



УДК 070:004
ББК 76.002

ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК ВИЗУАЛЬНОЕ ПОСЛАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Яна Александровна Новикова

Аспирант кафедры русской филологии и журналистики,
Волгоградский государственный университет
iryas@volsu.ru
просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматриваются интернет-мемы как визуальная практика современных медиа. Представлен анализ интернет-мемов сообщества «Литрес Книги» в социальной сети «ВКонтакте». Обозначены типы мемов и их функции. Раскрыты структура мемов сообщества и связь вербальных и иконических элементов в креолизованных текстах мемов. Изучены коммуникативные послания визуальных образов сообщества «Литрес Книги», стереотипы, которые они транслируют, и возможность формирования лояльной аудитории при помощи изображений.

Ключевые слова: визуализация, визуальный поворот, интернет-мем, социальные медиа, креолизованный текст, аудитория, стереотип.

Современные медиа используют различные типы визуальной информации: фотографии, видео, графику, поликодовые объекты. Эксперименты и конвергенция при составлении иконического текста наблюдаются сегодня в социальных медиа (социальных сетях, блогах, форумах). Одним из самых популярных и интересных современных воплощений визуального опыта, по нашему мнению, является интернет-мем.

Понятие «интернет-мем» восходит к термину «мем», который ввел английский биолог Р. Докинз в книге «Эгоистичный ген» (1976). Согласно Докинзу, мем – это передающаяся от человека к человеку единица культурной информации [4, с. 125]. Российская исследовательница С. В. Канашина определяет интернет-мем как «феномен интернет-коммуникации, передающий определенную культурную информацию и имеющий стандартизированную форму (картинка и текст в квадратной рамке)» [2, с. 107]. И.Ю. Прозорова выделяет следующие виды мемов:

1. Текстовый (вербальный) мем.

2. Мем-изображение (визуальный мем).

3. Креолизованный мем [9, с. 107–109].

Иконичность – одно из ключевых свойств мема [5, с. 119]; в визуальных и креолизованных мемах она запускает механизм узнавания и трансляции смысла. Цель визуального в мемах – выразить эмоции, привлечь внимание, донести информацию. Эти свойства мема, по нашему мнению, делают его одним из ключевых легатов визуального поворота – процесса, при котором главная роль в процессе конструирования социальной реальности принадлежит визуальному знаку [10, с. 227]. Мемы являются эффективными легатами визуального поворота благодаря апеллированию к эмоциям реципиента, фрагментарности, что обуславливает быстрое потребление визуальной информации, адресованности массам и предоставлению возможности обратной связи (пользователь Интернета может оставить реакцию на изображение, прокомментировать публикацию, сделать репост) [4, с. 126–128]. Следует отметить и такие свойства мема, как тиражируемость и способность быть товаром;

мем приносит прибыль, поскольку привлекает аудиторию, «кликающую» на сайты [8, с. 235].

Интернет-мем в пространстве современных медиа становится особым культурным объектом. По мнению Я.В. Солдаткиной, мем сегодня соотносим с художественным явлением и может считаться примером синтетического искусства, поскольку совмещает в себе разные режимы знаков, наделен некоторыми свойствами художественного текста (юмористической и сатирической составляющими) [11, с. 51–52]. Кроме того, современный визуальный интернет-мем выступает субтитутумом искусства для массовой аудитории.

Для рассмотрения коммуникативного потенциала визуального текста интернет-мемов обратимся к опыту площадки «Литрес». Компания «Литрес» основана в 2005 г. Основная сфера ее деятельности – продажа лицензионных электронных книг. По состоянию на 2023 г. ассортимент «Литрес» насчитывает 1 000 000 электронных изданий [6]. Согласно информации, размещенной на сайте компании, ежемесячная аудитория «Литрес» составляет 12,5 млн человек [6]. «Литрес» позиционирует себя как сервис электронных книг № 1 в стране [6].

Как и большинство современных компаний, «Литрес» представлена в социальных сетях. Страница ВКонтакте «Литрес Книги» является официальной группой магазина «Литрес» [1]. По состоянию на август 2023 г. она насчитывает 239 000 участников. В описании группы размещен лозунг – «Мы – то, что мы читаем» [1].

Основные функции материалов группы – реклама продукции магазина, развлечение аудитории и ее вовлечение в интерактив. Для этого используются различные типы материалов (подборки, опросы, клипы, цитаты, интернет-мемы). Наполнение контентом сообщества происходит при помощи вербальной и визуальной информации. В группе не встречаются посты, в которых бы полностью отсутствовала визуальная составляющая: каждый материал содержит иконический текст того или иного типа. Сочетание вербальной и визуальной информации в сообществе «Литрес Книги» внутри одних и тех же материалов позволяет нам говорить о безусловном доминировании в нем креолизованного текста

(текста, использующего разные режимы знаков – вербальные и невербальные) [9, с. 109] или поликодового текста – текста, использующего вербальный и визуальный каналы передачи информации [3, с. 106].

Визуальная информация в сообществе «Литрес Книги» проявляется в виде простых иллюстраций к тексту поста и в виде креолизованных постов-карточек. Именно на иконический текст делают ставку модераторы группы для привлечения внимания аудитории. Процентное соотношение материалов «Литрес Книги», использующих различные типы иконического текста, выглядит следующим образом:

- Изображение книги (товара) – используется в 18 % материалов;
- Фотография – используется в 18 % материалов;
- Кадр из аудиовизуального произведения, мультимедийного произведения (кинофильма, мультфильма, видеогры) – используется в 14 % материалов;
- Клип, видеофрагмент – используется в 13 % материалов;
- Произведение живописи или графика – используется в 15 % материалов;
- Интернет-мем – используется в 14 % материалов;
- Другое – используется в 8 % материалов.

Интернет-мемы в сообществе «Литрес Книги» выступают как значимая визуальная практика. Каждую неделю в сообществе выходят 4 или 5 постов с этим типом изображения. Они не доминируют в иконическом тексте, однако пользуются популярностью у аудитории и привлекают внимание. Использование мемов стало отличительной чертой сообщества.

Наиболее популярными в сообществе «Литрес Книги» являются визуальные и креолизованные мемы. Согласно определению И.Ю. Прозоровой, визуальные мемы представляют собой фотографии или картинки, демонстрирующие узнаваемые широкими массами людей образы и не требующие пояснения [9, с. 108]. Креолизованные мемы состоят из вербальной и визуальной части [9, с. 109]. Среди элементов креолизованного мема выделяют подпись, иллюстрации, диаграммы,

схемы и другие символические знаки, вербальный текст [12, с. 267]. Большинство мемов в сообществе относятся к креолизованным (90 % от общего количества мемов); исключительно визуальные мемы составляют 10 % общего количества мемов сообщества.

Для раскрытия медийного потенциала интернет-мема, использующего иконический текст, необходимо подробно остановиться на изучении материалов этого типа в сообществе «Литрес Книги». Рассмотрим комплекс интернет-мемов, вышедших на площадке в период с 1.11.2022 г. по 1.05.2023 г.

При анализе такого типа данных, как интернет-мем, мы будем использовать алгоритм, предложенный российской исследовательницей А.М. Олешковой [7, с. 21]. Анализ мема, согласно А.М. Олешковой, включает в себя несколько этапов:

1. Типологизация мемов в соответствии с их видами и тематикой.
2. Установление источника размещения мема и его аудитории.
3. Характеристика структуры мема.
4. Выявление «старых» и «новых» мемов – анализ их модификаций и отыскание новых медиаобъектов.
5. Анализ способа конструирования мема и его соотношения с реальностью.

Большинство мемов, вышедших в сообществе «Литрес Книги» (1.11.2022–1.05.2023) посвящено литературной тематике, что объясняется спецификой площадки, на которой они размещены. Часть мемов отсылает к литературным произведениям; некоторые мемы выражают реакции на типичные жизненные ситуации, в которые попадает книголюбы или писатели.

В публикации от 23.03.2023 представлен креолизованный мем, на котором изображены три попугая [1]. Один из них сидит в коробке с открытым клювом, двое других смотрят на него. Фотография дополнена цитатой из пьесы русского драматурга Д.И. Фонвизина «Недоросль» (1783): «Ночь всю така дрянь в глаза лезла. – Какая ж дрянь, Митрофанушка? – Да то ты, матушка, то батюшка». В меме смоделирована сцена из литературного произведения: в роли Митрофанушки выступает попугай, сидящий в коробке; его родителей «играют» две другие птицы. Попугаи яв-

ляются популярными персонажами мемов на разных медиаплощадках; рассматриваемый мем, скорее всего, создан специально командой «Литрес Книги». Понять смысл объекта смогут те, кто знаком с исходным текстом произведения (мем выстраивает оппозицию «свой – чужой»), однако изображение в отрыве от вербального само по себе привлекает внимание.

Публикация, размещенная в сообществе 31.03.2023 представляет собой мем-каркас «здоровый человек – курильщик». Каркас трансформируется в «обычный человек – читатель», вновь противопоставляя «свою» и «чужую» аудитории. Элементы мема – изображение бегемота и кадр из экранизации романа М.А. Булгакова «Мастер и Маргарита» (2005), созданной режиссером В. Бортко; надписи «Бегемот обычного человека» и «Бегемот читателя» [1]. Мем юмористически обыгрывает имя героя литературного произведения; изображение при этом может быть рассмотрено отдельно от вербального текста без потери смысла, поскольку дихотомия «свой – чужой» выстраивается уже на визуальном уровне, а иконические знаки могут быть поняты теми, кто знаком с романом и сериалом по нему.

В публикации от 28.03.2023 мем предвзятся вопросом «Вспомните книги, в названии которых есть имена». Само изображение представляет собой кадр из фильма Б. Лурмана «Великий Гэтсби» (2013), на котором изображен персонаж актера Леонардо Ди Каприо, поднимающий бокал [1]. В публикации от 28.02.2023 виден вербальный текст «Делитесь в комментариях книгой, которую сейчас читаете :)» [1]; изображение представляет собой фотографию кота, уснувшего на книге. На примере этих публикаций видно, что мемы помогают вовлекать аудиторию в общение.

Часть мемов сообщества посвящена ситуациям, в которые могут попасть пользователи «Литрес» и другие книголюбы. В публикации от 21.02.2023 [1] размещен мем «Кот с блинами», в котором на месте выпечки размещены новые издания книг (подписи – «Я» и «Новые книжные релизы»). Мем, размещенный 20.03.2023 изображает грустного котенка, сидящего рядом с калькулятором. Табло на калькуляторе показывает «0», а надпись

гласит «Когда вычел из зарплаты книги и другие хотелки» [1]. В публикации от 1.03.2023 размещен мем «Дед Гарольд» («Гарольд, скрывающий боль») с подписями «Закупаюсь книжечками на распродаже» и «Удивляюсь, куда пропали все деньги» [1]. Мем, опубликованный 26.04.2023, изображает кота в очках, сидящего за компьютером; надпись – «Я на распродаже в книжном вспоминаю, есть ли у меня эта книга на полке или в Литресе» [1]. Подобные мемы основаны на изображениях-каркасах, к которым можно подставить любую подпись.

По такому же принципу построены и публикации, объединенные темой процесса чтения. Таковы, например, мемы, размещенные 8.03.2023, 24.01.2023, 11.02.2023, 1.12.2022. В первом случае опубликован мем «Джим Халперт улыбается сквозь жалюзи», изображающий героя американского ситкома «Офис» (2005–2013); подписи – «Это я, зная, что происходит в книге, которую кто-то читает» [1], «Самое интересное будет на 394 странице». Основа мема от 11.02.2023 – кадр из фильма П. Джексона «Хоббит: Нежданное путешествие» (2012), изображающий героя картины Бильбо Бэггинса. Подписи к мему – «Когда начинаешь читать новую книгу» [1], «Я спешу навстречу приключениям». Мем, опубликованный 24.01.2023 предваряет текст «Когда книга, которая вначале понравилась, закончилась не так, как ты себе представлял»; изображен грустный котенок; на самой картинке подпись «Никому нельзя доверять» [1]. На изображении, опубликованном 1.12.2022, в качестве основы используется картина каталонского художника Р. Касаса «Юная декадентка» (1899). Мем сопровождается надписью «Иногда хочется просто лечь на диван и наслаждаться книгой. Несколько лет» [1].

Как видно из приведенных выше примеров, креолизованные мемы на платформе «Литрес Книги» представляют стереотипные ситуации и выстраивают дихотомию «свой – чужой», в которой «своими» становится аудитория сервиса или любой человек, регулярно читающий книги. Изображения выступают в качестве каркасов, которые команда проекта трансформирует под свои нужды, а реальность подается условно, в виде стереотипных ситуаций, желаемых для команды «Литрес».

Эту гипотезу подтверждают и публикации, смысловым ядром которых является депривация сна ради прочтения книги. Таковы мемы, вышедшие в группе 15.12.2023, 18.01.2023, 1.02.2023, 8.03.2023 [1]. Первый из обозначенных мемов использует в основе изображение «Мудрое мистическое дерево» и надписи «Я: Мудрый дуб, подскажи, как ложиться спать пораньше?», «Пробовал не читать до 3 утра?». Следующий мем изображает попугая перед зеркалом; надписи – «Когда хотел лечь пораньше, но внутренний голос просил прочитать «еще одну страничку», «Ты зачем меня доводишь?». Мем от 1.02.2023 содержит в основе противопоставление «Я» и «Книжечка, которая меня убаюкала»; на фотографии изображена уснувшая собака. Публикация от 8.03.2023 снова изображает попугая перед зеркалом, который «предлагает» сам себе «Давай ты ляжешь спать пораньше, а не будешь читать допоздна» и сам же себе дает ответ «Давай без давай». На примере этих мемов видно, что команда платформы не только представляет свою аудиторию как безгранично преданных чтению людей, но и желает, чтобы они таковыми были.

Креолизованные и визуальные мемы «Литрес Книги», которые сосредоточены на литературной и околослитературной темах, ориентированы на аудиторию участников группы, пользователей сервисов «Литрес». С помощью визуального и вербального текста выстраивается образ аудитории – образованные, начитанные люди, преданные этому «делу» (даже если ради него придется отказать себе в сне). Чтение – их главное хобби и значимая статья расходов; они способны понять отсылки к литературным произведениям и проводить ассоциации. Благодаря тиражируемому визуальному каркасу мемов типичный пользователь «Литрес Книги» может сопоставить себя с его героями; использование кадров из аудиовизуальных произведений и широко известных изображений аудитория, состоящая из пользователей Интернета, узнает прежде виденное и мысленно подстраивает под ситуации, происходившие с ней. В комментариях пользователи положительно реагируют на публикации с мемами, иногда дополняют их рассказами из своей жизни.

В сообществе «Литрес Книги» нашлось место мемам, обыгрывающим типичные сюжетные ходы в литературных произведениях или стереотипы о писателях. Мем, вышедший 18.01.2023, подписан «Сюжет классического фэнтези» [1]. Ядро мема – «Flex tape» – изображение мужчины, заклеивающего пробоину в баке с водой лентой. Мужчина подписан как «автор», протекающий бак как «сюжет про заурядного персонажа, к которому приходит мудрый наставник», а лента – «избранный». Мем, вышедший 8.02.2023, использует в основе каркас «Опути непутю» – изображение кота, зажимающего лапками палец человека. Мем подписан «Когда автор уже написал 8 книг фэнтези-цикла и планирует очередное продолжение» [1]. Эти мемы будут понятны «своей» аудитории, которая не раз сталкивалась с изображенными ситуациями. В меме от 6.02.2023 основой является изображение мальчика в окружении людей, одетых в жуткие костюмы телепузиков. Каждый телепузик символизирует писателя: Ф.М. Достоевского, Ф. Кафку, Э.М. Ремарка, Дж. Оруэлла. Надпись мема гласит «Ты чего такой грустный? Возьми, почитай что-нибудь веселое» [1]. На другом изображении (7.12.2022) можно видеть одиноко сидящую тоскующую собаку; надпись – «Моя собака после того, как сгрызла роман Достоевского» [1]. Так при помощи «бродячих» изображений и остроумных подписей поддерживаются стереотипы о книгах Ф.М. Достоевского, Ф. Кафки, Э.М. Ремарка и Дж. Оруэлла: их герои постоянно страдают; в них не бывает счастливого финала; атмосферу произведений можно описать исключительно как гнетущую.

Визуальное ядро мемов легко модифицируется и способно подстраиваться под различную тематику, в том числе литературную. Это подтверждается примерами, приведенными выше. Креолизованные мемы демонстрируют прецедентные для сообщества явления и выражают прецедентные идеи. Несмотря на их переход в разряд стереотипов из-за большого количества повторений, они остаются узнаваемыми. Визуальные символы мемов – сами по себе тиражируемые стереотипы – оказываются близки аудитории.

Некоторые мемы сообщества связаны с литературой лишь косвенно и выражают эмо-

ции по поводу типичных ситуаций, в которые попадает человек: работа, психологическое состояние (например, усталость, эмоциональное выгорание), бытовые и коммуникативные ситуации (например, знакомство с родителями партнера). Таковы, например, публикации от 11.01.2023, 22.02.2023, 3.03.2023, 5.04.2023 [1]. В первой публикации изображены стоящие по кругу люди, в руках которых бумаги с текстами, и девушка, читающая эти тексты. Надпись мема – «Когда в групповом чате что-то произошло, а ты в это время спал», «1984 новых сообщений». Мем иронично обыгрывает ситуацию, с которой сталкиваются многие современные люди, вынужденные регистрироваться в рабочих чатах в социальных сетях. Одновременно в меме можно вычленить отсылку на название романа Дж. Оруэлла «1984» (1948). Креолизованный текст не связан напрямую с литературной тематикой, но одновременно отсылает к одному из самых знаменитых произведений XX века. Мем, размещенный 22.02.2023, показывает сидящего на диване сердитого котенка; подписи – «Рекрутер на собеседовании: как часто вы выгораеете?», «Я: У меня нет на это времени». В меме, опубликованном 3.03.2023, изображена собака в костюме офисного работника; надпись – «Когда наврал в резюме, но все равно получил работу». В меме от 5.04.2023 представлен кадр из фильма «Выход через сувенирную лавку» (2010) и подпись «Жизнь – это как игра в шахматы. Я не знаю, как играть в шахматы».

По нашему мнению, обозначенный тип мемов выполняет функции объединения субъектов на площадке и развлечения. Так же, как и непосредственно связанные с литературой мемы, этот тип мемов опирается на узнаваемое и тиражируемое визуальное ядро. Эти объекты уже имеют более широкую аудиторию, чем мемы предыдущей группы, и связаны с новыми характеристиками аудитории: работающие люди, испытывающие типичные для XXI в. проблемы: нехватка времени, эмоциональное выгорание, чувство неопределенности.

С публикацией мемов в сообществе «Литрес Книги» связано интересное событие – голосование за лучший мем 2022 года. Голосование проводилось среди участников

группы; по его итогам был выбран лучший мем, размещенный на платформе в 2022 г. Тематика мемов-претендентов – жизнь книголюба (чтение допоздна, трата денег на книги, откладывание прочтения купленных книг), стереотипы о писателях, типичные для современного человека жизненные и бытовые ситуации. Победитель был объявлен 20.12.2022 [1]. Лучшим мемом 2022 г. в сообществе было признано изображение, ядром которого стали сразу два каркаса: «Жалкая пародия – неповторимый оригинал» и «Озадаченный кот за столом» («Женщина кричит на кота»). Визуальный каркас мема имеет источниками кадр из реалити-шоу «Настоящие домохозяйки Беверли-Хиллз» и изображение белого кота по кличке Смадж. Оригинальный мем вновь модифицирован автором публикации: ему в пару поставлены кадры из экранизации романа «Мастер и Маргарита» (2005), содержащие похожие изображения (Маргарита, указывающая пальцем, и кот Бегемот) [1].

Следует отметить, что сообществе размещается небольшое количество исключительно визуальных мемов, например, Доге (фотография собаки породы сиба-ину), Grumpy cat (Сердитая кошка), «Ди Каприо с бокалом». Они становятся частью иллюстраций к тексту, входят в состав коллажей.

Мемы сообщества «Литрес Книги», использующие визуальный текст, обладают признаками, обозначенными С. В. Канашиной [4, с. 126–128]. Прежде всего, они апеллируют к эмоциям аудитории; это достигается сочетанием вербального и визуального содержания. При пролистывании страницы сообщества создается ощущение клиповости, фрагментарности содержания. Анонимность публикаций существует на уровне источников изображений – не во всех случаях можно точно установить, кто и когда стал автором картинка или первым разместил ее в сети. Креолизованные мемы в сообществе выступают как медиа, способные передавать послания и выражать идеи – они демонстрируют качества идеального субъекта внутри аудитории сервиса, нормализуют те или иные ситуации, поддерживают стереотипы. Благодаря размещению креолизованных изображений расширяются возможности обратной связи сервиса и аудитории: количество комментариев под публи-

кациями с мемами (даже не связанными с актуальными информационными поводами) подтверждает их популярность. Чаще всего мемы в сообществе не несут практической информации; они выражают эмоции, выполняют аттрактивную и рекреативную функции, помогают разнообразить процессы чтения новостей, выбора книги, покупки.

Креолизованные и визуальные мемы в пространстве сообщества «Литрес Книги» являются феноменами, которые передают коммуникативные послания при помощи сочетания визуальных и вербальных знаков. Тематика мемов касается литературной сферы (литературные произведения, писатели, практики, связанные с чтением) и сферы общественной жизни современного человека (работа, досуг, общение с семьей). Проанализированные примеры показывают, что основой для мемов становятся кадры из фильмов, мультфильмов, видеоигр, произведения живописи, изображения животных либо же просто растиражированные картинки из фотостоков. Ядро мемов дополняется новыми изображениями, надписями, вербальным текстом поста. Типичным для мемов сообщества является выстраивание дихотомии «свой – чужой», «ожидание – реальность». В первом случае противопоставление очерчивает лояльную аудиторию; вторая дихотомия является удобным для автора публикации каркасом, в который можно встроить любую ситуацию. «Старые», хорошо известные мемы модифицируются с учетом специфики площадки; видны попытки создать «новые», локальные для сообщества креолизованные мемы. Мемы могут отсылать к воображаемой действительности (тексту того или иного литературного произведения) или к реальности (типичные ситуации, которые случались почти с каждым человеком).

На примере визуального контента «Литрес Книги» можно видеть, как мем, воплощая опыт субъекта и определенные установки, транслирует аудитории стереотипы об идеальном читателе и пользователе «Литрес» – он следит за всеми новинками и скидками в магазине; посвящает чтению значительную часть жизни, может даже пожертвовать сном ради прочтения еще одной главы книги; хорошо ориентируется в литературных отсылках

и способен считать их в различных ситуациях. Также можно наблюдать, как интернет-мем приносит «прибыль» и помогает команде «Литрес» наращивать аудиторию и ее отклики – анализ группы ВКонтакте показывает, что размещение мемов воздействует на активность аудитории (посты с мемами набирают большое количество лайков). Мемы в сообществе формируют лояльность аудитории при помощи узнаваемых визуальных знаков и обладают вирусным потенциалом [10, с. 228].

Пример платформы «Литрес Книги» показывает, что социальные медиа могут использовать потенциал интернет-мема как особого типа визуальных данных. При помощи юмора и узнаваемых визуальных образов изображение передает смыслы и формирует коммуникативные послания, не только развлекающая аудиторию, но и внедряя установки о должном. Визуальные и креолизованные мемы помогают формировать лояльную аудиторию, которая становится потенциальным клиентом. Проникновение такого типа визуальных данных, как интернет-мем, в пространство социальных медиа свидетельствует о продолжении визуализации современной культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Группа «Литрес Книги» ВКонтакте. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://vk.com/mylitres>
2. Канашина, С. В. Интернет-мем как медиатекст / С. В. Канашина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – 2019. – Т. 19, вып. 1. – С. 107–112.
3. Канашина, С. В. Интернет-мем как поликодовый текст / С. В. Канашина // Языковое бытие человека и этноса. – 2017. – № 19. – С. 106–112.
4. Канашина, С. В. Интернет-мем как современный медиадискурс / С. В. Канашина // Известия ВГПУ. – 2018. – № 8 (131). – С. 125–129.
5. Канашина, С. В. Семиотическая природа интернет-мема. Интернет-мем как симулякр / С. В. Канашина // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2015. – № 22 (733). – С. 118–125.
6. Литрес – библиотека электронных и аудиокниг. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.litres.ru/>
7. Олешкова, А. М. Возможности социологии в изучении визуальных источников: методический аспект (на примере интернет-мемов) / А. М. Олешкова // Теория и практика общественного развития. – 2022. – № 5. – С. 20–23.
8. Олешкова, А. М. Интернет-мем как феномен визуальной культуры / А. М. Олешкова // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2022. – Т. 11, № 2А. – С. 232–240.
9. Прозорова, И. Ю. Структурно-семантические особенности мемов (на материалах социальной сети «ВКонтакте») / И. Ю. Прозорова // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. – 2020. – № 2. – С. 106–110.
10. Симакова, С. И. Визуальный поворот – новая философия образа в средствах массовой коммуникации / С. И. Симакова // Вестник Челябинского государственного университета. Вып. 114. – 2018. – № 10 (420). – С. 225–232.
11. Солдаткина, Я. В. Мем как явление медиакультуры: функции и изобразительно-выразительные средства / Я. В. Солдаткина // Наука и школа. – 2022. – № 3. – С. 49–56.
12. Щурина, Ю. В. Интернет-мем как жанр и «нюсмейкер» в современном медиaprостранстве / Ю. В. Щурина, М. Б. Харохорина // Медиалингвистика. – 2020. – Т. 7, № 2. – С. 263–275.

INTERNET MEME AS A VISUAL MESSAGE IN MODERN SOCIAL MEDIA

Yana A. Novikova

Postgraduate Student, Department of Russian Philology and Journalism,
Volgograd State University
iryas@volsu.ru
Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article deals with Internet memes as a visual practice of modern media. The analysis of the Internet memes of the *Litres Knigi* community in the *Vkontakte* social network is presented. The types of memes and their functions are indicated. The structure of community memes and the connection of verbal and iconic elements in the creolized texts of memes are revealed. The communicative messages of the visual images of the *Litres Knigi* community, the stereotypes they broadcast, and the possibility of forming a loyal audience with the help of images are studied.

Key words: visualization, visual turn, Internet meme, social media, creolized text, audience, stereotype.