*Алена Вячеславовна ЛЕБЕДЕВА*

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕМОВ В КОСМЕТОЛОГИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

*Статья посвящена реализации мемов в узкоспециальном профессиональном дискурсе. Цель статьи заключается в анализе модификации мемов в профессиональном дискурсе на примере пространства косметологического дискурса. Базой исследования является контент в социальных сетях и мессенджерах 10 косметологических клиник и 5 страниц врачей–косметологов, которые используют мемы в продвижении товаров и услуг. В результате исследования выделены наиболее частотные функции мема в качестве единицы профессионального дискурса, произведен анализ модификации общеупотребительных мемов в рамках косметологического дискурса.*

Ключевые слова*: мем, косметологический дискурс, речевая стратегия, речевая тактика, профессиональный дискурс.*

*Alyona V. LEBEDEVA*

# THE USE OF MEMES IN COSMETOLOGY DISCOURSE

*The article is devoted to the implementation of memes in a highly specialized professional discourse. The purpose of the article is to analyze the modification of memes in professional discourse on the example of the space of cosmetological discourse. The base of the study is the content in social networks and messengers of 10 cosmetology clinics and 5 pages of cosmetologists who use memes to promote goods and services. As a result of the study, the most frequent functions of a meme as a unit of professional discourse are identified, and the modification of commonly used memes within the framework of cosmetological discourse is analyzed.*

Keywords*: meme, cosmetological discourse, speech strategy, speech tactics, professional discourse.*

Медиатизация и коммерциализация медицинского дискурса – это актуальные процессы, обусловленные изменением роли медицины в жизни человека и ее экспансией в другие сферы жизни общества.

Одним из дискурсов, наиболее активно взаимодействующим с рекламным, сетевым и медиадискурсами, является косметологический дискурс, являющийся субдискурсом медицинского дискурса и обслуживающий деятельность косметологов и косметиков–эстетистов, а также профессиональную и непрофессиональную коммуникацию в сфере косметологии. Междискурсивное взаимодействие

косметологического и сетевого дискурсов обусловлено культом красоты и молодости в современном обществе, и, как следствие, возрастающей потребностью человека в эстетически привлекательной внешности, что обусловлено увеличением присутствия социальных сетей в жизни человека.

Частичное слияние косметологического и рекламного дискурсов происходит вследствие коммерциализации медицинского дискурса в целом, ввиду необходимости клиник и практикующих врачей–косметологов проинформировать потенциальных клиентов о своей деятельности, выделиться среди конкурентов.

В рекламных текстах в косметологическом дискурсе применяется достаточно широкий спектр стратегий и тактик для суггестивного и манипулятивного воздействия на реципиента.

Одна из наиболее популярных – использование мемов в качестве нативной рекламы.

Целью исследования является анализ модификации мемов в профессиональном дискурсе на примере пространства косметологического дискурса.

В исследовании были использованы компонентный, корреляционный и эмпирический методы анализа изучаемого материала. В ходе исследования был произведен анализ лексического, словообразовательного и семантического уровней языка, а также невербальный компонент исследуемых мемов с целью выявления маркеров косметологического дискурса (трансляция узкоспециальных знаний, использование терминологического аппарата, репрезентация специфического содержания корневых концептов косметологического дискурса).

И. В. Рогозина, обобщая наиболее крупные исследования мема, выделяет несколько трактовок мема как феномена массовой культуры (Беседина В.Г., Бортников Н.А, Броуди Р.), как единицы социально–культурного контента (Бударина О.А., Глазков А. В.), а также как нового вида полимодального дискурса (Рогозина, 2023).

Е. А. Глазкова делает вывод, что большинство ученых–лингвистов сходятся во мнении, что основным параметром определения мема должно быть «понимание того, что сам термин должен обозначать некую единицу, которая условно может быть названа «носителем культурного смысла», маркером «культурной» ситуации, «культуры» (такое понимание сложилось на основе трудов Докинза)» (Глазкова, 2020: 38).

Однако С. В. Канашина, рассматривает мем как особый вид полимодального дискурса, реализующийся через вербальный и визуальный каналы предоставления информации. Однако исследователь отмечает, что в свете семиотического подхода мем рассматривается как сложный знак. Такая точка зрения обусловлена лингвовизуальным единством содержания и лаконичностью выражения (Канашина).

Мем, совмещая в себе вербальную и невербальную информацию, обладает хорошей способностью к компрессии сообщаемого, а также имеет большой потенциал для сообщения имплицитной информации, в особенности содержащей оценочный компонент значения.

Также мем как часть сетевого гипертекста несёт в себе эмоциональную привязку и узнаваемость в широком круге реципиентов, что способствует переносу положительной оценки мема на контент, его интерпретирующий.

В современном сетевом дискурсе трансформация мема согласно закономерностям коммуникативного пространства профессионального дискурса используется достаточно активно, например, в медицинском (Дугалич, 2025), юридическом (Фрисова, 2022), педагогическом (Хустенко, 2021) дискурсах.

В ходе анализа 50 единиц мемов, реализуемых в косметологическом дискурсе, нами было установлено, что цели использования мема в коммуникации может варьироваться в зависимости от от состава участников конкретного коммуникативного события.

Мы выделили наиболее частотные функции мема в качестве контента для коммуникации в рамках конкретного профессионального дискурса:

1. Манипулятивный потенциал контента с целью привлечения внимания потенциального потребителя продукта или услуги реализуется за счет демонстрации узнаваемых объектов:




[1]

2. Парольная функция с целью заинтересовать узкую целевую аудиторию – специалистов косметологической индустрии. Для понимания мемов этой группы реципиенту необходимы специальные знания и владение терминологическим аппаратом отрасли:




[2]

3. Суггестивная функция с целью расширения развлекательного контента для целевой аудитории, а также повышение лояльности аудитории путем сокращения дистанции между врачом и пациентов:

[1]Публикация от 04.03.2025 . Чат в телеграмме Косметология /Дерматология . Режим доступа: https://web.telegram.org/a/#–1001184034389

[2]. https://ru.pinterest.com/



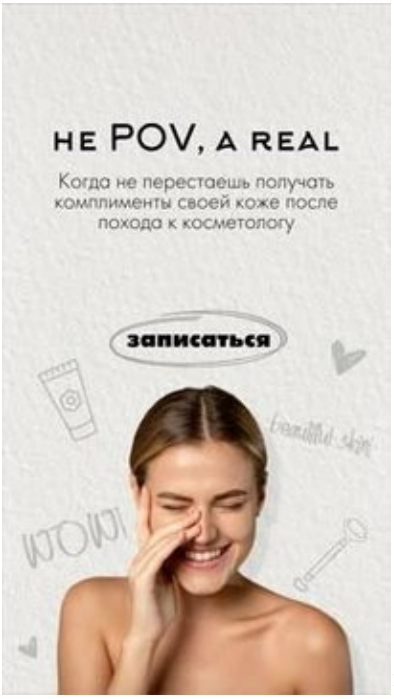
[1]

Отметим, что суггестивный потенциал мема реализуется в большей мере за счет невербальных средств коммуникации – визуального и\или аудиального сопровождения текста, что позволяет имплицитно создать нужный продуценту образ сообщаемого.

Косметологический дискурс как институциональный профессиональный дискурс трансформирует уже известные в общем коммуникативном пространстве мемы согласно присущим ему языковым особенностям. В исследуемом дискурсе при анализе когнитивного, лексикологического и прагматического аспектов базы исследования нами замечены следующие типы модификации содержания общего мема.

1. Имплицитная трансляция содержания корневых концептов дискурса осуществляется как в вербальной составляющей мема, так и в невербальной. Например, в представленном ниже меме демонстрируется содержание концептов «красота» и здоровье»: миловидная девушка, обладающая гладкой, здоровой и сияющей кожей:

[1]. https://ru.pinterest.com/



[1]

2. Задействование терминосистемы косметологического дискурса и речевых конструкций, характерных для научного дискурса, а также наглядная демонстрация симптомов и\или последствий процедур или применения продуктов в понятных для адресанта образах. Например, в представленном ниже меме задействованы образы персонажей серии фильмов «Властелин колец», основой которой послужила трилогия Дж.Толкиена «Властелин колец», пользующаяся большой популярностью в медийном пространстве. Образы Арвен, дочери эльфийского короля, являющейся символом красоты, молодости и женственности, и огр, олицетворяющий уродство, грубость и зло, противопоставлены друг другу. Гиперболизация временных последствий косметологических процедур осуществляется за счет фэнтезийных образов, что придает мему комический эффект:

[1]. https://ru.pinterest.com/



[1]

3. Употребление профессионального жаргона косметологического дискурса встраивается в общий контекст креолизированного текста. Видео–составляющая мема как бы реконструирует возможную ситуацию, описанную текстовым компонентом:



[2]

Итак, в ходе исследования установлено, что мемы подвергаются

[1] https://ru.pinterest.com/

[2]. https://ru.pinterest.com/

модификации при использовании в коммуникации в рамках профессионального дискурса: использование узкоспециализированной лексики и профессионального и жаргона, репрезентация корневых концептов презентуемого дискурса, а также реализация суггестивного потенциала мема. Иными словами, мем в дискурсивном профессиональном пространстве приобретает характерные для конкретного дискурса черты, так как становится его единицей.

## Список литературы:

*Глазкова Е. А.* Границы понятия «мем» //Граница. Сборник научных трудов проекта NOT ONLY. NOT ONLY 2020: Теория и практика гуманитарных исследований. – 2021. – С. 31.

*Дугалич Н. М.* Мемы медицинского дискурса //Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2025. – №. 1. – С. 50–59.

*Канашина С. В.* Интернет–мем как новый вид полимодального дискурса в интернет–коммуникации (на материале английского языка) : специальность 10.02.04 "Германские языки" : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Канашина Светлана Валериевна. – Москва, 2016. – 265 с.

*Рогозина И. В., Бухнер Н.Ю.* Мем–дискурс как объект лингвокогнитивного моделирования. //Дискурс. 2023;9(3):165–175. https://doi.org/10.32603/2412–8562–2023–9–3–165–175

*Фирсова Т. Г.* Использование мемов в рамках изучения будущими педагогами начальной школы дисциплин литературоведческого цикла //Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Акмеология образования. Психология развития. – 2022. – Т. 11. – №. 2 (42). – С. 168–177.

*Хустенко А. А.* Прецедентные феномены в медицинском неофициальном профессиональном дискурсе / А. А. Хустенко // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах : материалы X Международной научной конференции, Челябинск, 01–03 октября 2020 года. – Челябинск: Челябинский государственный университет, 2020. – С. 246–252.

*Хустенко А. А., Шерина Е. А.* Способы конструирования профессиональной идентичности в неофициальном юридическом дискурсе // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2021. – №. 4. – С. 109–121.

---

*ЛЕБЕДЕВА Алена Вячеславовна* – преподаватель кафедры русского языка, лингвистики и международной коммуникации, Башкирский государственный медицинский университет (г. Уфа), alenallebed@gmail.com