

засобами для адекватної передачі інформації, здатність правильно інтерпретувати взаємозв'язок соціальних і комунікаційних характеристик комунікантів» [9, с. 44].

До комунікаційних чинників зараховують: «соціальні норми мовної поведінки, мовного етикету, типи комунікаційних ситуацій, пов'язаних із різними сферами діяльності, умови міжособистісної, внутрішньогрупової і масової комунікації, диференціація комунікаційних засобів залежно від стратифікаційної і ситуативної варіативності комунікації» [9, с. 44].

Ідентифікація соціального статусу, його успішність чи навпаки відбувається в комунікативній поведінці індивіда, його взаємодії з іншими учасниками комунікації. Взаємообумовлений позитивний результат комунікації досягається за умови визначених інтенцій, комунікативної компетенції, правильної комунікативної позиції адресанта, яка в свою чергу може бути посиленою з огляду на його соціальний статус.

Українська дослідниця Ольга Яшенкова визначає ступінь ефективності мовної комунікації «результатом актуалізації двох основних соціально значущих функцій – взаємодії та впливу» [10, с. 134].

Мовленнєвий вплив буває ефективним та неефективним з огляду реалізації поставлених цілей. Якщо поставленої мети не було досягнуто, міжособистісні стосунки комунікантів були порушені, їх баланс не втриманий, така комунікація та мовленнєвий вплив виявилися неефективними, що відповідним чином негативно позначилося на соціолінгвістичному статусі адресанта.

Отже, ми зробили спробу розглянути багатовимірність поняття соціолінгвістичного статусу як наукової категорії. Підсумовуючи, можна стверджувати, що соціолінгвістичний статус комуніканта є синтезом таких основних параметрів: його місця у соціальній ієрархії, соціальної ролі в комунікативній ситуації та рівня сформованості комунікативної та мовної компетенції.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Флорій Бацевич. – К. : Академія, 2004. – 344 с.
2. Вебер М. Избранные произведения / Максимилиан Вебер; пер. с нем., сост., общ. ред. Ю. Н. Давидова; предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 237 с.
3. Дейк ван Т. А., Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк; пер. с англ.: сб. работ/сост. В. В. Петров под ред. В. И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Кубрякова Е. С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) Язык и наука конца XX века. / Е. С. Кубрякова. – М., 1995. – С. 206–230.
5. Кочерган М. П. Загальне мовознавство : Підручник / М. П. Кочерган. – К. : Видавничий центр «Академія», 2003. – 464 с.
6. Красных В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: Курс лекций / Виктория Владимировна Красных. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2001. – 270 с.
7. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации / Георгій Георгійович Почепцов. – 2-ге вид. доп. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. – 308 с.
8. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми: [підручник] / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава, 2008. – 712 с.
9. Холод О. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз/ Олександр Холод. – Навчальний посібник. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Львів : ПАІС, 2011. – 288 с.
10. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: [навчальний посібник] / Ольга Володимирівна Яшенкова. – К.: Видавничий центр «Академія», 2010. – 312с.
11. Craig R.T. Communication Theory as a Field / R.T. Craig // Communication Theory. – 1999. – Vol. 9. – P.119-161.

УДК 811.111 [22+37] (045)

О. І. Чернікова,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

ГЕНЕРАТОРИ МЕМІВ У АНГЛОМОВНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ

У статті розглядаються процеси поширення мемів у англomовному культурному просторі, описуються та аналізуються основні генератори мемів у англomовній мас-культурі. Основну увагу зосереджено на описі темпоральних різновидів мема та прикладів генераторів мемів для англomовного середовища.

Ключові слова: мем, темпоральні різновиди мема, генератори мемів, семиотика, кіномем.

MEME GENERATORS IN THE ENGLISH-SPEAKING CULTURAL SPACE

The article is focused on the processes of meme spread in the English-speaking cultural space as well as on describing and analyzing the main meme generators in the English-speaking mass culture. The problem of memes temporal classification is quite topical, as the majority of research focused on memes keeps attention only on post-Internet examples emerging from real life, ignoring the wide range of pre-Internet and media-based memes. The author classifies memes according to the temporal criterion and describes the differences between pre-Internet and post-Internet memes, proving the fact that memes have existed long before new media which have given a new and unheard of boost to the process of meme generation. Meme generators are defined as works of art and culture (literature, theater, cinematography) or situations/personas that give birth to memes. The author highlights the importance of new media in spreading and transformation of modern memes. Several examples of meme generators and memes hailing from them are given in the article. The author stresses that memes are not limited by quotes from famous cultural phenomena/real life situations: they actually may emerge due to viewers' description of visual media elements.

Key words: meme, meme temporal classification, meme generators, semiotics, cinematic meme.

ГЕНЕРАТОРЫ МЕМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В статье рассматриваются процессы распространения мемов в англоязычном культурном пространстве, описаны и проанализированы основные генераторы мемов в англоязычной мас-культуре. Основное внимание сосредоточено на описании темпоральных разновидностей мема и примеров генераторов мемов для англоязычной среды.

Ключевые слова: мем, темпоральные разновидности мема, генераторы мемов, семиотика, кинонем.

У часи миттєвого поширення та надлегкої доступності інформації все більш нагальним стає дослідження явища *мема* – інформаційного реплікатора, мовної і культурної одиниці, яка здатна необмежено відтворюватися в сучасному Інтернет-середовищі.

Актуальність дослідження феномена мема зумовлена, насамперед, його унікальними властивостями: сучасний мем має дуже коротке «життя» – виникає миттєво, трансформується за лічені дні (деколи – години) і так само швидко зникає «з хвилі популярності». У семіотичі, когнітивній та прагма-лінгвістичі, культурології, антропології, психології існують численні спроби визначення мема, його аналізу, класифікації [7; 10; 12; 13]. На жаль, стан вивчення мема залишається спорадичним як в українській, так і в пострадянській науці [6], на відміну від сучасних європейських та американських досліджень [7; 8].

Поняття мема з'явилося ще в минулому столітті, а точніше, у 1976 році, у праці Річарда Докінза «Егоїстичний ген» [9]. Незважаючи на те, що згадана робота була присвячена, скоріше, біологічним наукам, поняття «мем» (за аналогією з геном) увійшло в науковий обіг західної культурології та семіотики. Ставлення як вітчизняних [2; 6], так і зарубіжних [7; 8] учених до цього явища неоднозначне, передусім, через його швидкоплинність та здатність необмежено відтворюватися.

Дослідження присвячено опису та аналізу продуктів культури (книг, кінофільмів тощо), які стали *генераторами мемів* для англomовного культурного середовища.

Детальні критерії визначення і властивості явища мема сформульовано в попередній розвідці, присвяченій дослідженню мемів у лінгвістичному аспекті [5]. Мем не обмежений у часі, тобто під визначення мема підпадає як сучасний демотиватор або влучна фраза, так і цитати відомих людей, ідіоми тощо. Зважаючи на необмеженість мема у часі, за темпоральним критерієм мему було розподілено на ті, що виникли *до ери Інтернету* і *після* неї (Рис.1). Такий розподіл обумовлений тим, що з появою Інтернету сутність та прояви мемів у культурі набули абсолютно нового вигляду, а швидкість їх розповсюдження зростає у геометричній прогресії.

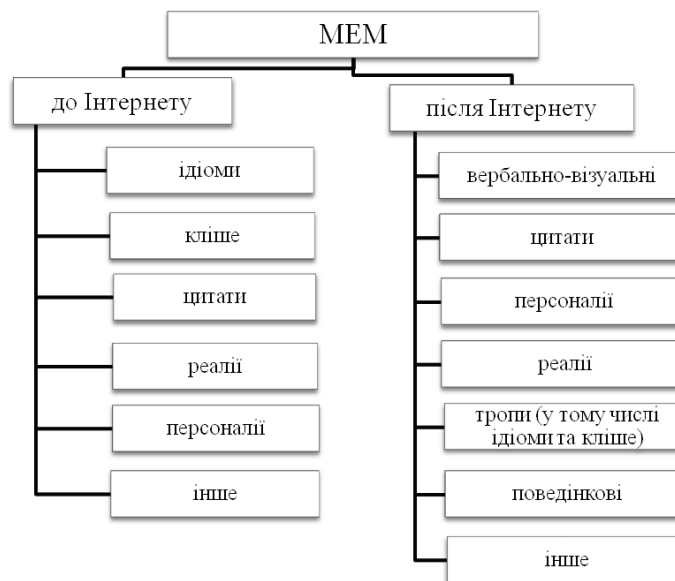


Рис.1. Темпоральні різновиди мемів

Суттєва різниця між сучасним мемом і мемом минулого полягає у швидкості їх розповсюдження: до ери Інтернету не існувало засобу передавати влучні слова і фрази від людини до людини миттєво, тому і «термін життя» мемів минулого набагато довший, ніж у сучасних.

Серед шляхів передачі мема, що існували до епохи Інтернету (Рис. 2), можна назвати, по-перше, усне спілкування, по-друге, літературу (книги, цитати з яких вживаються й досі, наприклад, Біблія, філософські твори, класична проза та поезія) і, нарешті, культурні заходи, такі, як відвідування театру (відомі шекспірівські цитати) та кіно (цитати з популярних кінофільмів XX століття, які з'явилися до поширення Інтернету).

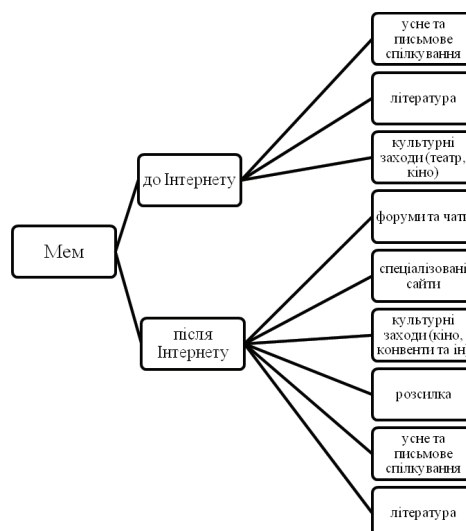


Рис. 2. Шляхи розповсюдження мема

Після появи Інтернету шляхів поширення стає принаймні вдвічі більше – пряме спілкування між людьми, а також література відходять на останній план (Рис.3), з'являються канали розповсюдження мемів, неможливі до епохи Інтернету: форуми, спеціалізовані сайти, розсилки. Завдяки цим каналам і досягається «вірусна» швидкість сучасного розповсюдження мемів. Слід звернути увагу, що багато мемів минулого «дожили» до сьогодення і продовжують активно використовуватися, однак меми, що з'явилися вже в епоху Інтернету, забуваються так само швидко, як виникають.

Встановивши шляхи розповсюдження мемів у культурному просторі, розглянемо детальніше поняття *генератора мемів*. У епоху до появи Інтернету меми не змогли б народжуватися і «йти у маси» без допомоги відомих культурних пам'яток – літературних, драматургічних, документальних творів тощо. Після появи Інтернету як середовища розвитку мемів вони продовжували з'являтися завдяки відомих творам, не останнє місце серед яких займають кінофільми. Отже, *генератор мема* – відомий витвір мистецтва (літературного, кінематографічного, драматургічного тощо) або широко відома ситуація/персоналія, завдяки яким народжується та починає розповсюджуватися новий мем.

Серед генераторів мемів для англомовного культурного простору варто знов-таки виокремити «до-Інтернетні» (Біблія та християнський канон, твори Вільяма Шекспіра, твори інших класиків англійської та американської літератури, класичні твори кінематографа, вислови відомих осіб тощо) і «пост-Інтернетні» (сучасна література, кінематограф, ситуації та персоналії, пропущені через призму Інтернет-спілкування).

Біблієзми, шекспіризми та інші «до-Інтернетні» меми досі не втрачають своєї популярності – це свого роду «перевірка на приналежність» до англомовного культурного коду. За роки свого використання вони зазнали трансформацій, але досі слугують для позначення всім відомих та впізнаваних ситуацій. Наприклад, перетворена цитата з *Romeo and Juliet* Шекспіра – «*a rose by any other name*» трансформувалася у мем «<<something> by any other name», який використовується для позначення ситуації «зміна назви не змінить сутність предмету» [18].

У той час як меми, породжені літературою, мають текстовий вираз, меми, що походять з кінематографа, часто набувають вербально-візуальної або вербально-аудіальної [5] форми, наприклад, кінематографічний мем *Get to the Choppa* [17], який потребує не лише графічного, але й звукового відтворення – популярність цього мема зумовлена специфічним акцентом актора, який вимовляє процитовану фразу у фільмі *The Predator*.

Часто назва мема утворюється не у тексті самого генератора, а завдяки опису ситуації або візуальній інформації поширювачами мема – так, наприклад, найновіший фільм із саги *Star Wars* породив мем під назвою *TR-8R the Stormtrooper* [19], заснований на одній із сцен фільму (рис. 3), де один персонаж називає іншого *traitor* (зрадник). На основі цієї єдиної репліки персонаж отримав «ім'я», схоже на номери, які давалися за сюжетом фільму безликим ворожим солдатам.



Рис. 3. TR-8R the Stormtrooper

Проаналізувавши шляхи передачі мемів у англомовному культурному просторі, а також описавши та навівши приклади генераторів мемів, можна стверджувати наступне: у сучасних мемів спостерігається зростання кількості як якісних різновидів, так і шляхів їх поширення; нові шляхи розповсюдження мема, що виникли після появи Інтернету, стали поширенішими, ніж ті, що існували ще з стародавніх часів; генератором мема може стати будь-який елемент культури, від літературного твору до ситуації з реального життя; вербальне вираження мема часто з'являється не як цитата з культурного твору, а як результат його опису розповсюджувачами мема.

Література:

1. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста / Людмила Владимировна Бабина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2013. – № 2 (20). – С. 28–33.
2. Жаботинская С. А. Язык как оружие [Электронный ресурс] / С. А. Жаботинская. – Режим доступа : http://uaclip.at.ua/zhabotinskaja-jazyk_kak_oruzhie.pdf.
3. Піддубний А. С. Інтернет-меми в аспекті парадигми перекладу [Електронний ресурс] / А. С. Піддубний // Новости мировой науки (Филологические науки). – 2011. – Режим доступа до журн. : http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Philologia/6_86003.doc.htm
4. Соколова К.В. Меми як засіб комунікації в Інтернет-середовищі / К.В. Соколова // Гуманітарний часопис: Збірник наукових праць. – Харків : ХАІ, 2012. – № 1. – С. 118-123.
5. Чернікова О. І. Вербальний мем: лінгвістичний аспект / О. І. Чернікова. – Наук. записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна» : зб. наук. праць. – Острого : Вид-во Національного ун-ту «Острозька академія», 2015. – Вип. 51. – С. 354-356.
6. Щурина Ю.В. Інтернет-меми: источники возникновения [Электронный ресурс] / Ю.В. Щурина // Научный прогресс на рубеже тысячелетий (Филологические науки). – 2014. – Режим доступа к журн. : http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2014/Philologia/7_170976.doc.htm
7. Blackmore S. The meme machine / Susan Blackmore. – Oxford : Oxford University Press, 1999. – 258 p.
8. Chick G. The units of culture [Internet resource] / Garry Chick. – Access mode : <http://www.personal.psu.edu/gec7/Units.pdf>
9. Dawkins R. The selfish gene / Richard Dawkins. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 360 p.
10. Deacon T. W. Memes as signs [Internet resource] / Terrence W. Deacon // The semiotic review of books. – Vol. 10 (3). – Access mode : <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/srb/10-3edit.html>

11. Eco U. *Semiotics and the Philosophy of Language* / Umberto Eco. – Bloomington : Indiana University Press, 1986. – 242 p.
12. Gleick J. What defines a meme? [Internet resource] / James Gleick // *Smithsonian magazine*. – 2011. – Access mode: <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/what-defines-a-meme-1904778/?no-ist=&c=y%3Fno-ist&page=2>
13. McNamara A. Can we measure memes? [Internet resource] / Adam McNamara // *Frontiers in evolutionary neuroscience*. – Vol. 3. – 2011. – Access mode: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118481>.
14. Peirce C. S. *Collected papers of Charles Sanders Peirce (8 Volumes)* / Charles Sanders Peirce. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1931-58. – Vol. 2. – P. 227.
15. Meme: Merriam Webster [Internet resource]. – Access mode : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/meme>.
16. Trope: Merriam Webster [Internet resource]. – Access mode : <http://www.merriam-webster.com/dictionary/trope>.

Список джерел ілюстративного матеріалу

17. Get to the Choppa [Internet resource]. – Access mode: <http://knowyourmeme.com/memes/get-to-the-choppa>.
18. Humans By Any Other Name [Internet resource]. – Access mode : <http://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/HumansByAnyOtherName>.
19. TR-8R the Stormtrooper [Internet resource]. – Access mode : <http://knowyourmeme.com/memes/tr-8r-the-stormtrooper>.

УДК 821.112.2_32.09 (045)

Л. М. Шапошнікова,

Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія, м. Хмельницький

БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЛЕЙТМОТИВ У ПРОЗІ ТОМАСА МАННА (НА ПРИКЛАДІ НОВЕЛИ «TONIO KRÖGER»)

У статті проаналізовано і визначено функції лейтмотиву як структурно-стилістичного елементу в новелі Томаса Манна «Тоніо Крегер».

Ключові слова: лейтмотив, повтор мотиву, духовний розвиток героя, композиційно-архитектонічна структура новели.

MULTIFUNCTIONAL LEITMOTIF IN THE PROSE BY THOMAS MANN (THROUGH THE EXAMPLE OF THE NOVELLA «TONIO KRÖGER»)

The article analyzes and defines functions of leitmotif as a structural and stylistic element in the novella «Tonio Kröger» by Thomas Mann. The novella clearly shows the author's attitude to life, society and art. In the novella, the author's aesthetic ideal finds its expression in an inextinguishable antagonism between the writer and the reality. To show this ideal, Thomas Mann uses a variety of leitmotifs: portrait, landscape, situational leitmotifs, leitmotif of the protagonist's psychological characteristics. Repeating, the leitmotif carries a profound symbolic subtext of this repetition. The whole system of leitmotifs, which are rather diverse, is subject to the main task of the novella – to disclose spiritual development of the protagonist Tonio Kröger. The article defines leading leitmotif to be the leitmotif of his emotional drama. In the novella the leitmotif performs rhythm-forming and architectonic function, the functions of emotional contrast and content intensification.

Key words: leitmotif, repetition of motif, protagonist's spiritual development, compositional and architectonic structure of the novella.

МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ЛЕЙТМОТИВ В ПРОЗЕ ТОМАСА МАННА (НА ПРИМЕРЕ НОВЕЛЛЫ «TONIO KRÖGER»)

В статье проанализированы и определены функции лейтмотива как структурно-стилистического элемента в новелле Томаса Манна «Тоніо Крегер».

Ключевые слова: лейтмотив, повтор мотива, духовное развитие героя, композиционно-архитектоническая структура новеллы.

Постановка проблеми. Складність визначення терміну «лейтмотив» полягає в тому, що він включає в собі такі поняття як мотив, архетип, символ, тема, деталь, повтор тощо [1, с. 87]. Виокремлення лейтмотиву з ряду інших загальносеміотичних концептів – важливе теоретичне завдання сучасного літературознавства. Лейтмотив як структурно-стилістичний елемент грає в творах багатьох письменників особливу роль [2]. Зокрема, невід'ємним елементом художнього стилю Томаса Манна був саме мовний лейтмотив.

Аналіз останніх досліджень. Останні два десятиліття дослідники стилю Томаса Манна займалися вивченням впливу на його творчість мистецтва Р. Вагнера (О. Леонова, С. Мельник, В. Руднев, А. Філіппова), впливу творчості Л. Толстого (І. Павлова) та Ф. Достоєвського (Н. Зиховська). У сучасних дослідженнях лейтмотиву найбільше уваги приділялось роману «Зачарована гора» (К. Барінова, С. Мелетинський, І. Юрасов). І критики, і він особисто відмічав той вплив, який на його творчість справило мистецтво Ріхарда Вагнера. При цьому Томас Манн підкреслював, що особливо він слідував Вагнеру у використанні лейтмотиву, який він (Манн) переніс в оповідний жанр, але в символічному плані, як це буває в музиці [3, с. 973]. Письменник зізнається, що перша спроба застосувати цей спосіб була у новелі «Тоніо Крегер» [3, с. 979]. Актуальність даної розвідки полягає в тому, що лейтмотиви у цій новелі ще не обирались за об'єкт літературознавчого аналізу.

Мета статті – визначити значення лейтмотиву в новелі Томаса Манна «Тоніо Крегер». Визначена мета передбачає такі завдання: 1) проаналізувати використання лейтмотиву в вищезгаданій новелі; 2) визначити функції лейтмотиву в ній.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Головний герой новели Тоніо Крегер – письменник і до того ж письменник, який ясно відчуває своє протиставлення повсякденному і практичному життю, свою фатальну несхожість зі звичайними людьми. Він розглядає своє мистецтво як щось дуже сумнівне. Він і пишається ним, і відчуває його як прокляття. А до людей зі звичайним життям Тоніо відчуває перш за все великий потяг, навіть заздрість – одночасно на фоні таких почуттів він відчуває до цього життя і легку зневагу. Тоніо Крегер посправжньому складна і глибока людина. Саме тому він виявляється фігурою значною, зворушливою і ледве не піднесеною.

Один з провідних лейтмотивів новели – *лейтмотив душевної трагедії* Тоніо Крегера, складних взаємовідносин письменника із суспільством, його болісних пошуків у ствердженні моральних засад у мистецтві.

На початку новели ми бачимо, як Тоніо болісно переживає самотність. Але він відчуває себе морально вище інших звичайних обивателів. Тому мотив звучить гордо, по-юнацьки впевнено: «Warum bin ich so sonderlich und in Widerstreit