Галина Николаевна БОЕВА

«ЛИТЕРАТУРНЫЙ ИНТЕРНЕТ-МЕМ» КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Интернет-мемы с использованием литературных концептов исследуются как средство коммуникации и самоидентификации. Показывается, что одни мемы нацелены на максимальное узнавание и апеллируют к массовой аудитории, а другие, наоборот, подразумевают сужение фокус-группы. Обнаруживаются источники «литературных интернет-мемов» и их связь с злободневными реалиями. Литературная классика, которая используется в качестве прецедентной основы мемов, интерпретируется как «ядро культурной памяти». «Литературные интернет-мемы» рассматриваются в контексте культурных практик повседневности и «культуры соучастия» (Г. Джекинс).

Ключевые слова: *интернет-мем, литература, коммуникация, самоидентификация, прецедентный текст, креолизованный текст, «культура соучастия».*

Galina N. BOEVA

«LITERARY INTERNET MEME» AS A MEANS OF COMMUNICATION

Internet memes using literary concepts are explored as a means of communication and self-identification. It is shown that some memes are aimed at maximum recognition and appeal to a mass audience, while others, on the contrary, imply a narrowing of the focus group. Sources of «literary Internet memes» and their connection with topical realities are discovered. Literary classics, which are used as a precedent basis for memes, interpreted as a «core of cultural memory». «Literary Internet memes» are considered in the context of the cultural practices of everyday life and the «participatory culture» (G. Jackins).

Key words: *Internet meme, literature, communication, self-identification, precedential text, creolized text, participatory culture.*

Зарождаясь в различных интернет-сообществах (социальных сетях, чатах, форумах), интернет-мемы часто выходят за пределы глобальной сети и «прописываются» в языке повседневности, становятся основой для рекламы, проникают в СМИ. Интернет-мемы активно изучаются в контексте и жанрологии, и коммуникативистики. Главные их свойства – вирусность, способность к репликации, коммуникативная экспансия, нацеленность на комизм, быстрая сменяемость: они часто связаны со злобой дня, но одновременно транслируют базовые стереотипы, восходящие к национальной культуре – преимущественно ее прецедентным феноменам (Караулов 2007: 216).

Мем – слово, введенное в 70-е гг. Р. Докинзом (Докинз 1993), сложно поддается идентификации, особенно если говорить о его интернет-бытовании: это и «разновидность прецедентных

феноменов» (Щурина 2010, 84), и разновидность креолизованного текста (Сорокин, Тарасов 180-181) с использованием ресурсов прецедентности. «Мем обладает культурной коннотацией, предоставляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена» (Щурина 2012: 163). Такая зыбкость понятия объясняется тем, что мем возникает только в воспринимающем сознании – это явление всецело рецептивное.

Большое количество интернет-мемов эксплуатирует литературные концепты: сюжетные коллизии, образы героев, цитаты из классических произведений, репутации писателей и факты их биографии. Поскольку в России довольно долго сохранялось сакральное отношение к слову и писатели имели особый статус властителей дум и пророков, «культурный капитал» классики обладает большим весом и активно конвертируется как в «социальный капитал», так и в «символический», которые присваивает анонимный интернет-автор (Бурдье 2000), выбирая различные стратегии идентификации и повышая свой статус.

Представление интернет-пользователя о «капитале» классики преимущественно связано с отечественным литературным каноном и иронически отражено, например, в следующем меме: *«Так. Ну все. Меня не слушали, так вот они сейчас объяснят вам, в чем разница между “надел” и “одел”»* (вариант: *«У тебя три ошибки в одном слове»*) – с агрессивным видом, наступательно шествуют А. Пушкин (в центре), Н. Гоголь, Л. Толстой, Ф. Достоевский и А. Чехов.

Классическим и вообще серьезным книгам «мемотворец» противопоставляет массовую, популярную литературу, о чем мы знаем из следующего мемопризыва: *«Перестань читать “попсу”! Выбирай книги с умом»* – и дальше вместо “Алхимика” (П. Коэльо – *Г. Б.*), Дарьи Донцовой, “Духless” (С. Минаева – *Г. Б.*), Стефани Майер, “50 оттенков серого” (Э. Л. Джеймс – *Г. Б.*), Харуки Мураками, “Секрета” (вероятно, имеется в виду эротический бестселлер Л. М. Аделайн «С. Е. К. Р. Е. Т.» – *Г. Б.*), “Метро 2033” (Д. Глуховского – *Г. Б.*), “Кода да Винчи” (Д. Брауна – *Г. Б.*), “Трех метров над небом” (Ф. Моччиа – Г. Б.) предлагаются соответственно ...10 книг по теоретической физике Л. Ландау. Приведенный мемосюжет дает уникальный срез читательских интересов в области популярной литературы прошлого десятилетия (сегодняшний срез выглядел бы иначе), причем отечественные писатели-беллетристы, отвергаемые как «попсовые» и противопоставленные канону, помещены в контекст массовой западной литературы.

Вот еще один такой сюжет, «размыкающий» русскую литературу в мировую и лаконично, с помощью приема параллелизма, определяющий литературную репутацию писателя, особенности его художественного мира и поэтики: *«Достоевский убивает личность;*

Оруэлл убивает надежду; Сэлинджер убивает молодость; Кафка убивает радость; Кастанеда убивает сознание; Керуак убивает поколение; Полозкова убивает поэзию; Донцова убивает интеллект; Р.Р. Мартин убивает всех».

Откуда авторы мемов черпают информацию о своих героях? Огромный океан возможностей, неисчерпаемый источник сведений, Рунет облегчает возможность творчества, предлагая для него и мемогенераторы в качестве формы, и контент: специально подобранные информационные ресурсы, в которых можно узнать о классиках все – от хрестоматийных до малоизвестных фактов, - например, какого роста был А. Пушкин и какое место в рейтинге класса по успеваемости он занимал. Здесь из разных компилятивных и часто анонимных статей мы узнаем, что И. Тургенев смеялся истерическим смехом, был меланхоликом, любил петь и периодически падал в обморок, что И. Крылов был автором 236 басен, любил поесть и поспать, обожал животных и мог на спор выучить древнегреческий. Реальные и вымышленные факты в таких подборках перемешаны (миф, как известно, вариативен и принимается на веру), и следует признать, что самыми «вирусными» из них оказываются все же те, которые выучены на школьной скамье.

В качестве примера приведу обнаруженный в Рунете материал, «пропагандирующий» интересные факты о ключевых фигурах русской литературы. Об А. Пушкине мы узнаем, что он предпочитал пить шампанское «Вдова “Клико”», носил бакенбарды, фрак, галстук, цилиндр и трость, любил бокс, карты и дуэли, ценил маникюр, имел талисман, делал долги, увлекался женщинами и т. п. (Интересные факты… http). Все эти атрибуты пронумерованы и изображаются вокруг классика.

М. Лермонтов же был любимым внуком и потомком шотландцев, рос болезненным ребенок, а стал героем-любовником, остряком, светским львом, хотя и не красавцем, автором скабрезных, «гусарских» стихов, прослыл «новым» Пушкиным, но оставался мистиком.

Еще более противоречивой и загадочной фигурой оказывается А. Чехов: мы узнаем, что он носил пенсне, творил только в чистой рубашке, пиджаке и бабочке (что очевидно не может быть правдой), имел дома живность – мангуста и двух такс, предпочитал карасей в сметане и пр.

В. Маяковский предстает левшой гигантского роста, курильщиком и любителем вина, педантом и азартным игроком, франтом и собачником, художником и молизмофобом.

О С. Есенине узнаем многое: цвет глаз и волос, особенности фигуры и улыбки, об успехе у женщин и количестве жен, о самопиаре и незнании иностранных языков, об алкоголизме и атеизме, о

пристрастии к трубке и непростых отношениях с В. Маяковским.

По поводу М. Горького нам откроют секрет его истинной фамилии, сообщат, что он сирота и интеллектуал, курильщик и разнорабочий, пироман и атеист, трудоголик и эмигрант, газетчик и буквоед, коллекционер и широкая душа, наконец, социал-демократ.

Составить из этих разрозненных фактов какие-либо целостные представления о писателях крайне сложно: в них перемешаны правда, полуправда и неправда. Чаще всего интернет-творцы некритично тиражируют стереотипы из школьной (в том числе «советского образца») программы по литературе, воспроизводя факты писательских биографий, базовые литературные концепты (такие, как «лишний человек» и «тургеневская барышня») и прецедентные фразы. В Рунете эта связь тоже отрефлексирована, например, в контенте под названием «10 главных мемов русской классической литературы» (10 главных мемов… http), под которыми понимаются прецедентные феномены – уже упоминавшаяся «страдательность» русской литературы, «ногти Пушкина», «гений чистой красоты», «борзые щенки», «второй том “Мертвых душ”», дед Мазай, «непонятная Россия» (из стихотворения Ф. Тютчева «Умом Россию не понять…» – Г. Б.), Левша, унтер Пришибеев, Полиграф Полиграфыч Шариков. Каждый из перечисленных концептов потенциально может стать сюжетной основой для мема.

Из интернет-исследования «Лев Толстой как герой поп-культуры» (Тулякова http) видно, какое множество фактов жизни и творчества великого писателя нашло отражение в живописи, карикатурах, театральных постановках, экранизациях, музыке, интернете. Перечислю некоторые из них, самые неочевидные для современного массового сознания: «грешник», «гимнаст», «сапожник», «педагог», «вегетарианец». Очевидно, что большая часть составляющих многогранного облика Л. Толстого не пригодится «мемотворцу» и никогда не станет «мемогенераторами» и «мемоимпульсами»: нет шансов быть узнанным, слишком сложно и, в конечном счете, не достигает коммуникативного эффекта. Бить надо без промаха – а потому «выстрелит» или дуб Андрея Болконского, или многостраничность романа-эпопеи, которая, кстати, здесь тоже представлена – как рецепция Л. Толстого Хемингуэем (поверхностный смысл ее сводится к следующему: «Толстой – автор пространных рассуждений, которые можно пропустить»).

Впрочем, из этого правила есть исключения – те интернет-мемы, которые заведомо не «для всех», а для избранных. Коммуникативный эффект здесь достигается путем намеренного сужения фокус-группы, что связано с желанием позиционировать себя как представителя культурного меньшинства. Не про Муму и не про деда Мазая и зайцев, о которых с детства знают все, адресованные одновременно и

профанам, и «ценителям», такие мемы по-снобистски ироничны и двуплановы: *«Эрих и Мария Ремарк в гостях у Салтыкова и Щедрина. Санкт-Петербург. 1907»*. Самым известным опусом подобного рода стала появившаяся в 2011 г. серия мемов о «филологической деве», превратившейся в популярный мем-персонаж (Филологическая дева http). Прототипом этих мемов-эдвайсов (т. е. картинок с персонажами на цветном фоне) стала британская писательница первой половины XX в. В. Вулф – представительница литературного кружка «Блумсбери», феминистка, автор модернистских романов с использованием приема «потока сознания». Эти мемы представляют собой изображение писательницы, олицетворяющей тип «филологической девы», в сопровождении иронических подписей: это шутки филологов о себе («внутрицеховое»), шутки над «непосвященными» («филологическая дева» о неофилологах) и, наконец, шутки «непосвященных» над «филологической девой», включая шутки над ее карнавально-сниженным вариантом – «нефилологической девой». Иногда граница между всеми этими оттенками почти неуловима: *«Ты читал Бальзака? Получили по лицу, невежда!»* Таким образом, мем стал самоидентификатором, повышающим собственный социокультурный статус.

Интернет-мемы подобны бабочкам-однодневкам: они быстро зарождаются, распространяются – и так же быстро становятся неактуальными. Их фонд постоянно обновляется. В соответствии с их нацеленностью на коммуникацию, многие из них «сочинены» на злобу дня – например, по поводу пенсионной реформы: *«Чехов умер в 44 года. Пушкин в 37. Есенин повесился. Маяковский застрелился. А что ты сделал для пенсионного фонда?»*.

Эпоха пандемии тоже не могла обойтись без классиков и породила немало мемоопусов: *«Кто-то чихнул на мою книгу – и я ее сжег»* (Н. Гоголь); многочисленные вариации *«Пушкин в Болдине»* и *«Пушкин в самоизоляции»* (изображение поэта в маске). А. Пушкина видим и в ситуации «Прощай, свободная стихия!»: *«Таня поедет на море, / Поедут и Саня с Илюхой. / А я никуда не поеду… / Если только кукухой»*. Маску «надели» С. Есенин (*«Лицом к лицу лица не увидать – Мы в масках и давай на расстоянии»*) и И. Бродский со своими «изоляционными» стихами *«Не выходи из комнаты…»*. Конечно, снова пригодился А. Пушкин: в пародии на мем «Наташа и коты» размноженные симулякры, изображающие поэта, склоняются над хозяйкой вместо котов: *«Наташ, уже можно выходить!»*

Таким образом, интернет-мемы с использованием литературных концептов не только выполняют коммуникативную функцию, но и служат средством самоидентификации. Показывается, что одни мемы нацелены на максимальное узнавание и апеллируют к массовой

аудитории, а другие, наоборот, подразумевают сужение фокус-группы. Литературная классика, которая используется в качестве прецедентной основы мемов, выступает для пользователей сети в качестве «ядра культурной памяти». Интерактивность, «вирусность» и связь «литературных интернет-мемов» с злободневными реалиями позволяют их интерпретировать в контексте культурных практик повседневности и «культуры соучастия» (Г. Джекинс).

Список литературы:

10 главных мемов русской классической литературы. URL: https://slovesnik.org/kopilka/ot-smajlika-do-selfi/top-desyat-memov-russkoj-klassiki.html (дата обращения 07.08.2020).

Бурдье П. Поле литературы // Новое литературное обозрение. 2000. № 45. С. 22–87.

Докинз Р. Эгоистичный ген. М., 1993. 318 с.

Интересные факты о Пушкине. URL: https://interesnyefakty.org/interesnyie-faktyi-o-pushkine/ (дата обращения 07.08.2020).

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 2007. 264 с.

Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М., 1990. С. 180-186.

Тулякова А. Лев Толстой как герой поп-культуры. URL: https://arzamas.academy/mag/444-tolstoy (дата обращения 07.08.2020).

Филологическая дева. URL: https://memepedia.ru/filologicheskaya-deva/ (дата обращения 07.08.2020).

Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Вып. 3. С. 160-172.

Щурина Ю.В. Комические крелизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестник Новгородского государственного университета. 2010. № 57. С. 82-86.

Боева Галина Николаевна – доктор филологических наук, профессор кафедры рекламы и связей с общественностью Института бизнес-коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна (г. Санкт-Петербург), *g_boeva@rambler.ru*