

УДК 811.161.2:81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.69-81>**Сизонов Д.Ю.**

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

ФРАЗЕОЛОГІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

Анотація. У статті проаналізовані сучасні інтернет-меми, які через свою прецедентність здатні фразеологізуватися в масовій комунікації. Мемі вважаються інтертекстуальними полікодовими одиницями, що виникають як вербалізована рефлексія на динамічний розвиток подій та активно функціонують у віртуальному медіапросторі. Доведено, що мова інтернет-мемів будується на іронії та сарказмі з використанням стилістичних каламбурів та "гри слів", оксиморонів та градаційних прийомів, а також афоризмів, прецедентних цитат, усталених конструкцій. Особливий акцент зроблено на мемах війни, що характеризуються, на наше переконання, комплексом первинних ознак: (а) влучне слово, вираз, вербальний / невербальний знак мають бути прецедентними; (б) спонтанність у появі; (в) гнучкість до модифікацій із метою інтерпретації різних подій та явищ; (г) апеляція до фонових знань реципієнтів; (д) смислова єдність у формі і змісті; (е) відтворення культурної пам'яті та реагування на актуальні виклики сучасності. Все це дає змогу інтернет-мемам у мовній комунікації фразеологізуватися та мати можливість широкого тиражування в інфопросторі. Закцентовано також на тому, що комуніканти можуть самостійно створювати інтернет-меми та поширювати їх на власних медіаресурсах, що підкреслює здатність мемів до їх постійної модифікації. Для ілюстративного матеріалу ми звернулися до даних порталу "Ukrainian Cultural Heritage Online" (SUCHO), який налічує понад 10.000 мемів як культурних маркерів України. Проаналізувавши мемі 2023 року, ми можемо констатувати, що більшість із них є прецедентними феноменами сучасного медіапростору, а відтак мають здатність до фразеологізації. Отже, інтернет-меми є потужним джерелом нової фразеології, мають можливість стилістично трансформуватися та допомагають підсилити враження від актуального інформаційного повідомлення.

Ключові слова: інтернет-мем; медійний фразеологізм; електронна комунікація; медіалінгвістика; інноваційна лінгвістика.

Інформація про автора: Сизонов Дмитро Юрійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: dm_sizonov@ukr.net

Dmytro Y. Syzonov

ORCID: 0000-0003-1162-2182

Web of Science Researcher ID: I-1138-2018

Scopus ID: 57209321114

PHRASEOLOGIZATION OF INTERNET MEMES

Abstract. *The article analyzes modern Internet memes, which, due to their precedent, are able to be phraseologized in mass communication. Memes are considered intertextual polycode units that arise as a verbalized reflection on the dynamic development of events and actively function in the virtual media space. It has been proven that the language of Internet memes is built on irony and sarcasm using stylistic puns and "word games", oxymorons and gradation techniques, as well as aphorisms, precedent quotes, established constructions. A special emphasis is placed on war memes, which are characterized, in our opinion, by a set of primary features: (a) a catchy word, expression, verbal / non-verbal sign must be precedents; (b) spontaneity in appearance; (c) flexibility to modifications in order to interpret different events and phenomena; (d) appeal to the background knowledge of recipients; (e) semantic unity in form and content; (e) reproduction of cultural memory and response to the digital challenges of modernity. All this enables Internet memes in language communication to phraseologize and be able to be widely replicated in the information space. It is emphasized that communicators can independently create Internet memes and distribute them on their own media resources, which emphasizes the ability of memes to be constantly modified. For illustrative material, we turned to the information of the "Ukrainian Cultural Heritage Online" (SUCHO) portal, which has more than 10,000 memes as cultural markers of Ukraine. Having analyzed the memes of 2023, we can state that most Internet memes are precedent phenomena of the modern media space, and therefore have the ability to phraseologize. Therefore, Internet memes are a powerful source of new phraseology, have the ability to stylistically transform and help to strengthen the impression of a relevant informational message.*

Keywords: *internet meme; media phraseology; electronic communication; media linguistics; innovative linguistics.*

***Information about the author:** Syzonov Dmytro Yuriyovych – PhD, Associate Professor; Associate Professor of the Department of Stylistics and Language Communication; Educational and Scientific Institute of Philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

***E-mail:** dm_sizonov@ukr.net*

У сучасному медійному просторі викарбовується все більше жанрів та форматів, які в унісон із часом відбивають актуальні тенденції розвитку світу. Особливо такі жанрово-форматні новації стосуються електронних засобів зв'язку, доміантних у сучасному світі. І причин цьому декілька.

По-перше, глобалізаційні процеси, що вплинули на всі комунікативні сфери, зокрема і медію. Жанри медіа, як відомо, змінюються внаслідок корекції інформаційних потоків та їх носіїв, діалогу культур, трансформаційних змін у соціумі та ін. Спостерігаємо відтак модифікацію традиційних і появу нових жанрів, спричинених тотальною електронізацією, – реаліті-шоу, інтернет-чат, е-коментар, ком'юніті, твіттер-репортаж (X-репортаж) та ін.

По-друге, інформаційні технології та науковий прогрес. Останнім часом усе більше з'являється креолізованих медіаресурсів, за допомогою яких інформаційні потоки ретранслюються через знакові системи – зображення, графіку, аудіо-, відеопотоки та ін. Це, у свою чергу, спонукає до виникнення нових жанрів мультимедійного типу – інтернет-блог, інфо- та едьютейнмент, лайфхак, лонгрід, хард-нюз та ін.

По-третє, тотальна диджиталізація, яка стала поштовхом до швидкої передачі інформації, а тому існує потреба в нових жанрах медіа, здатних оперативно її поширювати серед масового реципієнта. Під впливом диджиталізації з'явилися соціальні мережі, новинні месенджери, подкасти аудіо- й відеоформату та ін. Змінюється і формат подачі інформації: телебачення, радіо, друкована преса імігрує у віртуальний простір, чим спричинює появу онлайн-телебачення, стримінгових платформ, онлайн-радіо та соціальних аудіомереж (напр., Clubhouse), а також електронних газет і журналів як медіаклонів друкованого типу.

Реагуючи на ці імпульси сучасності, у віртуальному просторі зароджується новий жанр е-комунікації – *інтернет-мем*. За спостереженнями західних дослідників, цей жанр став трендом сучасної віртуальної комунікації [2], засобом динамічної передачі інформації [3] та нежанром веб-простору [3; 4], а відтак виконує роль миттєвого ретранслятора влучної інформації прецедентного характеру. На наше переконання, інтернет-мем є семіотичним феноменом модерної диджиталізованої доби, жанром електронного спілкування та дієвим способом впливу на інтернет-комунікантів. А ще інтернет-мем – потужний спосіб ретрансляції культурної інформації, за допомогою якого відбувається постійний мультидіалог, що вказує на інтертекстуальну основу цього жанру.

Інтернет-мем синтезує в собі інформаційну та розважальну функції, тиражує прецедентну інформацію, репрезентуючи її в текстово-графічному форматі. Саме ці характеристики дозволяють віднести інтернет-мем до нових креолізованих способів опереативної ретрансляції інфопотоків.

За нашим спостереженням, інтернет-мем є потужним інструментом для поширення медійних фразеологізмів, і навпаки – медіафразеологія є своєрідним "донором" нових мемів, актуалізованих в масовій комунікації. В цій статті ми проаналізуємо популярні інтернет-меми 2023 року, породжені медійною фразеологією, що стали своєрідними символічними маркерами сучасної України. Активне поширення мемів в українському інтернет-сегменті та їх подальше тиражування у світовому медіаконтексті дозволяє говорити про ці нежанри як універсуми сучасного інфопростору.

Матеріалом дослідження слугував портал "*SUCHO*", який налічує понад 10.000 мемів як культурних маркерів України. Нами відібрані інтернет-меми 2023 року, які найбільше пов'язані з подіями сучасності – від поточних до глобальних, зокрема російсько-української війни; деякі з них апелюють до українських подій минулого, що підкреслює інтертекстуальні можливості мемів. У понад 200 мемів використані медійні фразеологізми (як узуальні, так і семантично й структурно модифіковані), що проаналізовані в стилістичному аспекті.

Зазначимо, що поповнення складу інтернет-мемів залежить від важливості ситуації, дотепно винесеної у структуру мему. Саме медіафразеологізм, на наше переконання, дозволяє експресивно репрезентувати конкретну ситуацію, визначити її важливість в інформаційній картині світу.

Медійний фразеологізм визначається нами як мовна універсалія інфопростору, певний ментальний масово-вербальний код, що характеризується смисловою неподільністю, семантичною цілісністю, концептуалізованим смислом, емоційністю, експресивністю та ін., що надає медійному тексту широких стилістичних конотацій для впливу на реципієнта й маніпуляції його свідомістю. Включаючись у структуру інтернет-мему, медійний фразеологізм переходить у статус прецедентного феномена, а мем фактично допомагає тиражуватися фразеологічній одиниці в інформаційному просторі. Такий принцип взаємодоповнення допомагає мему довше протриматися не тільки в медійній, а й розмовній комунікації. Так, серед інтернет-мемів 2023 року зустрічаємо і такі, що апелюють до попередніх подій – Революції гідності, виборів 2019 року, політичних реалій 2020-2021 рр. Поширення цих одиниць за межами медійного стилю (напр., в розмовному) виявляється саме у влучності фразеологізму, використаного для опису вже нових ралій:



Бруківка так Бруківка
стадіон так стадіон



Як бачимо, медійні фразеологізми *якщо куля в лоб* (у зн. 'іти до кінця'), *стадіон так стадіон* (у зн. 'прийняти виклик'), що належать до персоніфікованих, використовуються в нових комунікативних умовах і пов'язані з актуалізованими подіями –

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

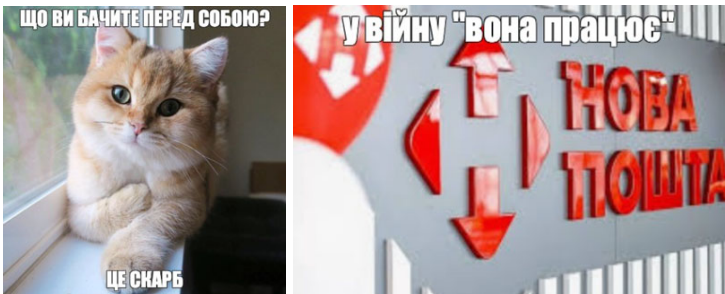
про загальноукраїнську мобілізацію та виділення коштів на ремонт доріг під час війни. Фразеологізми, що виникли в минулому, фактично деактуалізувалися в 2023 році: *"зелені чоловічки, влаштувати маски-шоу, скликати титушок, маємо те, що маємо* та ін. Така деактуалізація призводить до оновлення фразеологічного значення та дозволяє по-новому прочитати усталену конструкцію:

"зелені" чоловічки



В актуалізованих контекстах згадані фразеологізми набувають нової семантики, апелюючи до фонових знань реципієнтів. Важливо, що без інформаційного бекграунду декодувати фразеологізм практично неможливо, що також впливає на поширення мема у віртуальній комунікації: *зелені чоловічки* (фразеологізм виник у 2014 році в контексті окупації Криму) → *"зелені" чоловічки* (вторинна номінація щодо представників "Слуг народу" в парламенті, 2019 р.) → *"зелені" чоловічки* (в контексті повномасштабної війни, 2022-2023 рр.); *маємо те, що маємо* (оказіональний фразеологізм, породжений Л. Кравчуком в політичній комунікації 90-х рр. 20 ст.) → *маємо те, що маємо* (медійний фразеологізм, що у медіа використовується зі значенням "змиритися з тим, що є") → *маємо те, що маємо* (в інтернет-мемах 2022-2023 рр. вживається зі значенням "констатація фактів" і пов'язується з подіями війни) та под. Така еволюція медійних фразеологізмів вказує на їх прецедентний характер, що використовується в різних жанрах, зокрема жанрах віртуальної медіакомунікації.

"Життя" інтернет-мема залежить від кількох факторів: імітація – культурна та соціальна зумовленість – специфіка та видимість – гумор та сатира – простота – поєднання візуального та текстового [5]. Взаємозалежність цих факторів є ключем до успіху в тиражуванні фразеологізованого мему. Цікаво, що фраза, поширена в медійному просторі, легко підхоплюється в мем-комунікації, та частіше за все не пов'язана з першоджерелом (див. далі меми, засновані на цитатах політиків – П. Порошенка та Ю. Тимошенко):

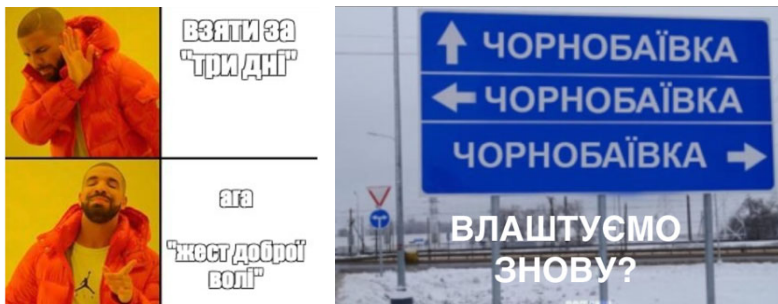


Фразеологізація таких мемів відбувається за допомогою стрижневих слів, які і стають основою медійних фразеологізмів: *це скарб*, *вона працює*, *ці руки нічого не крали*, *пропало все* та ін., активно поширюваних у публічній комунікації українських політиків. Більшість із таких фразеологізмів поширюються в розмовній комунікації, а тому є потужним фундаментом для мемів, що часто ретранслюються в чатах, sms-повідомленнях, месенджерах як жанрах віртуальної комунікації розмовного типу.

У 2022 р. у медійному просторі з'являються неологічні одиниці – вербальні ілюстратори сучасної комунікації, серед яких *чорнобайти*, *"іхтамнети"*, *кадирити*, *шойгувати*, *"затридні"*, *українити* та ін. [1]. Ці ж одиниці стали основою для формування нових фразеологізмів, поширюваних у мемах 2023 року: *влаштувати чорнобайку*, *"закадирити" всіх*, *взяти "затридні"* та под. Тут спрацьовує принцип новизни, який підсилює популярність цих одиниць у медіапросторі. Їх використання стало певною лінгвістичною "модю", що

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

підсилювалося гумористичним ефектом – одним із домінантних в інтернет-мемах:



Важливо наголосити, що інтернет-меми можуть бути поширені кожним інтернет-користувачем, а відтак вони мають здатність до модифікації та тиражування на авторських медіаплатформах. Так сталося із мемами, що були поширені свідомо певними ресурсами та здобули особливу популярність у масовій комунікації. Пригадаємо в цьому контексті висловлювання О. Арестовича в ефірах "Фейгін LIVE" у 2022 р. та медіафразеологізм *за два-три тижні* (у значенні "плани, що неможливо виконати швидко"), поширені в цей період. Апеляцію до цього медіафразеологізма бачимо і в інтернет-мемах:



Спостерігаємо явище інтертекстуальності, що часто зустрічається в інтернет-мемах та є їх специфічною характеристикою. Серед інших характеристик, на наше переконання, можна назвати спонтанність, прецедентність,

.....

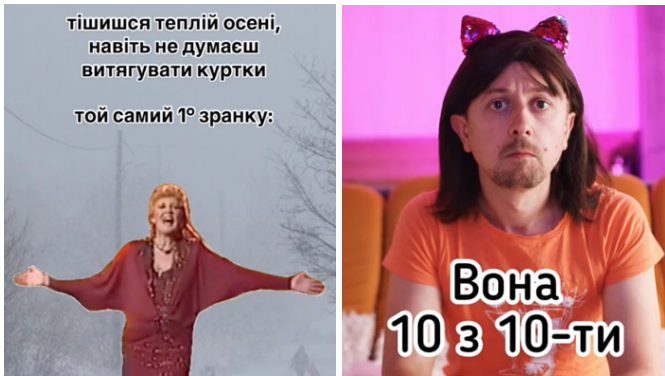
символізм, фонові знання та здатність до трансформації. Тільки взаємозалежність згаданих ознак стане успішним для поширення інтернет-мемів у віртуальній комунікації. Якщо ж говорити про меми війни, що стали найуживанішими у віртуальному просторі серед українців, то вони мають характеризуватися комплексом первинних ознак. Передусім це – влучне слово, вираз, вербальний / невербальний знак мають бути прецедентними. Кожен мем може стати гнучким до модифікації із метою інтерпретації різних подій та явищ, що дозволяє говорити про нього як прецедентний феномен. Ще одна особливість – апеляція до актуальних знань, що відтворюють певним чином культурну пам'ять українців.

У зв'язку з тим, що війна є потужним екстралінгвальним фактором щодо поширення мемів серед українців, то прогнозований ефект інтернет-мему – вплинути на позитивні емоції реципієнтів – має спрацьовувати миттєво (ідеться про іронічно-гумористичний ефект, який супроводжує всі меми). Таке поєднання, здавалося б, непоєднуваного в інтернет-мемах (війна та гумор) і робить успішним їх функціонування в маскомунікації. Серед популярних мемів у 2023 році ті, які пов'язані з вимкненням світла в зимовий період, наданням "леопардів" для ЗСУ, викраданням ромами ворожого танку, затопленням кораблів у Чорному морі та ін. [6]. Формується відтак і пласт медійних фразеологізмів, що використовуються в мемах: *пароль "паляниця", послати за російським кораблем, "превентивний удар", тракторні війська, не на часі* та ін.

Важливо наголосити на здатності інтернет-мемів "розбавляти" офіціоз неофіційною подачею інформації. І навіть під час війни такі інтернет-меми сприймаються позитивно, що вказує на почуття гумору українців навіть за складних соціальних умов. Зрозуміло, що контекст війни – не єдина тематика в сучасних мемах. Так, у 2023 р. в соціальних мережах активно поширюється креалізований контент, який завдяки своїй прецедентності включається до інтернет-мемів та далі – в розмовну комунікацію: *десять із десяти* у значенні "бути найкращим в усьому" (апеляція до ютуб-проекту В. Остапчука "Мекнув – питайте"), *сюрпрайз – сюрпрайз* у значенні "несподіваний поворот подій" (апеляція до

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

британського шоу 80-х рр.), за *Лебіговича* у значенні "альтернативний вибір" (апеляція до діяльності блогера М. Лебіги) та ін. Наголосимо, що подібні мему "живуть" у віртуальному просторі тільки з урахуванням фонових знань реципієнтів:



Спонтанне виникнення будь-яких мемів набувають певного стилістичного потенціалу, за допомогою яких вони вдало ширяться в інтернеті. В основному успіх подальшого тиражування мемів залежить від стилістичних прийомів, які закладаються в основу мему. За нашими спостереженнями, найбільш вдалий стилістичний ресурс у мемах війни – прецедентне цитування, інтертекстуальність, іронія та сарказм, порівняння. Цей ресурс допомагає спрогнозувати майбутній гумористичний ефект.

(А). Прецедентне цитування особливо актуальне, коли йдеться про влучний вислів, який буде винесений у мем. Згадана нами вище цитата про "два-три тижні" роблять мем прецедентним, а в його структурі утворюється медійний фразеологізм *через 2-3 тижні*, вдало підхоплений у ЗМІ. Головними авторами цитат ще у 2022 р. були інфлюенсери української політики (В. Зеленський, П. Порошенко, Ю. Тимошенко та ін.) та військове керівництво країни – ті, чий висловлювання були найбільш упізнавані в інформаційному полі. Натомість у 2023 р. ця тенденція змінюється: героями

.....

прецедентних цитат у мемах стають пересічні українці, солдати ЗСУ, авторитетність яких стрімко зростає в умовах війни. Відтак маємо цитати, що афоризуються в медіапросторі та активно переходять до мемів (меми про Кримський міст, Привида Києва, пса Патрона та ін.).

(Б). Стилiстичний прийом iнтертекстуальностi особливо дiєвий за наявностi актуальних фонових знань – головної умови впiзнаваностi iнтернет-мема, про що ми зазначали ранiше. Часто це досягається проксимiзацiєю – спецiальною манiпулятивною стратегiєю звернення до подiй, вiддалених вiд поточного моменту. Особливо реалiзується явище iнтертекстуальностi в мемах на полiтичну тематику. Вважаємо, що апеляцiя до подiй минулого є важливим елементом для досягнення бажаного ефекту, зокрема гумористичного. I тут звернемо особливу увагу на iнтернацiоналiзацiю мемiв, тобто однакове сприйняття мужкультурної iнформацiї (часто це досягається каламбурностiю та "мовною грою": як козак *Джонсонюк*, *даєш країнi Пороху* та под.). Адаптацiя мема пiд новий нацiонально мотивований контекст був присутнiй i в мемах вiйни, аналiзованих нами. Iнтернет-меми iноземними мовами так само вдало адаптувалися пiд український контекст (особливо, коли їх героями ставали свiтовi лiдери, що пiдтримали Україну: Е. Макрон, Б. Джонсон, Дж. Байден та iн.), а тому можемо говорити про унiверсальний характер iнтернет-мемiв, що досягається за допомогою iнтертекстуального ресурсу.

(В). Iронiя та сарказм – два близькi стилiстичнi прийоми, за допомогою яких реалiзується гумористичний ефект. У сучаснiй стилiстицi їх розумiють як взаємозалежнi явища: iронiя є насмiшкою, замаскованою зовнiшньою серйозностiю, а сарказм – зла й уїдлива насмiшка, вищий ступiнь iронiї, троп i засiб комiчностi. Відтак iнтерпретуються цi два прийоми тiльки контекстуально, з обов'язковими негативною та / чи позитивною конотацiєю. Так, наприклад, герой мему А. Рязанцев, т. зв. Чмоня, став iдеальним мемом i способом iронiзування над росiянами (зародився i медiйний фразеологiзм – як *Чмоня*). Жартiвливi меми зi Чмонєю часто поширюються з символiзованим хештегом #чмоня.

Саркастичного забарвлення мають інтернет-меми із російськими журналістами, які для українського реципієнта асоціювалися із пропагандистською комунікацією (ідеться про О. Скабєєву, В. Соловйова, Д. Кісельова та ін.). Їх образи часто використовуються в українських інтернет-мемах війни, що пов'язані з українським словом-паролем "паляниця", неправильна вимова якого викликає сміх в українців. У таких мемах можна побачити словесний каламбур, мовну гру та ін. стилістичні прийоми, що допомагають досягти бажаного іронічно-саркастичного ефекту.

(Г). Стилістичний прийом порівняння в інтернет-мемах, за нашими спостереженнями, створюється на комунікативних контрастах "свій – чужий", "добро – зло", "я – ми", "друг – ворог" та ін. Підтверджується наша теза і попередніми дослідженнями про меми [2; 4]. У 2023 р. такі меми, створені на комунікативних опозиціях, заповнили український медіапростір (згадаємо меми про пса Патрона, привида Києва, затоплений крейсер "Москва"). Фразеологізовані медійні конструкції, у структурі яких використані порівняльні сполучники, також є показовими в українському віртуальному просторі: як *Дуда, мов "руській" корабель, бути як бандерівець, як у депутата в офісорах* та ін.

Отже, сучасні меми, за нашими спостереженнями, характеризуються комплексом первинних ознак, які допомагають їх подальшому руху в медіа: (1) мемом може бути *будь-яка одиниця інформації*: влучне слово, вираз, малюнок або інший вербальний / невербальний знак; (2) мем *з'являється спонтанно*, адже часто стає елементами як політичних, так і медіатехнологій для різних цілей; (3) форма мему фіксована, але водночас *гнучка до модифікацій* із метою інтерпретації різних подій та явищ; (4) мем завжди *апелює до потрібних фонових знань*, а тому реципієнт має орієнтування в прецедентності ситуації; (5) меми відтворюють *культурну пам'ять* та реагують на диджиталізовані виклики сучасності; (6) меми *за допомогою прецедентних одиниць* у їх структурі, зокрема фразеологічних, здатні до миттєвого поширення в інтернет-просторі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа: словник / Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю. Київ: ВПЦ "Київський університет", 2022.
2. Brodie R. *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. London, 2009.
3. *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (Hrsg. C. Baechler, E. M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme, 2016.
4. Milner R. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*. 2013. №7. P. 2357-2390.
5. Shifman L. *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, 2014.
6. SUCHO [Електр. ресурс]. URL: <https://memes.sucho.org> (дата звернення: 10.11.2023)

REFERENCES

1. *New words and phraseologisms in the Ukrainian mass media: a dictionary* [Novi slova ta frazeolohizmy v ukrayins'kykh masmedia : slovnyk] / Shevchenko L.I., Syzonov D.Ju. Kyiv: VPTs "Kyivskiy universytet" [in Ukrainian].
2. Brodie, R. (2009). *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. London [in English].
3. *Medienlinguistik 3.0. Formen und Wirkung von Textsorten im Zeitalter des Social Web* (2016) / Hrsg. C. Baechler, E.M. Eckkrammer, J. Müller-Lancé, V. Thaler). Berlin: Frank und Timme [in Germany].
4. Milner, R. (2013). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy wall street movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390 [in English].
5. Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press [in English].
6. *SUCHO*. URL: <https://memes.sucho.org> (last access: 10.11.2023) [in English].

Дата надходження до редакції – 10.11.2023

Дата затвердження редакцією – 21.11.2023



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.