ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ: ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Хамракулова Сабина Фейрузхановна
Ассистент кафедры узбекского языка и обучения языкам
Ферганский государственный технический университет
e-mail: sabinulka83@gmail.com
ORCID ID: 0009-0001-4084-617X

Аннотация

В статье рассматриваются языковые средства воздействия, используемые в интернет-мемах как одной из наиболее распространённых форм цифровой коммуникации. Анализируются лексические, стилистические и синтаксические особенности мемов, а также механизмы их воздействия на аудиторию. Особое внимание уделяется роли юмора, иронии, языковой игры и прецедентных феноменов в формировании эмоциональной реакции пользователей и интерпретации информации. Делается вывод о том, что интернет-мемы представляют собой эффективный инструмент коммуникативного воздействия и заслуживают дальнейшего изучения в рамках современной лингвистики.

Ключевые слова: *интернет-мем, цифровой дискурс, языковое воздействие, интернет-коммуникация, языковая игра, ирония, медиалингвистика.*

ВВЕДЕНИЕ

Стремительное развитие цифровых технологий привело к появлению новых форм коммуникации, одной из которых являются интернет-мемы. В настоящее время мемы стали неотъемлемой частью коммуникации в социальных сетях, мессенджерах и различных онлайн-платформах. Благодаря краткости, визуальной выразительности и способности быстро распространяться они оказывают значительное влияние на формирование общественного мнения и восприятие информации.

Современная лингвистика всё чаще обращается к исследованию цифрового дискурса как особого типа коммуникативного пространства. Интернет-мемы представляют интерес не только как культурный феномен, но и как специфическая языковая конструкция, в которой вербальные и невербальные элементы взаимодействуют для достижения определённого коммуникативного эффекта [1, С.49].

Цель данной статьи заключается в выявлении основных языковых средств воздействия, используемых в интернет-мемах, а также в анализе их коммуникативных функций и влияния на аудиторию.

1. Интернет-мем как единица цифрового дискурса

Термин «мем» был введён британским биологом Ричардом Докинзом в работе «Эгоистичный ген» для обозначения единицы культурной информации, способной к воспроизведению и распространению [2, С.130]. В условиях

цифровой среды мемы приобрели новые характеристики и стали важным элементом интернет-коммуникации.

Интернет-мем представляет собой мультимодальный текст, сочетающий визуальные и вербальные компоненты. Как отмечает Л. Шифман, мемы формируют особую систему цифровой культуры, основанную на повторении, вариативности и коллективном творчестве пользователей [3, С.71].

Среди основных функций интернет-мемов можно выделить:

- информативную;
- экспрессивную;
- оценочную;
- развлекательную;
- манипулятивную.

Особую значимость представляет воздействующая функция, поскольку мемы способны не только передавать информацию, но и формировать отношение аудитории к событиям, явлениям и социальным процессам.

2. Языковые средства воздействия в интернет-мемах

2.1. Лексические средства

Одним из наиболее распространённых способов воздействия являются лексические средства. Создатели мемов активно используют разговорную лексику, молодёжный сленг, жаргонизмы и интернет-неологизмы.

Использование разговорных элементов способствует созданию эффекта близости между автором и аудиторией. Пользователь воспринимает сообщение как часть привычного коммуникативного пространства, что повышает уровень доверия к содержанию мема [4, С.113].

Особую роль играют прецедентные феномены — цитаты из фильмов, литературных произведений, популярных песен и медийных событий. Благодаря культурной узнаваемости такие элементы позволяют быстро активизировать необходимые ассоциации и усиливать воздействующий потенциал сообщения.

2.2. Стилистические средства

Среди стилистических средств наиболее часто используются ирония, сарказм, гипербола, метафора и языковая игра.

Ирония является одним из ключевых инструментов интернет-коммуникации. Она позволяет выражать оценку косвенным способом, создавая эффект интеллектуального соучастия между автором и аудиторией. Для понимания иронического мема пользователю необходимо обладать определённым культурным и социальным контекстом [5, С.29].

Сарказм представляет собой более жёсткую форму критики и часто используется при обсуждении политических, социальных и экономических вопросов. Благодаря сочетанию юмора и отрицательной оценки саркастические мемы способны эффективно воздействовать на эмоциональную сферу аудитории.

Значительную роль играет языковая игра. Нарушение языковых норм, использование омонимов, каламбуров и неожиданных ассоциативных связей делает сообщение более запоминающимся и способствует его дальнейшему распространению.

2.3. Синтаксические средства

Синтаксическая организация мемов также обладает высоким воздействующим потенциалом. Для большинства мемов характерны краткость и лаконичность высказываний.

Широко используются:

- эллиптические конструкции;
- неполные предложения;
- риторические вопросы;
- повтор;
- парцелляция - стилистический приём, при котором одна мысль, которая грамматически могла бы быть оформлена как одно предложение, намеренно разделяется на несколько самостоятельных частей для усиления выразительности речи.

Подобные синтаксические средства позволяют усилить эмоциональную выразительность текста и сделать его более динамичным. Кроме того, краткость соответствует особенностям восприятия информации в цифровой среде, где пользователь уделяет контенту ограниченное количество времени [6, С.112].

3. Механизмы языкового воздействия в мемах

3.1. Создание эмоционального эффекта

Одной из главных причин популярности мемов является их способность вызывать эмоциональную реакцию. Юмор способствует снижению критичности восприятия и делает информацию более привлекательной для аудитории.

Исследователи отмечают, что эмоционально окрашенные сообщения запоминаются лучше нейтральных и чаще становятся объектом дальнейшего распространения [7, С.217]. Именно поэтому мемы активно используются в маркетинге, рекламе и политической коммуникации.

3.2. Формирование оценочных суждений

Интернет-мемы не только отражают общественные настроения, но и участвуют в их формировании. Через систему языковых средств авторы мемов задают определённую интерпретацию событий и явлений.

Оценочная лексика, иронические конструкции и визуальные образы создают необходимый фрейм восприятия информации. В результате пользователь может принять определённую точку зрения ещё до её рационального анализа.

3.3. Мем как инструмент убеждения

В современной цифровой среде мемы всё чаще используются в качестве инструмента убеждения. Их эффективность объясняется сочетанием нескольких факторов: краткости, эмоциональности, узнаваемости и высокой скорости распространения.

В отличие от традиционных форм аргументации мемы воздействуют преимущественно через ассоциации, эмоции и культурные коды. Это позволяет им оказывать влияние даже в тех случаях, когда пользователь не воспринимает мем как серьёзное информационное сообщение.

Заключение

Проведённый анализ показывает, что интернет-мемы являются важным элементом современного цифрового дискурса и обладают значительным воздействующим потенциалом. Эффективность мемов обеспечивается комплексным использованием лексических, стилистических и синтаксических средств.

Особую роль в реализации воздействия играют ирония, сарказм, языковая игра, разговорная лексика и прецедентные феномены. Благодаря этим средствам мемы способны формировать эмоциональные реакции, влиять на оценочные суждения и участвовать в процессах убеждения.

В условиях дальнейшей цифровизации общества исследование языковых особенностей интернет-мемов приобретает всё большую актуальность и открывает перспективы для развития медиалингвистики, интернет-лингвистики и дискурс-анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Карасик В.И. Языковое проявление личности. – Волгоград: Парадигма, 2015. – 450 с.
2. Dawkins R. The Selfish Gene. – Oxford: Oxford University Press, 1976. – 224 p.
3. Shifman L. Memes in Digital Culture. – Cambridge, MA: MIT Press, 2014. – 216 p.
4. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. – Cambridge: Cambridge University Press, 2006. – 304 p.
5. Горошко Е.И. Интернет-коммуникация как объект лингвистических исследований // Вестник Пермского университета. – 2012. – № 3. – С. 22–31.
6. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. – New York: New York University Press, 2013. – 352 p.
7. Herring S. Computer-Mediated Communication: Linguistic, Social and Cross-Cultural Perspectives. – Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 1996. – 328 p.