplinary Internet Research* / J. Hunsinger // *The Information Society*. – London: Taylor & Francis, 2005. – № 21. – P. 89-105.
125. Kanngieser, A. *A Sonic geography of voice: Towards an affective politics* / A. A. Kanngieser // *Progress in Human Geography*. – Callaghan: SAGE, 2012. – № 36 (3). – P. 336-353.
126. Kohnert, K., Yim, D., Nett, K., Duran, P. F., Duran, L. *Intervention with linguistically diverse preschool children: A focus on developing home language(s)*. / K. Kohert, D. Yim, K. Nett, P. F. Duran, L. Duran // *Language, Speech and Hearing Services in Schools*. – Minnesota: Ashawira, 2005. – 36 (3) – P. 251-63.
127. Lipski, J. M. *Code-switching and the problem of bilingual competence* / J. M. Lipski // *Aspects of Bilingualism* / M. Paradis (ed.). – Columbia: S.C. Hornbeam Press, 1977. – P. 250-263.
128. Markham, A. N., Baym N. K. *Internet Inquiry: Conversations about Method* / A. N. Markham. – London: Sage, 2009. – 243 p.
129. Meyer, B. *Zur Relevanz insertionaler Sprachwechsel für die gedolmetschte Arzt – Patienten – Kommunikation Sprachwechselphänomene in gedolmetschten und semikommunikativen Diskursen* / B. Meyer // *Arbeiten zur Mehrsprachigkeit*. — Hamburg: York University, 2002. – № 36. – S. 18-34.
130. Myers-Scotton, C. *Duelling languages. Grammatical structure in Codeswitching* / C. Myers-Scotton. – Oxford: Clarendon Press, 1993. – 263 p.

131. Myers-Scotton, C. Building the frame in codeswitching: evidence from Africa / C. Myers-Scotton // Topics in African linguistics / Mufwene, Salikoko S. and Lioba Moshi (eds.). – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1993a. – P. 253-278.
132. Myers-Scotton, C. Contact linguistics / C. Myers-Scotton. – Oxford: Oxford University Press, 2002. – 356 p.
133. Myers-Scotton, C. Multiple voices. An introduction to bilingualism / C. Myers-Scotton. – Oxford: Blackwell Publishing, 2006. – 472 p.
134. Papert, S. The Connected Family: Bringing the Digital Generation Gap / S. Papert. – Michigan: Taylor Trade Publishing, 1996. – 261 p.
135. Ramat, A.G. Code-switching in the context of dialect/standard language relations / A. G. Ramat // One speaker, two languages. Cross-disciplinary perspectives on code-switching / L. Milroy, P. Muysken. – Cambridge: Cambridge University Press, 1995. – P. 45-67.
136. Runkehl, J. Sprache und Kommunikation im Internet. Web. Sprache Überblick und Analysen. Monografie / J. Runkehl. – Berlin: Westdeutscher Verlag, 2014. – 234 s.
137. Sager, S. F. Intertextualität und die Interaktivität von Hypertexten / F. S. Sager // Textbeziehungen: linguistische und literaturwissenschaftliche Beiträge zur Intertextualität / Hrsg. J. Klein, U. Fix. – Tübingen: Stauffenburg, 1997. – S. 109-123.
138. Schmitt, E. Overt and covert codeswitching in immigrant children from Russia: Cross-Disciplinary, Cross-Linguistic Studies of Language Behavior. / E. Schmitt // The International Journal of Bilingualism. – Gothenburg: International Sociological Association, 2000. – V. 4. – № 1. – P. 29-44.
139. Schmitz, U. Sprache in modernen Medien. Einführung in die Tatsachen und Theorien, Themen und Thesen / U. Schmitz. – Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2004. – 220 s.

140. Slater, D. Social Relationships and Identity Online and Offline / D. Slater // Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs. – London: Sage Publications, 2002. – P.533-545.
141. Torres, L. In the Contact Zone: Code-Switching Strategies by Latino/a Writers / L. Torres. // Melus. – Oxford: Oxford University Press, 2007. – 32 (1). – P. 75-96.
142. Turkle, Sh. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet / Sh. Turkle. – London: Simon & Schuster, 1995. – 347 p.
143. Wagner, J. Mensch – Computer - Interaktion: sprachwissenschaftliche Aspekte / J. Wagner. F/M; – Berlin u.a.: Lang, 2002. – 409 s.
144. Wallace, P. The Psychology of the Internet / P. Wallace. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 263 p.
145. Weinreich, U. Languages in contact: Findings / U. Weinreich – N.Y.: Linguistic Circle, 1953. – 149 p.
146. Yates, S. T. Oral and Written Linguistics Aspects of Computer Conferencing: A Corpus Based Study / S. T. Yates // Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspective. – Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1996. – P. 29-46.
147. Zeevaert, L. Insertionaler Sprachwechsel in semikommunikativen Diskursen / L. Zeevaert // Sprachwechselphänomene in gedolmetschten und semikommunikativen Diskursen. Arbeiten zur Mehrsprachigkeit. – Hamburg: York University, 2002. – № 36. – S. 3-17.
148. Zeevaert, L. Receptive multilingualism and inter-Scandinavian semicommunication / L. Zeevaert. // Receptive Multilingualism / Thijs, Jan D. ten and Ludger Zeevaert (eds.). – Finland: University of Eastern Finland, 2007. – P. 103-135.
149. Zentella, A. C. Growing Up Bilingual / A. Zentella. – Malden, MA: Blackwell, 1997. – 323 p.

СПИСОК СЛОВАРЕЙ И СПРАВОЧНИКОВ

150. Абрамович, А. Я. Словарь Иностранных Слов / А. Я. Абрамович. – Москва: Русский язык, 1989. – 320 с. – Текст : непосредственный.
151. Белокурова, С. П. Словарь литературоведческих терминов / С. П. Белокурова. – Санкт-Петербург: Паритет, 2005 г. – 320 с. – Текст : непосредственный.
152. Матвеева, Т. В. Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 562 с. – Текст : непосредственный.
153. Психологический словарь / Под общей редакцией А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – Москва: Политиздат, 1999 – 494 с. – Текст : непосредственный.
154. Орлова, Т. Г. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / под ред. Т.А. Ладыженской, А.К. Михальской. – Москва: Флинта, Наука, 1998. – 312 с. – Текст : непосредственный.
155. Руднев, В. П. Языковая игра. Энциклопедический словарь культуры XX века: Ключевые понятия и тексты / В. П. Руднев. – Москва: Аграф, 2003. – 543 с. – Текст : непосредственный.
156. Санников, В. З. Краткий словарь русских острот / В. З. Санников. – Москва: Рукописные памятники Древней Руси, 2012. - 376 с. – Текст : непосредственный.
157. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – Москва: Флинта: Наука, 2003. – 696 с. – Текст : непосредственный.
158. Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона в 82 тт. и 4 доп. тт. – Москва: Терра, 2001. – 40 726 с. – Текст : непосредственный.

СПИСОК ЭЛЕКТРОННЫХ РЕСУРСОВ

159. Баловсяк, Н. Бум социалок продолжается. А в Рунете – особенно [Электронный ресурс]. – URL: <http://internetessa.com/2009/08/13/bum-socialok-prodolzhaetsya-a-v-runete-osobenno/> (Дата обращения: 10.11.2017)
160. Войскунский, А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.psynet.by.ru/index.html>. (Дата обращения: 06.04.2018)
161. Долгин, А.Б. Рунет: игра на опережение. Что такое web 3.0? Доклад на симпозиуме «Пути России» 27 февраля 2010 г. – [URL: <http://www.polit.ru/research/2008/04/02/web3.html>. (Дата обращения: 19.02.2018)
162. Донскова, О.А. Тенденции становления паравербальной графемики в системе Интернет [Электронный ресурс]. – URL: <http://pn.pglu.ru/> (Дата обращения: 21.04.2018)
163. Ермолкин, И.А. Интернет как средство межкультурного общения в современном мире [Электронный ресурс]. – URL: <https://rae.ru/forum2012/274/1617> (Дата обращения: 06.04.2018)
164. Киуру, К. В. Digital-жанры современного медиатекста: Pin, Insta, Twit // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2016. №1 (18) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-zhanry-sovremennogo-mediateksta-pin-insta-twit> (дата обращения: 11.06.2021)
165. Савицкая, Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Культура в современном мире [Электронный ресурс]. – URL: <http://infoculture.rsl.ru> (Дата обращения: 28.05.2018)
166. Щурина, Ю. В. Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров // Жанры речи. 2014. №1-2 (9-10) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-strukture-komicheskikh-rechevyh-zhanrov-1> (Дата обращения: 08.07.2020)

167. Интернет-мем [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-мем>. (Дата обращения: 14.03.2018)
168. Контент Рунета [Электронный ресурс]. – URL: <http://yandex.ru/КонтентРунета> (Дата обращения: 06.04.2018)
169. Данные всемирного экономического форума 2017 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.klerk.ru/soft/news/72006/> (Дата обращения: 10.06.2018)
170. Луркморье. Ру (развлекательный портал) [Электронный ресурс] . – URL: http://lurkmore.to/Keep_calm (Дата обращения: 16.10.2018)
171. Новости BBC [Электронный ресурс]. – URL: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7869458.stm (Дата обращения: 22.03.2018)
172. Gunelius, S. Technorati's State of the Blogosphere 2009 // About.com, a part of The New York Times Company. – 2010 [Электронный ресурс]. – URL: <http://weblogs.about.com/b/2009/11/12/technorati-state-of-the-blogosphere-2009.htm>. (Дата обращения: 04.07.2017)
173. Marshall, G. The Internet And Memetics. Symposium on Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission [Электронный ресурс]. – URL: <http://pespmc1.vub.ac.be/Conf/MemePap/Marshall.html> (Дата обращения: 15.06.2018). – Текст : электронный.
174. Paulus, T.M. Internet technology and social capital: How the Internet affects seniors' social capital and wellbeing [Электронный ресурс]. – URL: <http://www3.interscience.wiley.com/journal/119414150/> (Дата обращения: 10.05.2017)
175. Scott, C.R., Qian, X. Anonymity and self-disclosure on weblogs [Электронный ресурс]. – URL: <http://www3.interscience.wiley.com/journal/117979362/abstract> (Дата обращения: 31.04.2017)
176. Usage Statistics and Market Share of Content Languages for Websites, February 2018 [Электронный ресурс]. – URL:

https://w3techs.com/technologies/overview/content_language/all
обращения: 26.05.2018)

(Дата

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Примеры Интернет-мемов



(40)



(50)

Говорят, если убрать отсюда цифры, получится текст песни Radiohead

ВВЕДЕНИЕ	12
ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ...	
ТЫ ПОТЕРЯЛСЯ	22
НЕ УСПЕЛ ВЫЙТИ ИЗ ВАГОНА МЕТРО	28
ТЫ ОДИН ДОМА, А В ДВЕРЬ ЗВОНЯТ	32
ТЕБЕ ПОВСТРЕЧАЛИСЬ ЧУЖИЕ СОБАКИ	40
ТВОЯ КОШКА ЗАЛЕЗЛА НА ДЕРЕВО	48
СЛИШКОМ ЖАРКО	52
СЛИШКОМ ХОЛОДНО	62
ПОГОДА СТАНОВИТСЯ ОПАСНОЙ	71
ТЕБЯ ДРАЗНЯТ РЕБЯТА	7
С ТОБОЙ НИКТО НЕ ДРУЖИТ	8
ТЕБЯ СИЛЬНО ОБИЖАЮТ	10
ПРИСТАЁТ НЕЗНАКОМЫЙ ЧЕЛОВЕК	11
ТЫ БОИШЬСЯ ТЕМНОТЫ И МОИСТРОВ	11

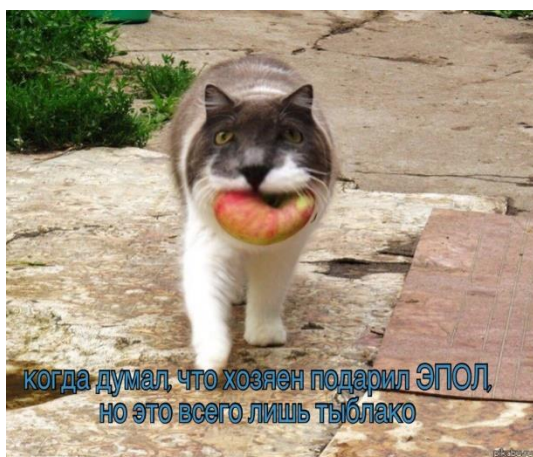
(59)



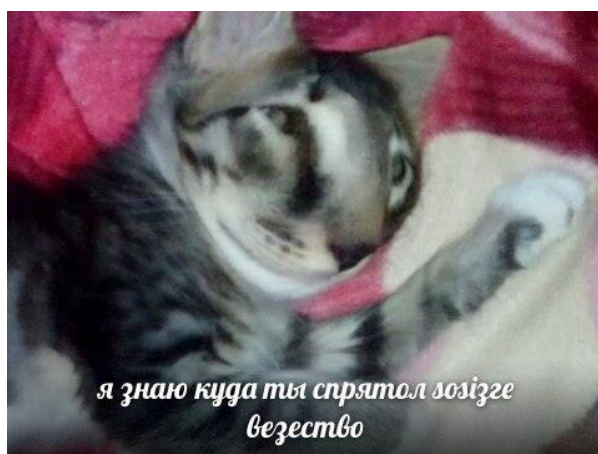
@URB_ME

[для знающих английский
лангведж]
Я не эгоистичный, я саморыба

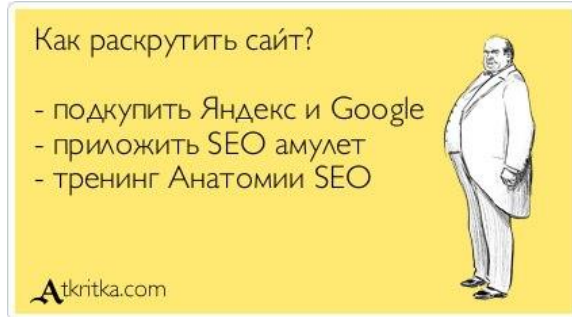
(52)



(99)



(112)



(124)



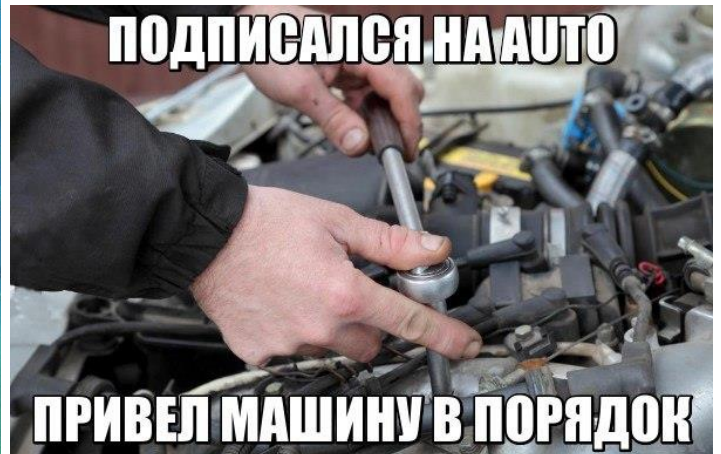
Koala | كوالا

(142)

БИОЛОГИ ЗАЯВИЛИ, ЧТО У АТЛАНТИЧЕСКОЙ ТРЕСКИ
ИМЕЮТСЯ СЛОЖНОСТИ ПРИ ОБЩЕНИИ ИЗ-ЗА
РЕГИОНАЛЬНЫХ АКЦЕНТОВ



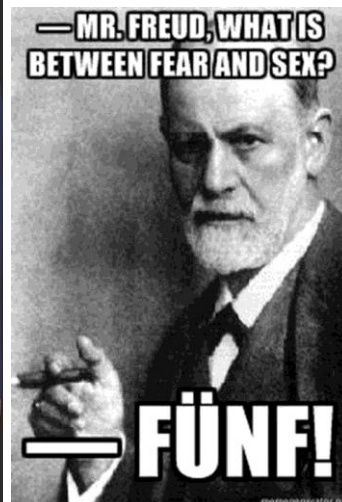
(205)



(221)



(234)



(235)

цепочка



це почка



(297)

БЕЛАРУСЬ, ТЫ ПРОСТО КОСМОС



(306)



министр лени

@ve

Шаурма окутана любовью, потому что она завернута в loveаш.

(310)



instagram.com/deutschonline

(312)

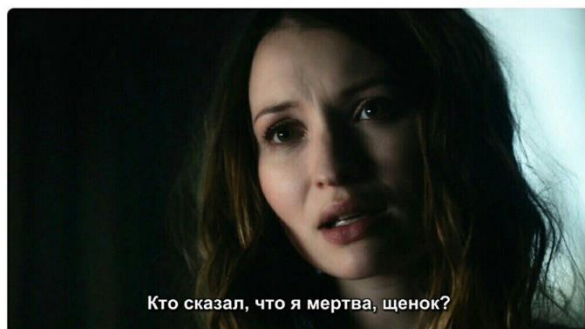


(322)



(325)

Сложности перевода, это когда ласковое прозвище рипру превращается в это



(350)

BECAUSE

/STG

BECOS

БИКОС

БЕЙ КОЗ



(406)



Dode pa?

Она тряслась в Урюпинском трамвае, давило одиночество, тоска, (не старая, домашняя, не злая), вдруг сверху по-французски: "Dode pa?"

"Мужик, француз!" - подумалось бедняжке, Париж, Шабли, Монмартр и фрикасе, багет, рокфор, в бистро вкусняшки, не веря счастью - "Кес ке се?"

И баритон почти французский, мечты и дум прервав полёт, задал вопрос на чистом русском- "Трамвай, ёпт, до депА идёт?"

(415)

ЕСТЬ ТОЛЬКО МИГ МЕЖДУ
ПРОШЛЫМ И БУДУЩИМ
ИМЕННО ОН НАЗЫВАЕТСЯ



PRESENT CONTINUOUS

(462)



(475)

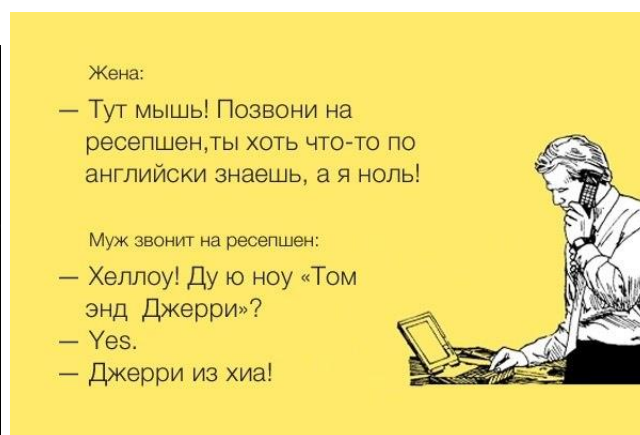
DIFFERENZE LINGUISTICHE



(487)



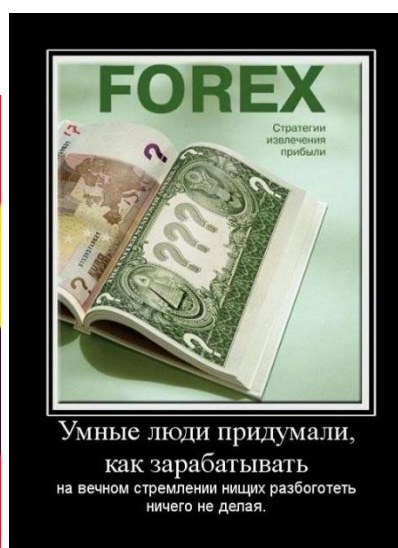
(492)



(584)



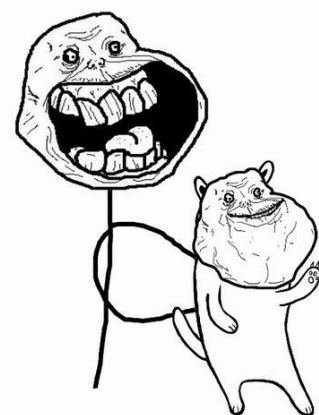
(592)



(600)



(610)

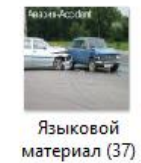
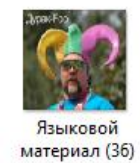
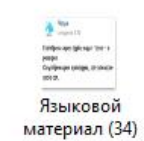
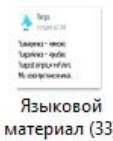
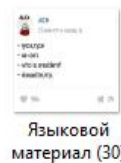
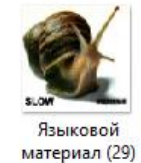
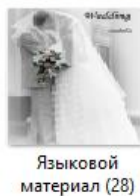
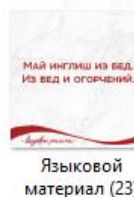
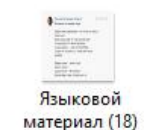
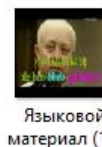
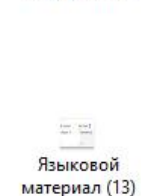
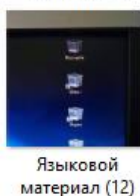
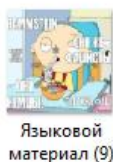
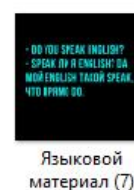
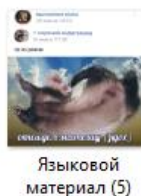
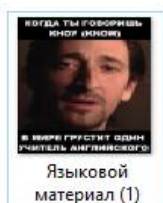


Forever с котом

(654)

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Материал диссертационного исследования (670 Интернет-мемов с кодовыми переключениями)

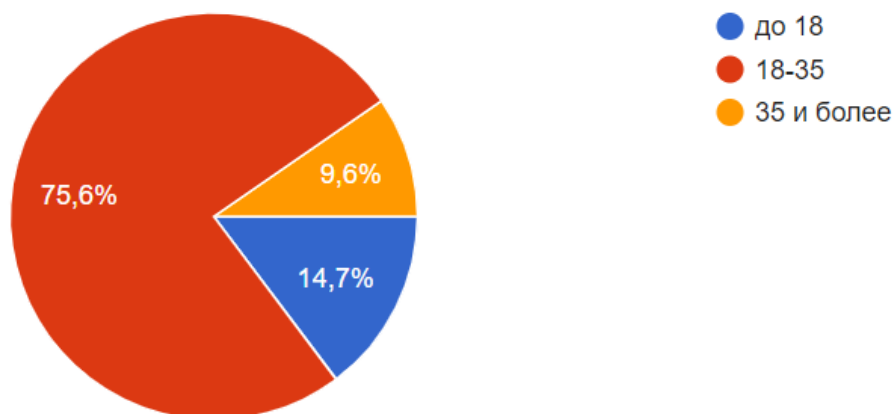


ПРИЛОЖЕНИЕ 3

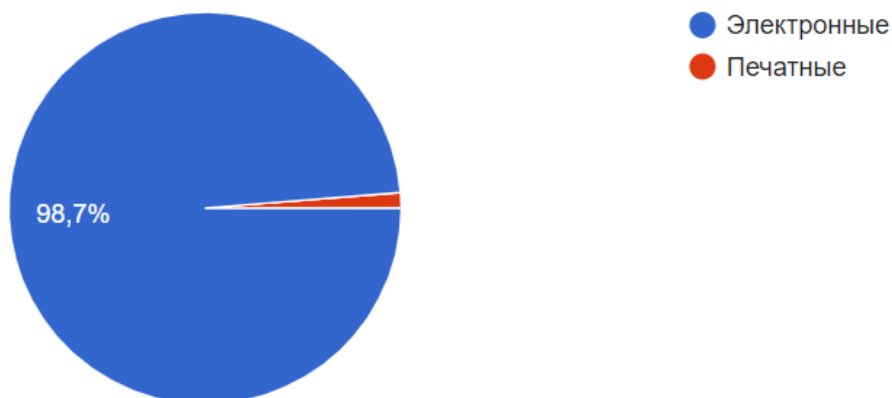
Результаты онлайн-опроса по теме «Кодовые переключения в Интернет-мемах».

Количество респондентов – 936 пользователей Рунета. Опрос проводился с марта по июнь 2020 года на платформе «Гугл Формы». На диаграммах представлены вопросы и ответы на них в процентном соотношении.

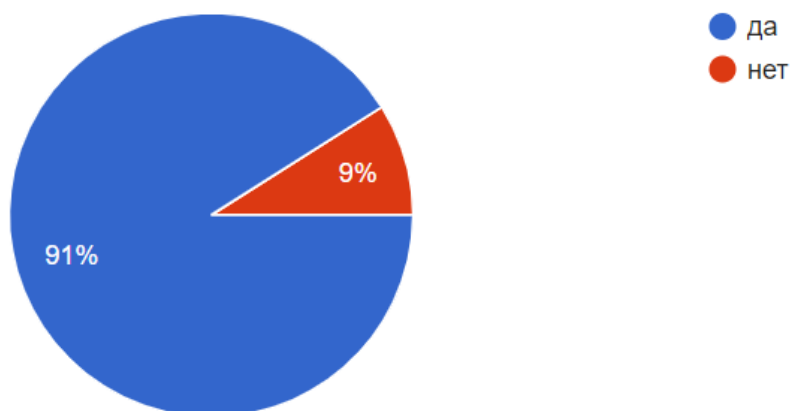
Ваш возраст



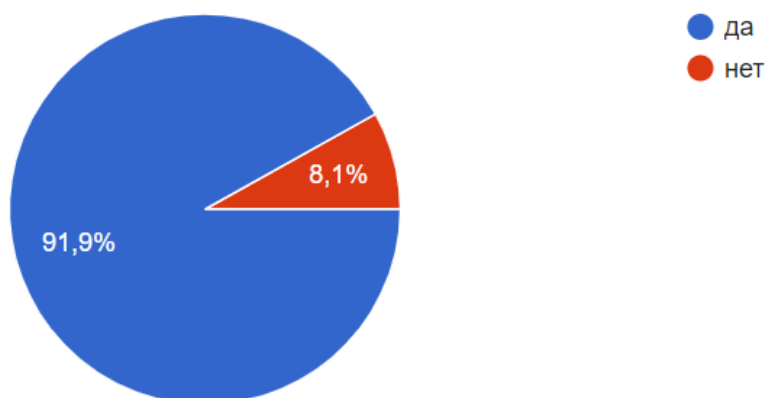
Какие виды СМИ Вы предпочитаете?



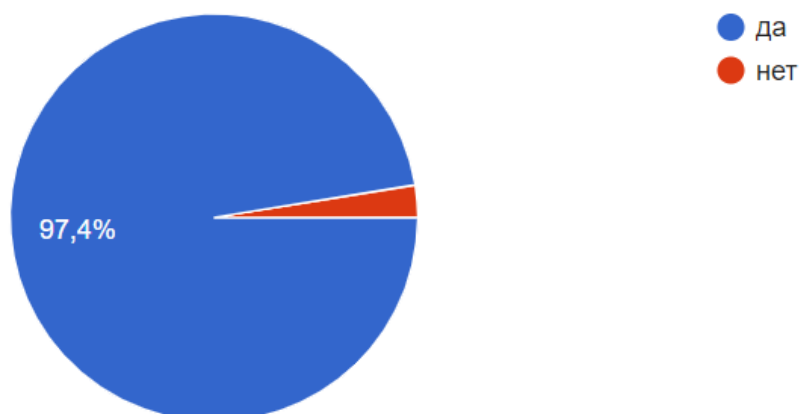
Делитесь ли Вы мемами со своими друзьями в Интернете?



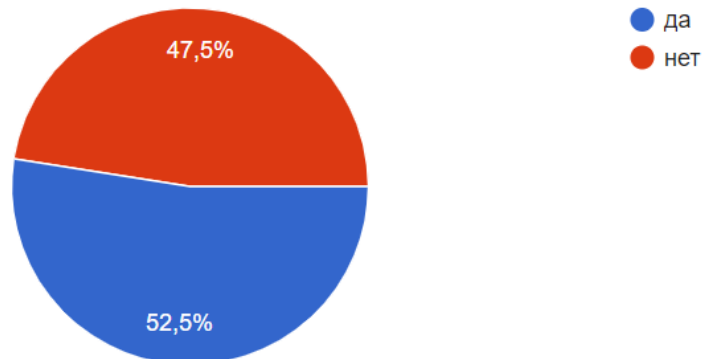
Обращаете ли Вы внимание на Интернет-мемы с иностранными словами?



Считаете ли Вы мемы популярными?

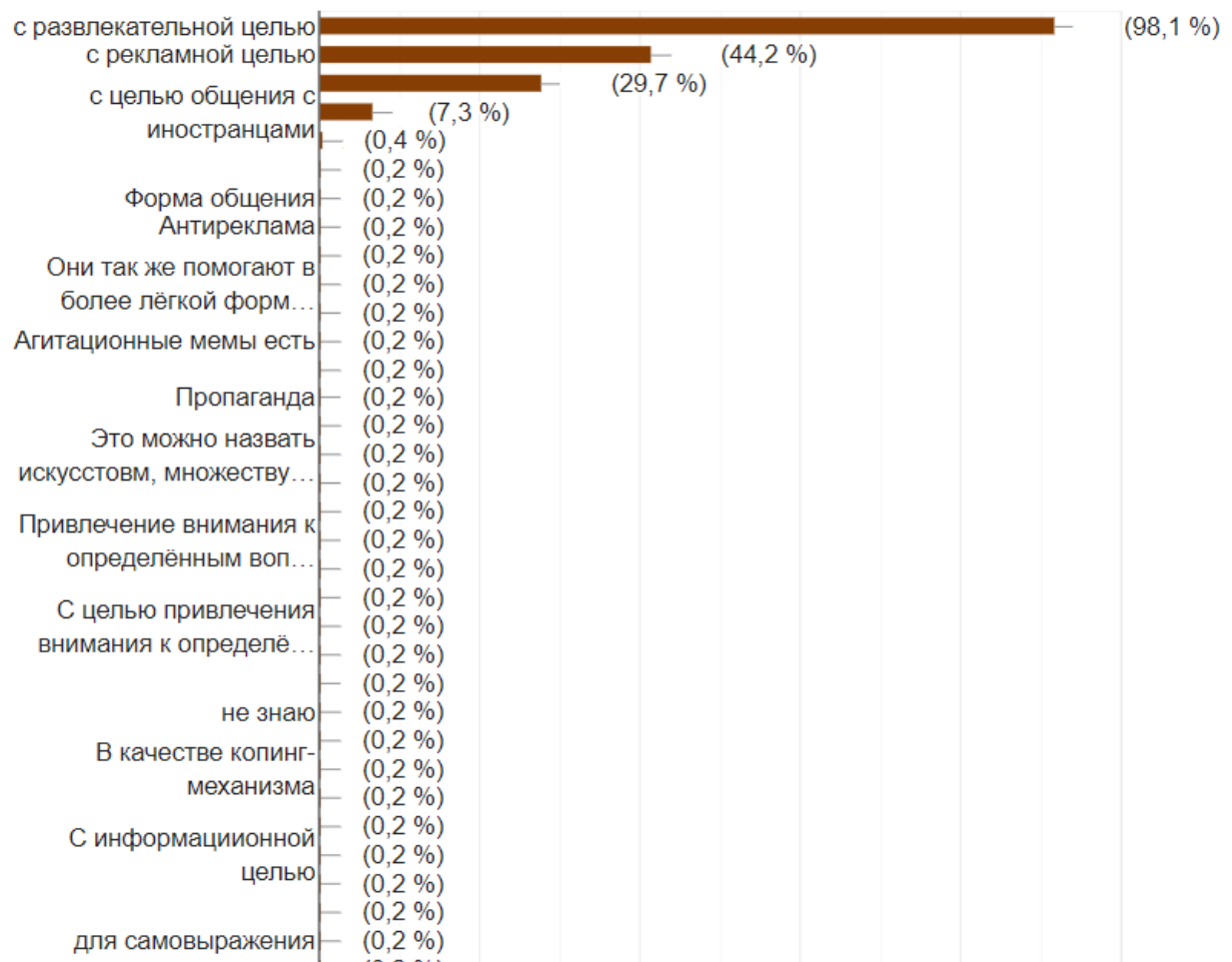


Пользуетесь ли Вы переводчиком, когда сталкиваетесь с незнакомой лексикой в Интернет-меме?

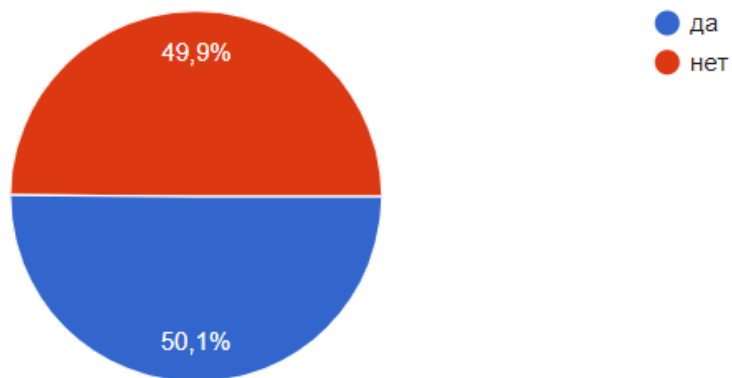


Для чего создаются и тиражируются Интернет-мемы?

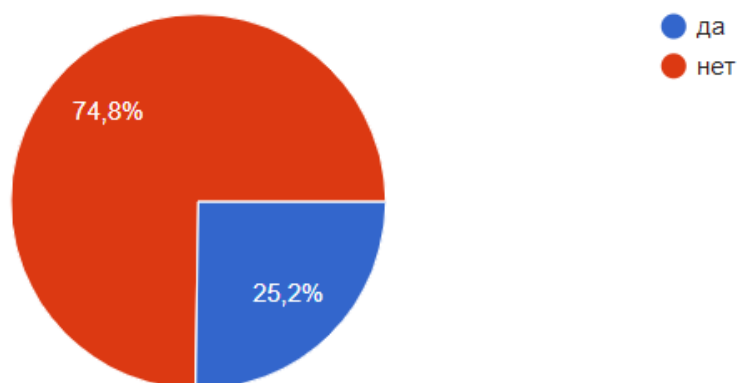
468 ответов



Считаете ли Вы, что использование иностранной лексики вместе с русской делает мемы смешнее?



Создаёте ли Вы сами Интернет-мемы?



Ваша целевая аудитория? (для авторов)

87 ответов

Человечество

14-35

Не автор

весь мир :)

18-25

не ограничена

Одногруппники

22-30

Коллеги по работе

контекстная, в зависимости от темы мема

Узкий круг лиц, в основном на работе

Создаю мемы по мотивам конкретных мероприятий. ЦА - их участники.

Мои друзья

Для друзей, локальные мемы

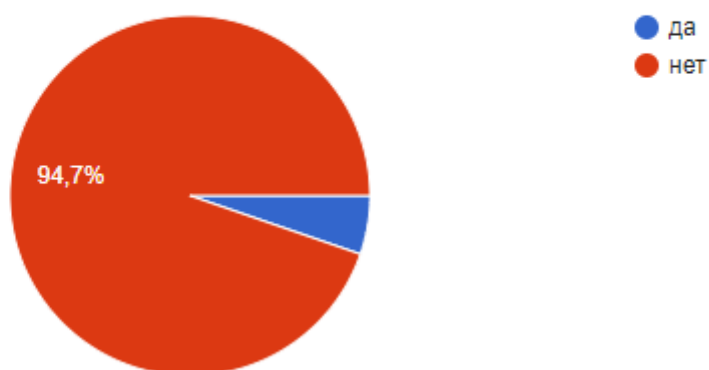
Друзья, коллеги, университетский коллектив

чатики если хочу скинуть мем которого нет

До 18

Подписываете ли Вы свои работы? (для авторов)

57 ответов



Используете ли Вы кодовые переключения? Почему? (для авторов)

63 ответа

нет
Нет
что это?
нет, что это?
Нет. Мало мемов делал.
Могу
Да, с ними мемы смешнее, но не делаю это специально
Нет, не подвернулось удачного случая
редко, когда нельзя заменить слово или имя персонажа русским аналогом