

ЖАНРЫ МЕМЕТИЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА:  
*IQKARTKA / АТКРЫТКА*

THE GENRES OF MEMETIC INTERNET DISCOURSE – *SOMEECARDS*

OLGA MAKAROWSKA

**ABSTRACT.** The article is dedicated to a new network genre – the someecard as a component of the Polish-speaking and Russian-speaking mimetic Internet discourse. The main task of the research is to reveal the principal features of someecards as an Internet genre. For this purpose, we address a number of issues related to the appearance of this genre and its place among other hybrid genres. The functions of a someecard are set – genre-forming features, features of themes, manifestations of genre creativity and the availability of genre links.

Keywords: mimetic Internet discourse, genre of someecard, genre creativity

Olga Makarowska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań  
– Polska, filin@amu.edu.pl

Одним из результатов развития Интернета явилось становление ряда сетевых жанров, в т. ч. меметических. Лавинообразное появление, распространение и накопление (создание коллекций, тематических групп и др.) интернет-мемов привело, среди прочего, к образованию меметического интернет-дискурса.

При его определении (не вдаваясь в дискуссию относительно интерпретации понятий *дискурс* и *интернет-дискурс*<sup>1</sup>) примем во внимание необходимость учета контекста, касающегося технических условий в ходе исследования зависимости определенных элементов [Żydek-Bednarczyk 2013: 348], а также возможность трактовки дискурса как комплекса объектов<sup>2</sup>. Итак, **меметический интернет-дискурс** есть совокупность всех мемов, независимо от их жанровой принадлежности и специфики (вербальные, аудиальные, креолизованные, динамичные и пр.), в сочетании с сетевыми ресурсами, способствующими их генерированию, передаче / обмену и сохранению.

---

<sup>1</sup> В специальной литературе подчеркивается неоднозначность понятия *дискурс* [Howarth 2008: 14] и дискуссионность термина *интернет-дискурс* [Галичкина 2012: 53–57].

<sup>2</sup> Например, В. Е. Чернявская пишет о дискурсе как о совокупности „текстов (типов текстов)” [Чернявская 2014: 115].

К популярным жанрам<sup>3</sup> меметического интернет-дискурса относится *аткрытка* [Ухова 2014]. Этот жанр, несмотря на широкую известность, редко находится в центре внимания исследователей. Поэтому *цель статьи* — выявить особенности польско- и русскоязычной аткрытки как интернет-жанра, в чем поможет реализация *основных задач*, точнее, установление: появления жанра, его места среди иных жанров, его функций, жанрообразующих признаков, тематической направленности, проявлений жанровой креативности, наличия жанровых связей<sup>4</sup>. Ведущие *методы* исследования — анализ меметического интернет-дискурса, сравнение и описание. *Исследуемый материал*, собранный методом сплошной выборки, — приблизительно 200 аткрыток (примерно по 100 русскоязычных и польскоязычных мемов), выложенных на специализированных и юмористических сайтах <http://atkritka.com>, <http://www.bugaga.ru>, [IQkartka.pl](http://IQkartka.pl), [www.temysli.pl](http://www.temysli.pl) и др.

**Генезис жанра.** История создания меметического жанра *IQkartka* / *аткрытка* начинается в 2006 г., когда американцами Бруком Лунди (Brook Lundy) и Данкеном Митчеллом (Duncan Mitchell) был запущен сервис [Someecards.com](http://www.someecards.com) для создания и рассылки электронных открыток (<http://www.someecards.com/page/about>). Их визуальная сторона, сконструированная по определенной модели (однотонный фон, пастельный цвет, картинка в стиле ретро справа и короткая надпись слева), гарантировала легкую распознаваемость открыток, а конкретный размер и объем (425 x 235 пикселей, 40–50 Кбайтов; <http://topgorod.com/hi-tech/internet/6977-atkrytki.html>) — быструю загрузку и комфорт просмотра без необходимости открывать дополнительное окно или увеличивать изображение. Тексты, сначала пародировавшие надписи на открытках фирмы „Холлмарк“ (Hallmark)<sup>5</sup>, отличаются далеко не тонким или даже черным юмором, подаваемым с каменным лицом, ср.: *When work feels overwhelming, remember that you're going to die* (мальчик читает книгу, сидя на стопке книг)<sup>6</sup>.

Идея производства *someecards* была подхвачена польскими и российскими интернетчиками<sup>7</sup>: в 2009 г. начинает действовать русско-

<sup>3</sup> О соотношении понятий *интернет-мем* и *интернет-жанр* см.: [Makarowska 2016: 84–85].

<sup>4</sup> Описание жанра аткрытки осуществлено в соответствии со схемой, использованной в следующих работах: [Бугаева; Makarowska 2016].

<sup>5</sup> О фирме см.: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hallmark\\_Cards](https://en.wikipedia.org/wiki/Hallmark_Cards)

<sup>6</sup> Перевод, размещенный на сайте (<http://joemonster.org/art/17272>): „Kiedy zadanie wydaje się być przytłaczające, pamiętaj, że kiedyś umrzesz” (*Когда работа тебя подавляет, помни, что когда-нибудь ты умрешь*). Здесь и далее перевод на русский язык наш — О. М.

<sup>7</sup> Точная дата появления первых польско- и русскоязычных аткрыток не установлена.

язычный сайт по созданию мемов Atkrtka.com, в 2012 г. — польско-язычный IQkartka.pl.

Прапрообразом аткрыток в целом можно считать иллюстрированные открытые письма, появившиеся в Европе в начале семидесятых годов XIX в. [Kotłowski 1998: 12–18]. Если говорить о визуальных прообразах мемов в польской и русской культурах, то к ним относятся креолизованные рекламы начала XX в., размещенные в прессе<sup>8</sup>.

Несмотря на то, что непосредственным образцом польско- и русскоязычных аткрыток послужили *someecards*, сходство их визуальной стороны с прессовыми рекламами того времени бесспорно. Общие элементы — небольшой формат, однотонный светлый фон (цвет печатного листа или пастельные тона), рисунок и шрифт черного цвета, стиль ретро, в котором выполнен рисунок. Кроме рекламируемых предметов, на рекламных картинках, как и на аткрытках, изображались лица людей, выражающие определенное настроение, сами люди, в т. ч. дети, в действии (говорящие по телефону, гуляющие и т. д.) в любой комбинации.

**Название и определение жанра.** Новый сетевой жанр в русском языке получил название *аткрытка*; его ошибочное, на первый взгляд, написание, однако, не позволяет спутать интернет-мем с другими (не)виртуальными аткрытками.

В польском языке для называния мема употребляются не только слово *IQkartka* и заимствованное *someecards* (чаще именно во множественном числе), но и слово *e-kartka*<sup>9</sup>, несмотря на то, что служит для обозначения любых э-открыток.

Лексический неологизм *IQkartka* — эффект контаминации аббревиатуры IQ (англ. — *Intelligence Quotient*, коэффициент интеллекта [Siuta 2005: 108]) и слова *kartka* (польск. — *карточка, листок* [Hessen, Stypuła 1998: 309]).

Смысл названия косвенно объясняет информация, размещенная на странице Фейсбука: „IQkartka.pl — inteligentna strona humoru. Inteligentna strona humoru — miejsce w którym łączy się humor i IQ“ (*IQkartka.pl* — умная юмористическая страница. Умная юмористическая страница — место, где юмор объединяется с IQ; [https://www.facebook.com/IQkartka/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/IQkartka/?ref=page_internal)).

В настоящее время **IQkartka / аткрытка** — это однотонная, пастельного цвета картинка установленного размера, объема и образца, с черно-белым рисунком справа и юмористической надписью слева.

<sup>8</sup> Примеры реклам см.: <https://www.warszawa.ap.gov.pl/swiatecznerekłamy/swiatecznerekłamy.html> и [http://vasi.net/community/all/2009/11/30/gazetnaja\\_reklama\\_nachala\\_20go\\_veka.html](http://vasi.net/community/all/2009/11/30/gazetnaja_reklama_nachala_20go_veka.html). Об истории рекламы см.: [Вайка 1993: 16–47; Ученова, Старых 2002].

<sup>9</sup> Например, см.: <http://www.temysli.pl/tag/zabawne-ekartki>

**Аткрытки и другие креолизованные интернет-мемы.** IQkartka / аткрытка (далее — аткрытка) принадлежит к группе интернет-мемов, для которых характерны следующие жанровые признаки: интернетность (создание и функционирование обычно в Сети), визуальность, статичность, креолизованность, вербально-невербальная воплощенческая форма. В эту группу входят макросы, зооматрицы (песоматрица, котоматрица, оленематрица и пр.), лолкоты, эдвайсы, (де)мотиваторы, любвиатиаторы (мотиваторы про любовь), креолизованные стишки-порошки, стрип-комиксы и под.

Аткрытка как меметический интернет-жанр ближе всего:

— к эдвайсу, (де)мотиватору, любвиатиатору по способу создания и узнаваемости, т. к. мемы изготавливаются с помощью программ или интернет-сервисов, на базе шаблонов или по конкретному образцу, визуальная сторона которых способствует их однозначной жанровой идентификации;

— к котоматрице, песоматрице и позднему демотиватору по жанровому многообразию вербального компонента, обуславливающему его жанровую неопределенность;

— к эдвайсу по ведущим функциям.

**Назначение жанра.** Особенность назначения аткрытки, как и эдвайса, в том, что мем выполняет одновременно две главные функции, одна из которых задается визуальным компонентом. Рисунок аткрытки в сочетании с цветом фона<sup>10</sup>, обеспечивающие их узнаваемость и призванные заинтересовать читателя, выполняют функцию *привлечения внимания*. Заинтриговать интернет-пользователя способно передаваемое изображением настроение, сам персонаж картинке, его эмоциональное и физическое состояние, неожиданная ситуация.

Вторая главная функция, *развлекательная*, связана с текстовой частью мема; она касается, с одной стороны, создателя текста, составляющего его или подбирающего к картинке, с другой — адресата, читающего / просматривающего надписи.

Развлекательная функция (речь идет о первом случае) коррелирует с такими функциями, как: **а) креативная**, выражающаяся в оригинальном применении языкового материала часто с нарушением норм; **б) творческая** (моделирующая), проявляющаяся в придумывании или подборе текста к рисунку; **в) эстетическая**, означающая привлечение текстов из разнообразных культурных источников (фольклор, литература, кинематография и др.); **г) когнитивная**, дающая возможность автору поделиться информацией.

<sup>10</sup> Важны не только цветовые предпочтения читателя, но и оттеночные, т. к. одних индивидов привлекают холодные оттенки, других — теплые, подробнее [см.: Арнхейм 1974: 317–326].

**Эмотивная** функция аткрыток, обусловленная текстом и / или картинкой, заключается в передаче определенного настроения, причем текст может увеличивать силу эмотивного воздействия изображения или уменьшать ее<sup>11</sup>. **Аксиологическая** функция проявляется в обращении их авторов к основным жизненным и духовным ценностям<sup>12</sup>, **интерактивная** — во взаимодействии на линии человек — компьютер, эвентуально автор — читатель (комментирование, оценка, обсуждение, обмен мнениями), а **коммуникативная** — в передаче информации. У некоторых мемов явно проступает **идеологическая** функция как „выражение идеологических предпочтений автора“<sup>13</sup> [Бугаева].

**Жанрообразующие факторы.** Если говорить о признаках, формирующих жанр, то наиболее ярким является **креолизованность** (в терминологии других исследователей — **поликодовость**), т. е. „соединение вербального и невербального компонентов“ [Чернявская].

Второй признак — наличие у аткрыток частичной креолизации, предполагающей или относительную автономность надписи [Анисимова 2003: 15], т. е. придуманную к конкретной картинке, но могущую функционировать самостоятельно<sup>14</sup>, или полную, если она является самостоятельным текстом, добавленным к рисунку, напр., анекдот. В последнем случае один и тот же текст может прикрепляться к разным изображениям<sup>15</sup>. Полная креолизация, подразумевающая невозможность

<sup>11</sup> Например, радостное настроение, заданное танцующей канкан и улыбающейся девушкой, нивелируется серьезностью надписи: „Prawdziwa wolność zaczyna się wtedy, kiedy przestajesz robić coś dla innych, a zaczynasz dla siebie“ (*Настоящая свобода начинается тогда, когда перестаешь делать что-то для других, а начинаешь для себя*; <http://IQkartka.pl/kartka/19868.html>). Веселость смеющегося персонажа усиливает надпись: „Если цены смешные, то и качество — обхохочешься!“ [http://atkritka.com/403894/?sphrase\\_id=616958](http://atkritka.com/403894/?sphrase_id=616958). Все надписи приводятся без правки.

<sup>12</sup> К примеру: „Miarą wartości mężczyzny jest duchowe i emocjonalne zdrowie jego rodziny“ (*Мерой ценности мужчины является духовное и эмоциональное здоровье его семьи*, на картинке — задумчивый молодой человек во фраке с цветком в петлице, <http://iqkartka.pl/kartka/12876.html>); „Настоящие ценности жизни — это еда и патроны. Все остальное — фальш и обман“, на картинке — солдат в полном обмундировании ([http://atkritka.com/217037/?sphrase\\_id=614984](http://atkritka.com/217037/?sphrase_id=614984)).

<sup>13</sup> Например: „Американская демократия распространяется воздушно-ракетным путем“ (на картинке — летящий самолет; [http://atkritka.com/399055/?sphrase\\_id=613269](http://atkritka.com/399055/?sphrase_id=613269)).

<sup>14</sup> Например, тост: „Wypijmy zdrowie tych,którym samochód dziś odpalił... albowiem nie zdają sobie sprawy jakimi szczęściarzami są...“ (*Так выпьем за здоровье тех, у кого сегодня машина завелась, поскольку они не отдают себе отчета в том, какие они счастливичики*; <http://iqkartka.pl/kartka/19976.html>).

<sup>15</sup> К примеру, анекдот: „Создал бог женщину, посмотрел на нее и сказал: ‘А ладно, покрасится!’“ размещен на карточках с разным изображением ср.: <http://atkritka.com/405366> и <http://atkritka.com/174555/>

существования вербальной части, „независимо от изобразительной части” [Анисимова 2003: 15], среди доступных аткрыток не встречается.

Третий признак касается типа связи обоих компонентов аткрытки, совмещенных на основании (не)линейности. При наличии линейной связи обе составляющие мема (взаимо)дополняют друг друга. Создается впечатление, что картинка выполняет роль иллюстрации конкретного текста, хотя может использоваться сколь угодно большое количество раз. Примером может послужить мем с надписью „Отель в Эйлате понравился, номер вообще супер! А полотенца такие пушистые, что еле чемодан закрыл” и изображением навьюченного поклажей туриста на фоне летящего самолета (<http://www.bugaga.ru/tags/%E0%F2%EA%F0%FB%F2%EA%E8/>).

Нелинейность предполагает совмещение компонентов без их сочетания, напр., между текстом „Wyjątkowa odmiana wyrazu ‘seks’ — nie przez przypadki, lecz przez okazje.” (*Необычное склонение слова „секс” — не по падежам, а по случаям*) и изображением бегущего шута (<http://IQkartka.pl/kartka/19603.html>) отсутствуют прямые связи зависимости или (взаимо)дополнения.

Четвертый признак — жанровая неограниченность вербального компонента аткрыток, дающая возможность их авторам или использовать уже существующие малоформатные тексты или сочинять собственные.

Единообразие, пятый признак, обусловлен спецификой невербального компонента мемов, включающего: однотонное, пастельного цвета поле, обрамленное узкой белой рамкой; неперекрывающиеся черно-белый рисунок и текст; надпись, набранная шрифтом Verdana (без засечек, с уменьшенным интервалом между буквами); наличие логотипа сайта, напр., IQkartka.pl или Atkритka.com, в нижнем левом углу; зафиксированное место расположения картинки и надписи. Неизменность этих особенностей определяет каноническую композиционно-графическую модель визуальной стороны данного интернет-жанра. Следует также добавить постоянные технические характеристики и ограниченные возможности по изготовлению аткрыток, которые на специальных сайтах могут конструировать только зарегистрированные пользователи в соответствии с установленными правилами<sup>16</sup>.

Шестой признак, простота и доступность языковых и графических средств, есть результат ряда запретов, изложенных на сайтах в памятках для пользователей. Авторам аткрыток запрещается: разнообразить колористику рисунков, фона и шрифта; перегружать текст эмодикона-

<sup>16</sup> Правила создания аткрыток, изложенные на польском и русском сайтах по изготовлению мемов, почти одинаковые, ср.: [http://atkritka.com/kak\\_jit/](http://atkritka.com/kak_jit/) и <http://IQkartka.pl/zasady.html>

ми; увеличивать количество знаков препинания; набирать текст прописными буквами (касается только сайта Atkритka.com); а также употреблять обсценную лексику (хотя в нецензурных словах допускается замена избранной буквы звездочкой) и иностранные слова в оригинале (касается только сайта Atkритka.com).

Седьмой признак — легкость распространения, копирования и сохранения, а также относительная доступность<sup>17</sup> мема для широких кругов пользователей.

**Специфика тематики.** В связи со вторичностью текста, который подбирается / сочиняется к картинке, общая тематическая направленность аткрыток в первую очередь задается изображением (исключения могут касаться мемов с нелинейной связью). Главная ее черта — антропоцентричность — определяется, во-первых, редким представлением на картинках (не)рукотворных предметов (<http://stylowi.pl/1606743>), животных (<http://atkritka.com/407183/>), растений ([http://atkritka.com/377470/?sphrase\\_id=615531](http://atkritka.com/377470/?sphrase_id=615531)). Во-вторых, тем, что при отсутствии человека на картинке авторы в подавляющем большинстве сосредотачиваются именно на нем, ср.: „погибла капуста пропал баклажан как голо и пусто в сердцах парижан“ (на аткрытке — тыква и кукуруза; <http://atkritka.com/405350/>).

Основная же тематика аткрыток, выделенная на сайтах Iqkartka.pl и Atkритka.com с опорой на содержание их надписей и выстраивающаяся вокруг избранных концептов, подтверждает ее антропоцентрическую направленность, заданную рисунками, ср.:

— на сайте Iqkartka.pl в общей сложности указано 16 тематических блоков, т. е. „Absurd, Alkohol, Cytaty, Czarny humor, Dowcipy, Kawały, Humor, IQ, Kobiety, Mądrość, Mężczyźni, Sarkazm, Seks, Śmieszne, Zdrowie, Życie“;

— на сайте Atkритka.com представлено 25 тематических блоков. Это „юмор, женщина, женщины, ее, мужчина, жизнь, алкоголь, секс, прикол, отношения, дети, работа, любовь, анекдот, мысли, девушки, девушка, мужчины, выражения, философия, мудрость, сарказм, мужчина и женщина, люди, еда“. Однако при разворачивании всех тегов открывается список, состоящий приблизительно из тысячи концептов (<http://atkritka.com/alltags/>).

Сравнение тематических блоков обоих сайтов показывает, что десять из них общие, как то: *Алкоголь, Анекдоты, Приколы, Юмор, Женщины, Мудрость, Мужчины, Сарказм, Секс и Жизнь*. Совпадение же этих блоков с тематикой сайта Someecards.com незначительно, поскольку касается

---

<sup>17</sup> Относительная потому, что автор аткрытки может не выставлять ее для публичного доступа.

лишь одной темы *Алкоголь / Alkohol – Drinking* (<https://www.someecards.com/card/categories/>).

Понятие **жанровой креативности** обычно используется по отношению к тексту и определяется как „twórcze wyzyskanie wzorca organizacji tekstu”<sup>18</sup> [Cieśla 2014: 27]. Рассматривая аткрытку в качестве текста с семиотических позиций<sup>19</sup>, необходимо учитывать, что жанровая креативность может охватывать – одновременно или по отдельности – все уровни организации, различные по своей природе, т. е. вербальный, текстовый и изобразительный.

В связи с официальными требованиями, предъявляемыми к оформлению аткрыток, креативность на уровне изображения встречается довольно редко. Ее проявления, часто единичные, это: **а)** замена картинка плакатом „Родина-мать зовёт!” И. Тоидзе (1941), <http://iqkartka.pl/kartka/19936.html>; **б)** изображение отдельных частей тела, напр., мозга (<http://iqkartka.pl/kartka/19743.html>); **в)** использование на картинке иностранных слов, напр., „Help me” (<http://iqkartka.pl/kartka/170.html>); **г)** введение нетипичных для аткрыток персонажей, скажем, инопланетянина (<http://iqkartka.pl/kartka/45.html>), доктора Зойдберга из мультсериала „Футурама” (1999–2013), <http://atkritka.com/406069/>; **д)** представление персонажей в табуизированных ситуациях, напр., при справлении физиологических потребностей (<http://iqkartka.pl/kartka/104.html>, [http://atkritka.com/384633/?sphrase\\_id=615805](http://atkritka.com/384633/?sphrase_id=615805)); **е)** использование известных мемов, напр., „Попкорн-кот” (<http://iqkartka.pl/kartka/19736.html>).

В целом авторы рисунков придерживаются стиля ретро, что касается и изображаемых предметов. Среди них – только устаревшие модели различной техники (ЭПМ-монитор, <http://iqkartka.pl/kartka/122.html>; танк, <http://atkritka.com/5205/>, дискета, [http://atkritka.com/50835/?sphrase\\_id=616209](http://atkritka.com/50835/?sphrase_id=616209)), медицинских и музыкальных инструментов (стеклянный шприц, [http://atkritka.com/192767/?sphrase\\_id=615826](http://atkritka.com/192767/?sphrase_id=615826); синтезатор, [http://atkritka.com/350728/?sphrase\\_id=615829](http://atkritka.com/350728/?sphrase_id=615829)), транспортных средств (мотоцикл, [http://atkritka.com/378499/?sphrase\\_id=615827](http://atkritka.com/378499/?sphrase_id=615827); паровоз, [http://atkritka.com/163635/?sphrase\\_id=615828](http://atkritka.com/163635/?sphrase_id=615828)) и пр.

Некоторым авторам русскоязычных аткрыток иногда удается использовать: цветные картинки, скажем, мем Педобир (<http://krabov.net/47718-prikolnye-atkrytki-169-40-kartinok.html>); шрифт с засечками,

<sup>18</sup> Дословно: „творческое использование образца организации текста”.

<sup>19</sup> Согласно Ю. Лотману,

текст предстает перед нами не как реализация сообщения на каком-либо одном языке, а как сложное устройство, хранящее многообразные коды, способное трансформировать получаемые сообщения и порождать новые, как информативный генератор, обладающий чертами интеллектуальной личности [...]

[Лотман 1992: 132].



напр., Times New Roman<sup>20</sup>; заглавные буквы, напр., „НА ХОЛОДЕЦ“ (девочка везет на санках братишку, <http://atkritka.com/1511/>). Анимированные же изображения можно найти лишь среди англоязычных мемов<sup>21</sup>.

На вербальном уровне креативность, если понимать ее как один из видов отклонения от установленных правил [Pisarkowa 1977: 144], выражается во „вплетении“ в текст мемов иностранных слов, выражений или фраз<sup>22</sup>, что идет вразрез с правилами, относящимися исключительно к русскоязычным аткрыткам.

Отсутствие требований относительно жанровой принадлежности текстов надписей или, как минимум, преобладания текстов определенного жанра, обуславливает жанровую открытость вербального компонента. Она, с одной стороны, нивелирует вопрос жанровой креативности на уровне текста, с другой, обеспечивает **жанровые связи** аткрытки.

Они принадлежат к связям горизонтального типа<sup>23</sup>, что предполагает совмещение визуального компонента аткрытки, являющегося ее основой как креолизованного интернет-жанра, с текстом, принадлежащим к конкретному, преимущественно нелитературному, жанру.

Среди них встречаются анекдоты, текстовые мемы, напр., стихи-порошки<sup>24</sup> („как у коня сказала зоя // олег зарделся ну а то // и принялся с любовью гладить // пальто“, <http://atkritka.com/390662/>), шуточные объявления и определения<sup>25</sup>, предложения типа „Podczas kłótni nie

<sup>20</sup> См.: „ – Что-то гугл по запросу ‘businassman’ всякую чушь выдает... // – А что должен? // – Про бизнесменов что-нибудь... // – Так ты и ищи про бизнесменов, а не про человека-с-автобусом-в-заднице!“ ([в:] электронный ресурс: <http://krabov.net/44092-prikolnye-atkrytki-123-40-kartinok.html>). Последние пять слов набраны более мелким шрифтом, что тоже редкость.

<sup>21</sup> Например, джентльмен пьет вино, наливая его в воронку с гибкой трубкой, конец которой он держит во рту, что создает эффект сообщающихся сосудов ([в:] электронный ресурс: <https://www.someecards.com/weddings-cards/my-plusone-for-your-wedding-will-be-the-bartender-at-your-wedding/>).

<sup>22</sup> Например: „As buzy as a bee, твою мать!“ (на картинке мужчина в очках у компьютера, [в:] электронный ресурс: [http://atkritka.com/215522/?sphrase\\_id=615944](http://atkritka.com/215522/?sphrase_id=615944)).

<sup>23</sup> Связи вертикального типа характерны для классических демотиваторов на уровне *слоган / лозунг – текст-пояснение*. О вертикальных и горизонтальных межжанровых связях в сетевых макрожанрах ранее писал В. П. Кошель [Его же].

<sup>24</sup> Этот жанр, как и стихи-пирожки, депрессяшки и экспромты, встречаются только в сетевой поэзии Рунета.

<sup>25</sup> Соответственно: „Sprzedam zestaw noży do zabijania czasu“ (*Продам набор ножей для того, чтобы убить время*, [в:] электронный ресурс: <http://iqkartka.pl/kartka/11962.html>); „DOBRE dziewczyny to ZŁE dziewczyny, które nie zostały przyłapanie“ (*Хорошие девочки – это плохие девочки, которых еще не застукали*, [в:] электронный ресурс: <http://iqkartka.pl/kartka/1349.html>).

podność głosu... Podnieś poziom swoich argumentów" (*Во время ссоры не повышай голос. Повышай уровень аргументации*, <http://iqkartka.pl/kartka/13265.html>) и многое другое.

Интересно, что авторы надписей не часто используют тексты, которые сложно отнести к конкретному жанру, ср.: „СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ // Теперь вынимайте. Спасибо” (задумчивая девушка сидит на диванчике, положив ноги на бочонок со стоящей на нем декоративной бутылкой, [http://atkritka.com/249806/?sphrase\\_id=616482](http://atkritka.com/249806/?sphrase_id=616482)); „Święta, święta... i na diecie!” (*Праздники, праздники... и на диете!*, девушка, прикрывшая рукой свое лицо, сидит с ногами на кровати; <http://iqkartka.pl/top.html?page=20>).

Сравнение текстов польско- и русскоязычных версий жанра *Iqkartka / аткрытка* позволило выявить такие общие их особенности (кроме перечисленных выше), как:

1. Использование одних и тех же текстов, часто с одинаковыми картинками, отличающимися лишь цветом фона. Для сравнения анекдот и прибаутка соответственно:

– „Продам хамелеона... Синего, нет красного, нет зеленого... Блин, круто!!! Нет, не продам” ([http://atkritka.com/183136/?sphrase\\_id=616535](http://atkritka.com/183136/?sphrase_id=616535)) и „Sprzedam kameleona... Niebieskiego, nie – czerwonego, nie – zielonego. Kurczę, to jest zarabiste! Nie, nie sprzedam!” (<http://iqkartka.pl/szukaj.html>). На картинках – аукционист;

– „Zawsze po bieganii jem ogromną pizzę. Żartuję.. Nie biegam” (*После пробежки съедаю огромную пиццу. Шучу... Я не занимаюсь бегом*; <http://blog-earn.ru/anekdoty-trenazhernyy-zal/>) и „После занятий в тренажерном зале, я захожу в кафе и заказываю себе пиццу. Шучу. Я не хожу в спортзал” (<http://atkritka.com/340036/>). На картинках – спортсменка.

2. Цитирование высказываний известных лиц (писателей, ученых, политиков и др.), иногда тех же самых, ср.: „Łatwiej jest ogłupić ludzi niż przekonać ich, że zostali ołupieni. Mark Twain” (<http://iqkartka.pl/kartka/18160.html>) и „Человека легче обмануть, чем убедить его, что он обманут. Марк Твен” ([http://atkritka.com/366312/?sphrase\\_id=616542](http://atkritka.com/366312/?sphrase_id=616542)).

3. Редирективность многих аткрыток, созданных на сайтах *IQkartka.pl* и *Atkritka.com*, означающая привлечение разных культурных источников<sup>26</sup>. Последние могут преобразовываться или вводиться в текст надписи без изменений, ср.:

– „Леди, покидающая автомобиль, увеличивает его скорость. Или, баба с возу – кобыле легче” ([http://atkritka.com/187697/?sphrase\\_id=616545](http://atkritka.com/187697/?sphrase_id=616545)) и „Баба с возу – другая лезет” ([http://atkritka.com/50518/?sphrase\\_id=616545](http://atkritka.com/50518/?sphrase_id=616545));

<sup>26</sup> О редирективности [см. Макаровска 2017: 181–194].

– „Gość w dom to Bóg w dom, dlatego nie przyjmuję gości” (Гость в дом – Бог в дом, поэтому гостей я не принимаю, <http://iqkartka.pl/kartka/1605.html>) и „Gość w dom, woda do zupy” (Гость в дом, вода – в суп, <http://iqkartka.pl/kartka/1242.html>).

Остальные общие черты польско- и русскоязычных аткрыток не трагируются, поскольку, раскрываясь на языковом уровне, не являются жанровыми.

Таким образом, *IQkartka / аткрытка* как сложившийся жанр меметического интернет-дискурса отличается устойчивыми формальными и жанровыми признаками, антропоцентрической тематической направленностью и жанровым разнообразием вербального компонента. При этом проявления жанровой креативности мема свидетельствуют о возможности его дальнейшего развития и модификации. Общие признаки польско- и русскоязычных аткрыток в целом позволяют трактовать их как разноязычные версии жанра *someecards*, различия которых особенно ярко проявляются на смысловом и языковом уровнях.

В дальнейшем необходимо рассмотреть не только эти отличия, но и установить проявления языковой креативности, специфику жанротекстовой и жанровой редириктивности, а также проанализировать многожанровость вербального компонента и его межжанровые связи. Перспективным представляется проведение исследований именно в сравнительно-сопоставительном русле.

## Библиография

- А н и с и м о в а Е. Е. 2003. *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация. На материале креолизованных текстов*, Москва: АСADEMIА.
- А р н х е й м Р. 1974. *Искусство и визуальное восприятие*, Москва: Изд-во „Прогресс”, с. 317–326.
- Б у г а е в а И. В. *Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика*, [в:] электронный ресурс: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf> (17.02.2017).
- Г а л и ч к и н а Е. Н. 2012. *Общая характеристика компьютерно-опосредованного дискурса*, [в:] *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*. Ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова, Москва: ФЛИНТА, с. 53–71.
- К о ш е л ь П. В. *Жанровая сочетаемость в интернет-коммуникации*, [в:] электронный ресурс: [http://tverlingua.ru/archive/036/06\\_36.pdf](http://tverlingua.ru/archive/036/06_36.pdf) (17.02.2017).
- Л о т м а н Ю. М. 1992. *Семиотика культуры и понятие текста*, [в:] *Его же, Избранные статьи в трех томах. Статьи по семиотике и топологии культуры*, т. I, Таллин: „Александра”, с. 129–132.

- Макаровска О. 2017. *Редирективность котоматричных текстов*, „Žmogus kalbos erdvėje”, Kaunas: Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas, nr 9, c. 181–194 (макет сборника).
- Ухова Л. В. *Жанровое своеобразие коммуникативного пространства социальных сетей*, 2014, [в:] электронный ресурс: <http://yspu.org/images/d/d3/UkhovaLV.pdf> (17.02.2017).
- Ученнова В. В., Старых Н. В. 2002. *История рекламы*, Санкт-Петербург: Питер.
- Чернявская В. Е., *Какие текстовые границы нужны лингвисту?*, [в:] электронный ресурс: <http://www.rastko.rs/filologija/stil/2008/09Cernjavska.pdf> (17.02.2017).
- Чернявская В. Е. 2014. *Лингвистика текста. Лингвистика дискурса*, Москва: „ФЛИНТА”, „Наука”.
- Вайка З. 1993. *Krótką historia reklamy na świecie i w Polsce*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków, nr 3–4 (135–136), rocz. XXXVI, c. 16–47.
- Цієсла В. 2014. *Poziomy kreatywności genologicznej*, [в:] *Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)*. Red. K. Burska, B. Cieśla, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, c. 27–42.
- Нессен Д., Ступула Р. 1998. *Wielki słownik polsko-rosyjski*, t. 1, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Норвард Д. 2008. *Dyskurs*, Warszawa: OFICYNA NAUKOWA.
- Котловски Я. 1998. *Dawne pocztówki: historia, ikonografia, kolekcjonerstwo*, Warszawa: BN.
- Макаровска О. 2016. *Особенности котоматрицы как интернет-жанра*, „Studia Rossica Gedanensia”, Gdańsk, nr 3, c. 77–95.
- Писаркова К. 1977. *Odchylenie a kreatywność w języku potocznym*, „Polonica”, rocz. III, c. 141–179.
- Słownik psychologii*. 2005. Red. J. Siuta, Kraków: Wydawnictwo Zielona Sowa.
- Жыдек - Беднарчук У. 2013. *Dyskurs internetowy*, [в:] *Style współczesnej polszczyzny*. Red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczyk, Kraków: TAIWPN UNIVERSITAS, c. 347–379.

#### Электронные ресурсы

- [https://en.wikipedia.org/wiki/Hallmark\\_Cards](https://en.wikipedia.org/wiki/Hallmark_Cards) (17.02.2017).
- <https://www.warszawa.ap.gov.pl/swiatecznereklamy/swiatecznereklamy.html> (17.02.2017).
- [http://vasi.net/community/all/2009/11/30/gazetnaja\\_reklama\\_nachala\\_20go\\_veka.html](http://vasi.net/community/all/2009/11/30/gazetnaja_reklama_nachala_20go_veka.html) (17.02.2017).
- <http://www.temysli.pl/tag/zabawne-ekartki> (17.02.2017).