

оригинальная статья

<https://elibrary.ru/jrrdcm>

## Интернет-мем как средство моделирования обобщенной виртуальной личности (на материале интернет-мемов социальной сети ВКонтакте)

Алтухова Татьяна Владимировна

Губернаторский многопрофильный лицей-интернат, Россия, Кемерово

eLibrary Author SPIN: 6806-3205

altuhova@kemgml.ru

**Аннотация:** Рассмотрение роли интернет-мемов как средства самовыражения и адаптации в сетевом сообществе позволяет лучше понять механизмы создания идентичности в онлайн-среде. Цель – рассмотреть наиболее существенные культурные и психологические признаки обобщенной виртуальной личности сетевого пользователя, которые проявляются через общение посредством интернет-мемов, размещенных в социальной сети ВКонтакте. Материал – наиболее популярные интернет-мемы, опубликованные в различных группах социальной сети ВКонтакте ( $n = 384$ ). Применены аналитико-описательный метод и сравнение. Смоделирован обобщенный портрет пользователя. С учетом коммуникативной цели публикации интернет-мемов, содержащих ту или иную информацию, которую предоставляют о себе автор и транслятор мема, выявлены три образа авторов: 1) жалующийся неудачник; 2) насмешник; 3) субъективный наблюдатель. Намечены основные тематические группы интернет-мемов и креолизующие компоненты, при помощи которых коммуниканты, делящиеся мемами и оценивающие их, раскрывают свое Я. Определены функции интернет-мемов с учетом их участия в формировании портрета виртуальной личности. Ключевыми чертами, формирующими образ личности автора и транслятора интернет-мема, являются пессимистическое и ироническое восприятие жизни, гиперэмоциональность, которая вызывает маргинальность, противопоставление себя остальному, «нормальному» миру. Интернет-мем создается для того, чтобы отразить личный взгляд пользователя на мир, который противопоставлен сложившимся в обществе нормам и представлениям. Однако эта индивидуальность тиражируется, становится «собственностью» всех заинтересованных пользователей, что и создает обобщенный портрет сетевой личности.

**Ключевые слова:** интернет-мем, юмор, креолизованность, виртуальная личность, транслятор мема, интернет-коммуникация

**Цитирование:** Алтухова Т. В. Интернет-мем как средство моделирования обобщенной виртуальной личности (на материале интернет-мемов социальной сети ВКонтакте). *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2025. Т. 4. № 4. С. 410–420. <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-410-420>

Поступила в редакцию 25.08.2025. Принята после рецензирования 16.09.2025. Принята в печать 16.09.2025.

full article

## Generalized Profile of Virtual Personality: Internet Memes in VKontakte Social Network

Tatyana V. Altukhova

Regional Comprehensive Boarding School, Russia, Kemerovo

eLibrary Author SPIN: 6806-3205

altuhova@kemgml.ru

**Abstract:** Internet memes are means of self-expression and adaptation in online communities. As such, they may tell a lot about the mechanisms of virtual identity formation. This research featured the cultural and psychological profile of a virtual personality manifested through internet memes on the VKontakte social network. It covered 384 popular internet memes published in various VKontakte communities. The model was based on the communicative purpose of the creolized message. The analysis of information transmitted by the meme made it possible to identify three

retranslated images: 1) a complaining loser; 2) a mocker; 3) a subjective observer. The analysis also yielded the main thematic groups and creolizing tools of Internet memes that help the transmitter render their public self. The internet memes were classified based on their role in virtual self-presentation. A typical meme transmitter demonstrated pessimistic and ironic attitudes; they tended to be hyperemotional and, as a result, marginalized in their opposition to the mainstream world. Consequently, an internet meme reflected its transmitter's worldview, which was usually opposed to social standards and mainstream ideas. As this personality was replicated, it got appropriated by other users, thus becoming part of a generalized profile of a social network personality.

**Keywords:** Internet meme, humor, creolization, virtual personality, transmitter of meme, Internet communication

**Citation:** Altukhova T. V. Generalized Profile of Virtual Personality: Internet Memes in VKontakte Social Network. *Virtual Communication and Social Networks*, 2025, 4(4): 410–420. (In Russ.) <https://doi.org/10.21603/2782-4799-2025-4-4-410-420>

Received 25 Aug 2025. Accepted after review 16 Sep 2025. Accepted for publication 16 Sep 2025.

## Введение

В статье рассмотрены проявления сетевой личности в обиходно-бытовой интернет-коммуникации [Солянко 2020: 75], включающей в себя все многообразие непрофессиональной письменной речи в Интернете, или *естественной письменной речи* [Лебедева 2011]. В связи с особенностью среды обитания изучаемого способа коммуникации предлагается уточнить термин, введенный Н. Б. Лебедевой, на *естественную письменную сетевую речь*.

Интернет-коммуникация, которая стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, породила особые способы самовыражения и самопрезентации, не существовавшие ранее. Сама потребность поиска новых форм презентации себя, конструирования своей личности или, точнее, речевой маски, связана с техническими особенностями интернет-коммуникации [Алтухова 2012; Галичкина 2004]. Коммуникационные технологии создали не просто новый способ общения, а целую цифровую псевдосреду, которая «замещает собой реальную действительность, беря на себя функции единственного источника знаний и представлений об окружающем мире» [Володенков 2016: 127]. Общение в Сети всегда опосредованно: между коммуникантами есть гаджеты, которые скрывают телесные и психические особенности пользователей [Галичкина 2004; Завьялова 2011, Хатхе и др. 2021]. Поэтому такое общение всегда более или менее анонимно: человек не может знать наверняка, являются ли предоставленные собеседником сведения о себе фактически достоверными. Однако именно публикуемые собеседником тексты диктуют ожидания от общения с ним, информируют о том, как интерпретировать его высказывания, причислять ли его к группе единомышленников или нет.

В целом сетевая личность никогда не совпадает с реальной полностью, даже если пользователь предоставляет о себе реальные данные: имя и фамилию, фотографию, биографические сведения (в официальной интернет-коммуникации этот «разрыв» минимален, т. к. сетевая личность представлена лишь «точечно»). Бытовое интернет-общение по своим особенностям резко отличается от общения реального, лицом к лицу: физическая непредставленность (мы не видим собеседника – он не видит нас) превращает коммуниканта в фигуру, данную только символически, в основном при помощи текста, а также небольшого количества эстралингвистических средств [Галиуллина 2024: 80]. Общение с другим в Сети – это всегда акт интерпретации не только сообщения, но и самой фигуры автора, который скрыт от собеседника только представленной информацией и своим текстом. Это, с одной стороны, дает ощущение большей свободы самовыражения (и меньшей ответственности за свои действия), а с другой – принуждает к этому самовыражению, т. к. из огромного множества других коммуникантов нужно выделиться, создать интерес к себе, чтобы начать и продолжить общение.

В связи с этим интернет-коммуникация выработала и вырабатывает множество способов, которые дают коммуникантам проявить себя в условиях электронного общения. К этим способам относится и составление анкеты, и использование различных эмотиконов, аватаров, речевых средств, вхождение в субкультуры.

В данной статье автор сосредоточился на таком способе выражения сетевой личности, как *интернет-мем* (далее – ИМ). Цель – рассмотреть наиболее существенные культурные и психологические признаки

обобщенной виртуальной личности сетевого пользователя, которые проявляются через общение посредством интернет-мемов, размещенных в социальной сети ВКонтакте. Материал – наиболее популярные ИМ, опубликованные в различных группах социальной сети ВКонтакте ( $n = 384$ ). Применены аналитико-описательный метод и сравнение.

## Результаты

Важно отметить, что нами анализируются не непосредственные авторы мемов, а пользователи, которые своими репостами, лайками и комментариями подтверждают правдивость того или иного мема как собственной личностной характеристики, т.е. делают мемы частью своего сетевого образа, обуславливают их популярность. Также такая установка связана с тем, что мем, как и любое народное творчество, быстро «ходит в народ», становится частью всеобщей интернет-культуры и не принадлежит уже никому. В статье такие пользователи обозначаются как *трансляторы мема* (далее – ТМ), что позволяет отличить их от непосредственных авторов – создателей мемов.

Согласно Е. Н. Лысенко, ИМ – это единица информации, культурная идея, которая хорошо запоминается и постоянно воспроизводится в интернет-среде [Лысенко 2017]. Несмотря на внешнюю развлекательность, ИМ выполняют важные функции в сетевом общении, такие как установление и поддержание контакта, самопрезентация, передача идеологии и информации [Шурина 2012].

Интернет давно перестал быть хранилищем информации, общение в Сети приобрело субъективный характер. Важно не то, насколько точна передаваемая информация, а насколько она привлекательно и ярко преподнесена, сколько у пользователя единомышленников. Интернет-мем – это не просто коммуникативный медиаконтент, но коммуникативно-культурный феномен, особая форма презентации информационной повестки дня, формирование у интернет-пользователей представления о реальности и актуализации смыслов, которые затем становятся частью личного мировоззрения [Красавина и др. 2023]. Интернет-мем в данном случае становится условием самоидентификации членов той или иной социальной группы, укрепляя в них ощущение единства и собственного своеобразия [Арнаутова 2006: 51]. Следовательно, ИМ отражают коллективную идентичность, т.е. психосоциальный комплекс человека, задающий эмоционально важное для него самоотнесение к какой-либо

группе / общности и определяющий правила поведения людей в этой группе, правила приема людей в группу и их исключения из нее, критерии различия *свой – чужой* для данной группы [Там же: 52]. Данные выводы Ю. А. Арнаутовой являются особенно важными, т. к. в центре нашего исследовательского внимания находится реконструкция обобщенной сетевой личности, которая отражает ценности и идеи современного интернет-сообщества.

ИМ имеют различную тематику, однако их большинство так или иначе выражает взгляд человека на себя или окружающий мир [Марченко 2013; Шурина, Харохорина 2020]. Причем этот взгляд лишен объективности и является для ТМ способом выразить себя и свою индивидуальность. Важность в таких мемах представляет даже не само иллюстрируемое событие, а то, как его видит субъект коммуникации, для которого этот мем – сообщение или толчок к общению. Но ИМ, как и любой мем в культуре [Докинз 1993], не воспринимается как индивидуальное творчество: как только ИМ попадает в Сеть, его автор становится обобщенной фигурой, эта индивидуальность начинает тиражироваться. И чем больше лайков набирает мем, чем чаще он переразмещается на разных ресурсах, тем более подтверждается точность ИМ в отражении настроения и стремлений пользователей Сети в целом.

Так наиболее популярные ИМ постепенно начинают формировать определенный обобщенный портрет пользователя в бытовой интернет-коммуникации, эксплицируя те качества и особенности, которые, по мнению коммуникантов, присущи большинству активных пользователей в Сети.

В ходе проведенного исследования обнаруживаются наиболее существенные признаки обобщенной языковой личности интернет-пользователя. Большинство ИМ, репрезентирующие личность автора, содержат в себе иронию, которая может быть направлена как на самого говорящего, так и на комментируемую ситуацию (рис. 1).

Самоирония же выступает, с одной стороны, как способ налаживания контакта: самоуничижение позволяет добиться активного сочувствия и реакции. Кроме того, намеренная оппозиция по отношению к образцам чрезмерного успеха, часто демонстрируемым в социальных сетях, дает возможность надеть маску своего человека, *простого парня*, что, в свою очередь, позволяет войти в сетевое сообщество. С другой стороны, смех над самим собой помогает сосредоточиться на определенных, беспокоящих пользователя недостатках личности

и преодолеть их, смягчая смехом, без неприятной критики. Таким образом, ирония несет в себе терапевтическую функцию (рис. 2).

С. В. Канашина отмечает, что юмор большинства современных интернет-жанров связан с эпохой постмодернизма [Канашина 2022]. Несомненно, современная культура, в том числе и в своем интернет-воплощении, вбирает черты постмодернизма и трансформирует их, но также важно отметить, что юмор сетевых жанров имеет исторические глубокие корни и связан с народной смеховой культурой Средневековья, о которой пишет М. М. Бахтин и которая в трансформированном виде входит в коммуникативное пространство многих интернет-жанров, например FFFUUU-, или FUUU-комиксов [Алтухова 2013]. Высмеивая различные ситуации, интернет-пользователи возвращаются к гротеску в разных смеховых ситуациях. Ирония подсвечивает довольно пессимистичный и циничный взгляд ТМ на окружающий мир, но негативная ситуация, отраженная в комиксе или меме, переворачивается и порождает смех как способ преодоления негатива. Так же, как в Средневековье карнавал показывал людям иной, подчеркнуто неофициальный, внецерковный и внегосударственный аспект мира, человека и человеческих отношений и строил второй мир, десакрализованный и деофициализированный [Бахтин 1990], так и ИМ создают иной, грубый и телесный мир, наполненный матом, позволяющий преодолеть негатив жизненных неприятностей, в котором через смех осмысливаются и «переворачиваются» обычные представления обо всех аспектах реальной жизни: возрасте, поле, статусе, материальном положении и т.д. Это бытие, в котором осмеян каждый (герой («рассказчик»), его антагонист и вся ситуация), где можно высказать что угодно и кому угодно, чего нельзя сделать в реальном мире.

Яркая черта многих ИМ – креолизованность. Зачастую графический элемент ИМ является постоянной составляющей, а текст – переменной. Это обусловлено тем, что таким образом данные изображения тиражируются и могут быть отнесены с помощью

- Что ты там улыбаешься?  
Бабы пишут?

**Что у меня в телефоне:**



Рис. 1. Использование иронии по отношению к ситуации общения  
Fig. 1. Irony aimed at communicative situation

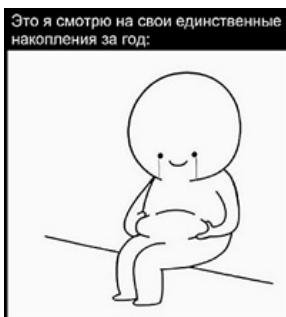


Рис. 2. Использование самоиронии для смягчения травмирующей ситуации  
Fig. 2. Self-irony as shock absorber

текста практически к любой сфере жизни [Шуйская и др. 2021]. Изображение носит не вспомогательный характер, а придает определенные смысловые оттенки транслируемому тексту, диктует то, с каких ценностных и эмоциональных позиций нужно интерпретировать сказанное. Для ТМ же – это один из важнейших способов представления себя в меме.

Визуальный компонент обеспечивает более сильное эмоциональное воздействие и активирует определенные культурные компоненты, которые стоят за каждым изображением и позволяют адресату мема более точно уловить интенцию автора и интерпретировать ИМ. Нами обнаружено несколько групп графических элементов, встречающихся довольно часто:

1. Изображения из FUUU-комиксов, в которых автор чаще всего выступает перед аудиторией как подлец и негодяй или как обманутый и разочарованный. Это связано с особенностью таких комиксов как особого пластика интернет-культуры. Бытие в таких произведениях всегда гротеско и карнавализировано, персо-

нажи нарочито примитивны, грубы, лишены лоска. При этом главное внимание сосредоточено в FUUU-комиксах не на ситуации, не на шутке, не на сюжете, а на эмоциональном состоянии изображенных героев. Именно выражения их лиц максимально прорисованы, но не персонализированы, а скорее соответствуют театральным маскам, которые выражают какие-либо чувства, например стыд, мечтательность, фрустрацию. Название этих комиксов говорит само за себя – все сводится к негативным эмоциям, потому что таков мир данных произведений. И когда ИМ заимствует визуальный компонент такого комикса, пользователи Сети видят не только смешное, примитивно нарисованное лицо, но и воспринимают стоящий за подобными графическими произведениями посыл: мир жесток и абсурден, поэтому ты или сам подлец, или будешь обманут и унижен (рис. 3).

2. Изображения с животными, особенно с котами, очень популярны в ИМ. В Интернете сложилось достаточно четкое отношение к животным в целом

и к котам в частности. Так, животные в интернет-среде вызывают больше сочувствия, чем люди, и воспринимаются как более честные, преданные существа, но при этом беззащитные перед подлым и меркантильным человеком. Коты – трогательные и смешные создания, которые могут наозорничать, но несеръезно; объекты умиления и обожания. Добавляя изображение животного в мем, автор ИМ приписывает себе определенные черты того образа животного, который сложился в сетевой среде: на первый план выходит беспомощность в жестоком и абсурдном человеческом мире, но сам ТМ (и герой мема) воспринимается как наивное, милое, пусть и не вписывающееся в социальные рамки существо (например, популярный ИМ *у меня лапки*), в его образе появляется инфантильность, отрицание агрессии. Такой ИМ рассчитан на поиск сочувствия у других, создание дружелюбной атмосферы.

3. Кадры из фильмов демонстрируют, как правило, либо эпизоды, показывающие ту эмоцию, которую, по мнению автора мема, человек должен испытывать в описанной ситуации, либо определенные типажи, стоящие за узнаваемыми персонажами кинокартин. Зачастую это герои с достаточно спорной моральной позицией, которые не принимают ценности общества и живут по-своему. Кадры выбираются с насмешливым или разочарованным выражением лица, чтобы подчеркнуть позицию автора ИМ.

4. Кадры из мультфильмов делают описываемую в ИМ ситуацию детской, несеръезной. За такими изображениями часто кроется ирония, т. к. они рассчитаны на взрослую аудиторию. Подобный компонент опосредованно задает противостояние между детскими смягченным восприятием и взрослой реальностью. В таких случаях герой или намеренно прячется за инфантильной маской, или показывает несоответствие своих детских ожиданий от действительности и происходящего. Также данный визуальный компонент сведен по своему значению с включением в ИМ изображения животного и подчеркивает такие черты автора, как беззащитность, наивность.

Большинство ИМ посвящены или жалобам по поводу испытываемых ситуаций в определенных сферах, или насмешке над людьми и событиями, которые кажутся автору отталкивающими или неправильными, социально несправедливыми. Таким образом, ИМ преимущественно распределены по девяти тематическим группам: 1) работа; 2) деньги; 3) учеба; 4) семья и отношения; 5) социальная несправедливость; 6) жизненные мемы; 7) ожидание / реальность; 8) возраст; 9) взросление.

Рассмотрим, какой портрет пользователя представляют эти тематические блоки. Группы 1–3 отражают в основном три ключевых момента: фruстрация от совершающей, навязанной извне деятельности, неудачи в этой деятельности или в учебных / деловых отношениях и отсутствие отдачи от усилий, приложенных в этой деятельности (будь то зарплата или получаемые в школе или вузе навыки) (рис. 4). Деньги и материальные блага в ИМ представлены как нечто недостижимое рядовому («нормальному») пользователю: герои мемов, в отличие от тех, кто в Сети показывает свое благосостояние, демонстрируют бедность, недостаточную обеспеченность, жалуясь на нее и одновременно иронизируя над ней (рис. 2).

Фruстрацию обычного человека выражают и ИМ остальных тематических групп. Недовольство жизнью, ее несоответствием не только ожиданиям, но и, по мнению автора мема и ТМ, здравому смыслу, становится отличительной чертой интернет-пользователей. Реальность, дружба, отношения и даже самоощущение в определенном возрасте оказываются не такими, какими должны быть, не соответствуют представлениям и стереотипам. Это приводит к снижению планки ожидания, приспособления и определенной деградации в личностном плане. Именно на отражение данного процесса направлены ИМ тематической группы 9. Если такие герои мемов,



Рис. 3. Высмеивание несовпадения возвышенных представлений о реальности и циничной реальности  
Fig. 3. Mocking the gap between lofty ideas and cynical reality

как мальчик и девочка, еще смотрят на мир с романтической или благородной точки зрения, то процесс взросления делает их циничными, не ожидающими от мира и других людей ничего хорошего (рис. 5).

Сама тема биологического возраста также широко обсуждается и осуждается. В то время как государством продлевается возраст молодежи, в ИМ отражается обратный процесс. Демонстрируя свое ощущение в определенном возрасте, автор мема в виртуальном пространстве предстает стариком, будучи в действительности достаточно молодым. Появляются новые рубежи старости: в 18 лет человек еще молод и бодр, в 25–26 – уже теряет определенную часть энергии, а 30 лет – это рубеж, после которого становятся больными, ничего не желающими стариками (рис. 6). Старость в данном случае связана

не с мудростью, а с физическим незддоровьем, замкнутостью, нежеланием воспринимать новое, ворчанием на все вокруг.

По нашему мнению, именно в этих темах ярко проявляется личность автора, его сетевое Я, потому что они оказываются, с одной стороны, наиболее значимыми для интернет-пользователей, т. к. каждый человек часто сталкивается с ними, а с другой – люди редко имеют возможность выразить свои истинные чувства в реальности. В обычной жизни обсуждение здоровья, отношений и материального положения является негласным табу, эти темы не принято затрагивать в общении, если только это не самые близкие люди.

Однако потребность выразить свои наблюдения, обиды и разочарования в реальности никуда не уходит, и поэтому интернет-пользователи стремятся разделить свои чувства с другими, показать, как на самом деле они себя чувствовали, когда в реальном общении были вынуждены быть спокойными и придерживаться правил приличия. ИМ в этом смысле позволяет сохранить анонимность: это высказывание о ситуации как у всех,



Рис. 4. Передача фruстрации ТМ  
Fig. 4. Meme as frustration transmitter



Рис. 5. Переосмысление декларируемых обществом ценностей  
Fig. 5. Rethinking of social values



Рис. 6. Субъективное восприятие разных возрастов  
Fig. 6. Subjective perception of different age groups

на которую каждый проецирует свои обстоятельства, и, создавая мем или делясь им, пользователь не жалуется напрямую на конкретный случай, но может безопасно выразить свои чувства и разделить их с другими.

Возможность высказать в Сети через ИМ те мысли и чувства, о которых не говорят в реальной жизни, позволяет интернет-личности претендовать на то, чтобы быть более настоящей, соответствующей реальным самоощущениям человека, стоящего за ней, чем та маска, которую он демонстрирует в обществе при реальном общении. Именно поэтому чаще всего в ИМ, направленных на раскрытие сетевого Я, встречаются жалобы на окружающий мир или его осуждение.

Кроме того, эти темы в непосредственном общении не всегда позволяют выразить негативные эмоции или иронию, т.к. существует возможность определенных реальных последствий для того, кто критикует или смеется над чем-то. Интернет-мем позволяет высмеять оппонента / обидчика или выразить негативные эмоции обезличенно и безопасно: сам высказывающий анонимен и та ситуация, о которой говорится, предстает не как конкретное событие, а как часто происходящее, знакомое многим.

С желанием продемонстрировать свои истинные чувства связана высокая эмоциональность ИМ, демонстрирующего личность автора. На наш взгляд, это обусловлено компенсирующей гиперэмоциональностью сетевого общения [Алтухова 2012; Шабшин 2005]: в Интернете можно передать то, что человек не может по какой-либо причине передать в обычной жизни. И главным оказывается выражение сильных эмоций, в первую очередь негативных – раздражения, разочарования, ненависти, на которые в обществе наложено негласное табу.

Чаще всего автор мема и ТМ рассмотренных тематических групп выступает как человек, выражающий свои негативные эмоции, которые связаны с недовольством мира и окружающими, но также и с разочарованием в себе. Через недовольство и разочарование автор ИМ демонстрирует протест против ценностей, сформированных современной массовой культурой, которая диктует необходимость демонстрировать свой успех, общее благополучие, позитивное мышление и саморазвитие. В реальной жизни часто можно услышать *не жалуйся, не принимай близко к сердцу*, однако в большинстве ИМ как раз-таки встречаются обратные ситуации (*я недоволен, я расстроен*). Происходит разрушение

позитивной, гламурной картины мира, с которой автор ИМ борется жалобами и высмеиванием, подчеркиванием иллюзорности позитивного и реальности негативного в жизни.

При этом автор не изображает себя как героя, борющегося с обманом общества. Себе он также приписывает негативные характеристики: он хулиган, неудачник, часто принимающий неверные решения. Автор ощущает себя больным и старым вне зависимости от возраста. Он намеренно лишает свой образ пафоса и гламурности, делая его более «настоящим», противопоставляя себя образцам реальной и мнимой успешности, демонстрируемой в социальных сетях.

Несмотря на негативные эмоции и постоянные жалобы, для автора ИМ важны нравственные ценности, такие как дружба, честность, справедливость, которые отстаиваются в ИМ (пусть и через смех, шутки). Эти нравственные ценности понимаются очень субъективно, т.к. в интернет-общении важнее всего представить свою точку зрения, продемонстрировать свои принципы, вне зависимости от того отвечают они общественным ценностям или противопоставляются им. В связи с этим трансформируется понятие *справедливости*, важное в интернет-сообществе. Она понимается как остромое унижение-возмездие для обидчика. Очень ярко это демонстрирует фраза *переиграл и уничтожил*, повторяющаяся во многих ИМ. Справедливость восстанавливается «возвратом» обидчику той травмирующей ситуации и негативных эмоций, причиной которых он стал. В таких случаях нет места прощению или милосердию, потому что для пользователей важно, чтобы обидчик пострадал именно от того, кому хотел навредить. Интернет-мемы, раскрывающие ситуации такого рода, тиражируются, получая высокие оценки среди пользователей. Умение постоять за себя становится синонимом умения нанести вред в ответ, что позиционируется как справедливость и правильное поведение. Указанное еще раз показывает определенную картину мира, которая транслируется через ИМ: в жестоком мире можно выжить только отвечая на зло злом.

Разочарование в обычных людях, некоем абстрактном «нормальным» большинстве оправдывает мизантропию автора ИМ, который представляет как интроверт-циник, позиционирующий одиночество в качестве главной ценности, стремящийся к минимуму социальных связей, считая важными только самые близкие отношения, основанные

на душевной и ценностной близости, при этом кровное родство не играет для автора принципиальной роли. Помимо этого, автор позиционирует себя интровертом-социопатом, который готов терпеть тех, кто не входит в его маленькое сообщество единомышленников, только на расстоянии, желательно будучи отделенным от них экраном гаджета. В связи с этим особое место в мемах уделяется осознанию противопоставленности себя и общества. Это противопоставление намеренно утрируется, а более успешные в социальном смысле люди (более материально обеспеченные и те, кто психологически лучше ладит с людьми) высмеиваются. Поэтому достаточно много ИМ посвящено «разоблачению» экстравертов, жаворонков и др. Автор ИМ стремится показать, что хотя такие люди оказываются более успешными, а их характер или привычки – социально одобряемыми, но по личным качествам они не превосходят тех, кто предпочитает взаимодействию с внешним миром одиночество и узкий круг единомышленников, а иногда даже и уступают им.

Так как автор мема ощущает социальное давление и считает его опасным и вредным для своей индивидуальности, то на первый план выходит ценность одиночества и разъединенности с обществом. Все, что связано с ним и его требованиями, отрицается, получает негативную оценку: необходимость идти на работу, создавать семью, заводить детей, иметь четкую гражданскую позицию. При этом осознаются потребность в поддержке и важность поиска единомышленников, дружбы с теми, кто совпадает с тобой во взгляде на мир, поэтому так часто встречаются ИМ и короткие видеоролики с названием или описанием Жиза?, Жизненно. Автор ИМ хочет быть отделенным от мира, но при этом чувствовать, что существуют люди с похожими проблемами и мировоззрением. Это дает пользователю чувство правильности его ощущений и впечатлений, подтверждает его реакцию на происходящее.

Жестокость и бездушие мира также демонстрируется в раскрытии тематических групп 1 и 2. Герой-автор мема беден. У него всегда недостаточно финансов для «приличной» жизни. И объясняется это обычно двумя факторами: несправедливостью мира, ведь работодатель / заказчик не ценит то, что делает герой, а также неумением самого героя вписаться в этот мир (рис. 7).

При этом объем выполняемой работы всегда чрезмерен и никогда не связан с размером вознаграждения (рис. 8). Интернет-мемы этой группы

«разоблачают» отсутствие связи между работой и благосостоянием. Таким образом, бедность – двойное состояние; то, от чего герой мечтает избавиться. Богатство же стигматизируется – это то, что не может достаться человеку за его труды;

Выберите специальность,  
которая вам нравится, и вы  
не будете работать ни дня в  
своей жизни, потому что в  
этой области, скорее всего,  
нет вакансий.



Рис. 7. Высмеивание ситуации на рынке труда: новая интерпретация precedентной фразы  
Fig. 7. Re-interpreting a precedent phrase to mock the situation on the labor market



Рис. 8. Несовпадение ожиданий и реальности при работе удаленно  
Fig. 8. Gap between expectations and reality of distance working

обладание им несправедливо по отношению к остальным, и такое чувство мешает сохранять к ним сочувствие.

Интернет-мемы, посвященные усталости от работы и отсутствию материальных перспектив, сейчас привлекают внимание не только лингвистов, но и журналистов, психологов. По мнению клинического психолога Ольги Сориной, обилие ИМ, посвященных ненависти к своей работе, и любовь пользователей к ним обусловлены тем, что ИМ позволяют пользователю «вычислить» болевую точку в своей жизни и безопасно «разделить» дискомфорт от проблемы с другими, увидеть, что испытывать ненависть к работе, усталость от коллег или начальства, т.е. все то, о чем не принято и стыдно говорить, – это нормально<sup>1</sup>. Так ИМ создают общее культурное пространство и вместе с тем портрет обобщенной виртуальной личности сетевого пользователя.

Таким образом, ключевыми чертами, формирующими образ языковой личности автора и ТМ являются пессимистическое и ироническое восприятие жизни; гиперэмоциональность, которая вызывает маргинальность; противопоставление себя остальному, «нормальному» миру.

С учетом коммуникативной цели публикации ИМ, содержащих ту или иную информацию, которую предоставляют о себе автор и ТМ через ИМ, выявлены три образа авторов:

**I. Жалующийся неудачник.** Цель такого пользователя – найти единомышленников и сочувствующую аудиторию, которая продемонстрирует ТМ, что он не одинок в своем ощущении несчастья, неудовлетворенности жизнью. В этом образе пользователь предстает как неумелый и беззащитный человек в нелогичном и несправедливом мире. Он ищет в Сети понимание и подтверждение того, что в этой роли, в этом самоощущении находятся тысячи людей и, как и он сам, чувствуют себя неуютно и непонятно в этом странном мире. Таким образом, происходит поиск сочувствующей аудитории, поиск *своих*, поиск тех, у кого было так же. Часто такие мемы направлены на определенное сообщество: работающие в офисе, школьники, молодые девушки, конкретная возрастная группа и др.

**II. Насмешник.** Цель такого пользователя – высмеять жизненные проблемы, а иногда и самого себя, а также утвердить свою ценность внутри сетевого общения. Создавая собственные ИМ или делясь

чужими, человек хочет показать себя и делает это через протест против массовой культуры с ее благополучной маской.

**III. Субъективный наблюдатель.** Цель такого пользователя – осмыслить различные ситуации с точки зрения своих представлений о справедливости, современности, своего нравственного кодекса. В отличие от *Насмешника* он не ставит главной задачей найти смешное или принизить что-то, а также не жалуется, как *Жалующийся неудачник*.

## Заключение

Интернет-мем как средство создания обобщенной виртуальной личности интернет-пользователя амбивалентен. С одной стороны, он призван показать индивидуальное мировоззрение конкретного человека, противопоставляемое сложившимся в обществе нормам и представлениям. С другой – этот индивидуальный взгляд на жизнь тиражируется, становится «собственностью» всех заинтересованных пользователей, что и создает именно обобщенный, а не уникальный портрет сетевой личности. Выбор ИМ как транслятора взглядов и ценностей пользователя обусловлен не столько психоэмоциональными особенностями самого коммуниканта, сколько той средой, в которой он общается при помощи ИМ.

Интернет-мем – это культурный код, который демонстрирует принадлежность к тому или иному сообществу, его использование отвечает и коммуникативным целям пользователя, и его социальной задаче – вписаться в сообщество, поддерживать общение со *своими*. Особенности личности автора и его эмоциональное состояние в большей степени влияют не на использование ИМ в коммуникации в целом, а на тематику транслируемого ИМ.

Как неотъемлемая часть общения в социальных сетях, ИМ несут в себе качества этого общения, например, передают иронический, вызывающее субъективный взгляд ТМ на мир, поддерживают гиперэмоциональность интернет-коммуникации. Использование ИМ в общении – не только следствие собственного желания пользователя, но и традиция общения в определенных коммуникативных условиях. Таким образом, выбор ИМ обусловлен не только частными речевыми интенциями пользователей, но и генеральной речемыслительной интенцией социальных сетей ВКонтакте.

<sup>1</sup> Кудрякова А., Ли В. Как мрачные мемы про работу и деньги помогают нам справиться со стрессом. Т-Ж. 23.08.2024. URL: <https://journal.tinkoff.ru/corporate-memes/#three> (дата обращения: 20.08.2025).

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflict of interests:** The author declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Алтухова Т. В. Комическое в «FUUU-комиксы» как способ преодоления негативных сторон в жизни современных школьников. *Научный диалог «Восток – Запад»: Всеукр. науч.-практ. конф.* (Каменец-Подольский, 10 июля 2013 г.). Каменец-Подольский: Каменец-Подольский национальный университет имени Ивана Огиенко, 2013. С. 8–11. [Altukhova T. V. The comic in the FUUU-comics as coping with modern school life. *Scientific dialogue between East and West: Proc. All-Ukr. Sci.-Prac. Conf., Kamenets-Podolsky, 10 Jul 2013. Kamenets-Podolsky: Kamenets-Podolsky National University named after Ivan Ogienko, 2013, 8–11. (In Russ.)*]
- Алтухова Т. В., Лебедева Н. Б. Виртуальное общение: новый этап письменной коммуникации. *Вестник Кемеровского государственного университета*. 2012. № 1. С. 105–111. [Altukhova T. V., Lebedeva N. B. Virtual communication: A new stage of writing communication. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2012, (1): 105–111. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/owyudv>
- Арнаутова Ю. А. Культура воспоминания и история памяти. *История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени*, ред. Л. П. Репина. М.: Кругъ, 2006. С. 47–55. [Arnautova Yu. A. Culture of memory and the history of memory. *History and memory: Pre-modern historical culture in Europe*, ed. Repina L. P. Moscow: Krug, 2006, 47–55. (In Russ.)]
- Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. 2-е изд. М.: Художественная литература, 1990. 543 с. [Bakhtin M. M. *The work of Francois Rabelais and the folk culture of the Middle Ages and Renaissance*. 2nd ed. Moscow: Hudozhestvennaya literatura, 1990, 543. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/vqmunr>
- Володенков С. В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики. *Коммуникология*. 2016. Т. 4. № 4. С. 125–136. [Volodenkov S. V. Mediatization and visualization of modern space of public policy. *Kommunikologia*, 2016, 4(4): 125–136. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/wjxubj>
- Галиуллина О. Р. Характеристики виртуальной языковой личности автора англоязычной сетевой кинопрезенции. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2024. Т. 43. № 1. С. 78–89. [Galiullina O. R. Characteristics of the virtual linguistic personality of the author of online movie review written in English. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2024, 43(1): 78–89. (In Russ.)] <https://doi.org/10.52575/2712-7451-2024-43-1-78-89>
- Галичкина Е. Н. Характеристика компьютерного дискурса. *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2004. № 10. С. 55–59. [Galichkina E. N. Characteristics of computer discourse. *Vestnik Orenburg State University*, 2004, (10): 55–59. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/jshmfx>
- Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993. 316 с. [Dawkins R. *The selfish gene*. Moscow: Mir, 1993, 316. (In Russ.)]
- Завьялова З. С. Реальный и виртуальный субъекты сетевой коммуникации: специфика интеракции. *Вестник Томского государственного университета*. 2011. № 343. С. 45–47. [Zavyalova Z. S. Real and virtual sides of self on the Internet: An interaction model. *Tomsk State University Journals*, 2011, (343): 45–47. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/negrbx>
- Канашина С. В. Интернет-мем и юмор. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. 2022. Т. 41. № 2. С. 317–328. [Kanashina S. V. Internet meme and humor. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2022, 41(2): 317–328. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/dbspns>
- Лебедева Н. Б. Теоретические основы исследования естественной письменной речи. In: Лебедева Н. Б., Зырянова Е. Г., Плаксина Н. Ю., Тюкаева Н. И. *Жанры естественной письменной речи: студенческое граффити, маргинальные страницы тетрадей, частная записка*. М.: КРАСАНД, 2011. С. 8–61. [Lebedeva N. B. Theoretical foundations of natural written speech studies. In: Lebedeva N. B., Zyryanova E. G., Plaksina N. Yu., Tyukaeva N. I. *Genres of natural written speech: Student graffiti, marginal notebook pages, and diary notes*. Moscow: KRASAND, 2011, 8–61. (In Russ.)]

- Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 2017. Т. 10. № 4. С. 410–424. [Lysenko E. N. Internet memes in youth communication. *Vestnik of Saint Petersburg University. Sociology*, 2017, 10(4): 410–424. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2017.403>
- Марченко Н. Г. Интернет-мемы как хранилище культурных кодов сетевого сообщества. *Казанская наука*. 2013. № 1. С. 113–115. [Marchenko N. G. Internet-meme like storage of the cultural code of Internet-community. *Kazan Science*, 2013, (1): 113–115. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/pvkdrd>
- Солянко Е. А. Особенности обиходно-бытовой интернет-коммуникации на китайском языке. *Общество. Коммуникация. Образование*. 2020. Т. 11. № 4. С. 74–83. [Solyanko E. A. Features of everyday Internet communication in Chinese. *Society. Communication. Education*, 2020, 11(4): 74–83. (In Russ.)] <https://doi.org/10.18721/JHSS.11407>
- Хатхе А. А., Читао И. А., Хуажева Н. Х., Шхалахова Р. А. Интернет-коммуникация и его актуальная и виртуальная среда. *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2021. № 11-2. С. 71–73. [Hatche A. A., Chitao I. A., Khuazheva N. Kh., Shkhalakhova R. A. Internet communication and its current and virtual environment. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2021, (11-2): 71–73. (In Russ.)] <https://doi.org/10.24412/2500-1000-2021-11-2-71-73>
- Шабшин И. И. О психологических особенностях общения в Интернете. *Московский психотерапевтический журнал*. 2005. № 1. С. 158–182. [Shabshin I. I. Psychological phenomena and Internet communication. *Moskovskii psihoterapevticheskii zhurnal*, 2005, (1): 158–182. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/kgydmt>
- Шуйская Ю. В., Мурзина О. В., Карпов Э. С. Лингвистические особенности текстовой составляющей креолизованных интернет-мемов. *Филология: научные исследования*. 2021. № 12. С. 30–36. [Shuiskaya Yu. V., Murzina O. V., Karpov E. S. Linguistic peculiarities of text component of the creolized Internet memes. *Philology: Scientific researches*, 2021, (12): 30–36. (In Russ.)] <https://doi.org/10.7256/2454-0749.2021.12.37123>
- Шурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации. *Научный диалог*. 2012. № 3. С. 161–173. [Shchurina Yu. V. Internet meme as a phenomenon of Internet communication. *Nauchnyi dialog*, 2012, (3): 161–173. (In Russ.)] <https://elibrary.ru/owqftd>
- Шурина Ю. В., Харохорина М. Б. Интернет-мем как жанр и «ньюсмейкер» в современном медиапространстве. *Медиалингвистика*. 2020. Т. 7. № 2. С. 263–275. [Shchurina Yu. V., Harohorina M. B. Internet meme as a "newsmaker" in the modern media space. *Media Linguistics*, 2020, 7(2): 263–275. (In Russ.)] <https://doi.org/10.21638/spbu22.2020.209>