

Ефимова О. В.

ОБРАЗ ШТИРЛИЦА В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ: КУЛЬТУРНО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. Интернет-фольклор – это не только способ коммуникации пользователей, но и инструмент для популяризации образов, в том числе и литературных героев. Распространение тех или иных мемов – процесс интересный как с точки зрения социологии, культурологии, так и с точки зрения лингвистики.

Штирлиц – образ знаковый для отечественной культуры, ставший символом советской разведки. Интернет-мемы о данном герое последние годы активно распространяются пользователями сети. Интерес интернет-среды к данному персонажу, к телесериалу «Семнадцать мгновений весны» – любопытный феномен, который требует изучения.

В статье классифицированы мемы о советском разведчике Исаеве-Штирлице, проанализированы способы создания интернет-мемов о нем, обозначены основные причины интереса аудитории к данному герою в интернет-пространстве. Автор делает выводы об образе Штирлица, сформировавшемся в интернете посредством сетевого фольклора.

Ключевые слова: мем, Штирлиц, сетевой фольклор, «Семнадцать мгновений весны».

Для цитирования: Ефимова О.В. (2023). Образ Штирлица в интернет-мемах: культурно-лингвистический аспект // Ученые записки НовГУ, 6(51), 563-569. DOI: 10.34680/2411-7951.2023.6(51).563-569

Мемы получили активное распространение с развитием интернета. Мемы – это «вирусные интернет-знаки, распространяющиеся от одного интернет-пользователя к другому» [Канашина, 2018, с. 125]. Мем обладает вирусностью и повторяемостью. Чаще всего он, состоит из визуальной и текстовой составляющих. Яркий визуал необходим для привлечения внимания, он позволяет «четко «считать» суть и информацию» [Изгарешва, 2020, с. 89]. Главная цель мема – отразить с иронией происходящие события и осмыслить их по-новому. Условно мемы можно разделить на такие виды: развлекательные, мемы-приветствия, поздравления, советы [Бударина, 2019] и пр.

Объектом исследования являются мемы вокруг культового персонажа Юлиана Семенова – Исаева-Штирлица. Штирлиц, образ яркий и запоминающийся, уже на протяжении полувека будоражит мысли и чувства разных поколений. Любопытно, что персонаж, созданный кинематографом в 70-е годы XX века, продолжает оставаться актуальным и привлекательным, в том числе и для молодежи. Именно этот феномен и является интересным для исследования: каким образом спустя столько лет мемы с персонажем полувековой давности активно распространяются по интернет-пространству.

В прошлом столетии анекдоты про Штирлица занимали огромную часть всех шуточных присказок в российском обществе. «Подсчеты по материалам личных дневников и эмигрантских собраний второй половины 70-х – первой половины 1980-х годов показывают, что на один анекдот о Брежневке приходится 2,5 анекдота о Штирлице» [Архипова, 2013, с. 9]. Сейчас ситуация несколько изменилась: анекдоты не так популярны в качестве разговорного жанра, однако альтернативой стали мемы в онлайн-пространстве. Так, образ Штирлица активно закрепился в мемах в интернет-среде. Об этом могут служить тысячи изображений, которые можно найти в Яндекс.

Картинках. По данным wordstat Яндекс, за июль 2023 года запрос «Штирлиц» был отправлен почти 95 тысяч раз, «Штирлиц анекдоты» запрашивали более 18 тысяч раз. Всё это свидетельствует о большом интересе интернет-аудитории к данному персонажу, популярности данного героя в сети. Это важно отметить, так как герои мемов – это узнаваемые личности, образы, которые хорошо известны интернет-пользователям.

При создании мемов существуют некоторые правила: «интернет-мем должен быть креативным, интересным, нестандартным, его идея – свежей и злободневной» [Изгарешва, 2020, с. 90]. Большинство мемов о Штирлице строится посредством креализованного текста: фото Штирлица из телесериала «Семнадцать мгновений весны» и текстовая часть. Их все можно отнести к развлекательным. Г. Н. Боева, изучая мемы о писателях, отмечала, что «непременное условие успешного восприятия мема, посвященного писателям, – культурная пресуппозиция» [Боева, 2022]. В нашем исследовании речь не идёт о писателях, однако семантический компонент играет большую роль во всех интернет-мемах о Штирлице.

Итак, исследуемые мемы можно разделить на несколько групп: мемы, посвященные происходящим в данный момент событиям; мемы, отсылающие нас к тексту книги (фильма); иронизирующие мемы о современном обществе; мемы в формате комикса на абсолютно разные темы; и группа, которая состоит из высказываний, отсылающих нас к известным фразам героя (ставшими устойчивыми и узнаваемыми в обществе).

Первая группа мемов посвящена актуальным в мире (стране) событиям. Например, пандемия не прошла мимо образа Штирлица. К стоп-кадру из фильма (сцена разговора Штирлица и Мюллера) создатели пририсовали маску на Мюллера, а также появилась подпись: *«Штирлиц, дружище...Почему вы ходите без маски?»*. В период коронавируса такой вопрос можно было услышать повсюду. Так, мем выражает эмоции пользователей в тот момент времени. Раздражительность общества в пандемию от масок вылилась в множество мемов, эта тема коснулась и героя Штирлица. В данном примере невербальный компонент равноценен вербальному.

Ещё один мем в период пандемии связан с вакцинацией: в интернет-среде было много споров о действенности вакцин. Мюллер и Штирлиц в диалоге мема обсуждают вакцинацию: *«– Группенфюрер, не желаете вакцинироваться новой русской вакциной «Спутник»? – Вы совсем оуели, Штирлиц! Может, сразу мне «Новичок» предложите?»*. В данном меме эмоциональность подчеркнута нецензурной лексикой, что часто свойственно интернет-творчеству. Вербальный компонент содержит отсылку к яду «Новичок», без знания этой информации мем не будет иметь смысла.

Другой пример из этой группы – мем, посвященный случаю с отравлением Скрипалей. Скандал был мирового масштаба, поэтому создатели интернет-мемов не упустили случая создать целый сюжет для мема с участием Штирлица. Невербальный элемент – Штирлиц сидит в кафе Элефант. Вербальный элемент: *«В кафе встретились Штирлиц и Скрипаль. Выпили за встречу по бутылке водки. Скрипаль упал под стол, и умер. «Новичок» - подумал Штирлиц»* (пунктуация автора сохранена). Перед нами не просто фраза, описывающая иллюстрацию, а целый небольшой сюжет. Ирония

создается с помощью игры слов: «новичок» как неопытный в каком-то вопросе, сфере деятельности человек и «новичок» как название яда, которым предположительно был отравлен Скрипаль. Обратим внимание, что мем содержит пунктуационные ошибки, что часто встречается в целом в данном виде медиатекстов. Добавим, что в данном примере именно вербальный компонент задает тон обращения, а невербальная составляющая является лишь дополнением для привлечения внимания, создания нужного впечатления.

Следующая группа мемов с иронией, часто с помощью языковой игры отсылает интернет-пользователей к тексту книги. Можно назвать эту группу креализованных текстов с погружением в пре-текст. Так, мем с фразой *«Штирлиц скомкал бумажку и бросил в унитаз. Бумажка попала в центр»* становится понятен только знатокам истории Штирлица. С помощью, можно сказать, лексической омонимии, каламбура, автор создает данный мем. Лексема «центр» обретает два значения: центр – это середина чего-то, а также Центр – разведывательное управление, куда Штирлиц отправлял шифровки. Хорошо узнаваемый фон для мемов (черно-белые полосы, идущие от центра), на котором изображен Штирлиц, уже стал привычным для различных мемов. Видимо, по задумке авторов, внимание реципиентов должен привлечь именно он, как уже стандартный в сети данного медиадискурса. Клиповость, которая свойственная интернет-мемам, в данном примере реализована как раз с помощью данного визуального компонента.

Ещё один пример мема данной группы, в котором с помощью сравнения автор достаточно жестко сопоставляет вылетевшую муху с «вылетевшим» в окно Плейшнером: *«Штирлиц сидел у открытого окна и писал отчет. Возле него назойливо жужжала муха, Штирлиц махнул рукой, муха вылетела в окно. «Совсем как Плейшнер», - подумал Штирлиц»*. Если не знать историю профессора Плейшнера, то мем теряет смысл и читатель может не понять аналогию, предложенную автором мема. В вербальной части мема можно отметить коллоквиализацию. Она выражается в использовании разговорного стиля («устно-письменная речь в интернете» [Лутовинова, 2008]): этому способствуют короткие предложения, состоящие в основном только из подлежащего и сказуемого. Невербальная часть мема содержит кадр из цветной версии телесериала, за Штирлицем видно окно (иллюстрирует вербальную часть).

Группа мемов, иронизирующих о современном обществе на разные темы, состоит из отсылок к тому, что беспокоит интернет-пользователей. Например, популярность коучей, которая была высока в определенное время, вылилась в такой мем: *«В дверь позвонили. – Кто? – поинтересовался Штирлиц. – Здесь задаем вопросы мы! – раздалось из-за двери. «Коучи» - подумал Штирлиц»*. Текстовая часть мема строится по принципу диалога, а также мысли Штирлица (опять с пунктуационными ошибками). Стоит отметить, что содержание диалога, отсылает нас к образу разведчика («задаем вопросы»), ведь на протяжении текста Штирлиц участвует в допросах, т.е. задает вопросы. Таким образом, для мема не просто так выбран образ именно Штирлица, он поддерживает текстовую часть и передает суть мема.

Ещё один пример, отсылающий к злободневной теме. Мюллер спрашивает у

Штирлица: «Крым чей?!» Помимо актуальной информации, мем содержит очень известную фразу из «Семнадцати мгновений весны»: «*Никогда еще Штирлиц не был так близок к провалу*». Этот прецедентный текст стал, наверное, самым узнаваемым в дискурсе о Штирлице. Данная фраза имеет огромную популярность в интернет-среде. Симбиоз этих составляющих делает мем узнаваемым, ярким и с долей юмора.

Отсылки к известным героям, прочно вошедшим в отечественный культурный код, также активно используются в мемах данной группы. Например, мемы, которые образовались вокруг кадра Шелленберга и Штирлица на фоне медной статуэтки лошади. Эти мемы отсылают нас к Новосельцеву из фильма «Служебный роман» (эпизод, в котором Новосельцев несет медного коня). «– *Где-то я уже видел эту лошадь...-подумал Штирлиц. – Новосельцев принес, – ответил Шелленберг*». В данном меме ирония достигается за счет фоновой памяти пользователям об эпизоде из «Служебного романа» и внедрении этого знания в контекст «Семнадцати мгновений весны». Такое абсурдное сочетание добавляет вербальной части мема комический эффект.

Формат комикса характерен в целом для интернет-мемов. «Подача контента в сериальном формате – бесспорный мейнстрим современной массовой культуры» [Шомова, 2021, с. 420]. Этот вариант медиатекста не обошел и мемы с участием Штирлица. Чаще всего в диалоге принимают участие Мюллер и Штирлиц. Можно сказать, что эти два персонажа самые представленные в интернет-мемах данной медиагруппы. Разговоры получаются на отвлеченные темы, которые интересны интернет-сообществу: от онлайн-игры «Танки» до самозанятости. В данной группе медиатекстов авторы могут использовать сниженную лексику («дебил»), а также нецензурную лексику для создания большей эмоциональности мема. Интернет-среда позволяет авторам выражаться свободно, и «стилистическая сниженность – одна из ключевых жанровых характеристик интернет-мема» [Канашина, 2018, с. 128].

Например, диалог: «– *Штирлиц, говорят вы профи в «Танчиках»? Не желаете ли к нам в клан? Какой у вас ник? – СТАЛИНА_НА_ВАС_НЕТ_41-45*». – ???!!!». В данном меме автор отсылает к известной онлайн-игре, использует геймерскую лексику (*клан, ник*). Разведчик Штирлиц становится подходящим образом, чтобы передать заложенный юмор в данном меме: советский шпион в тылу врага сталкиваются с ником, отсылающим к советскому вождю. Некий оксюморон, лексический каламбур – эти вербальные и невербальные инструменты работают для создания необходимой реакции интернет-пользователей.

Или такой пример диалога Мюллера и Штирлица, наполненный сниженной лексикой: «– *Как сегодня холодно, Штирлиц.. Вы, случайно не умеете вязать шапки? – БЛ***, как он узнал?! Сейчас самозанятость шить будет, мудака..*» (пунктуация сохранена). Эмоциональный мем, который построен на актуальной проблеме – необходимости оформить самозанятость, проверках, которые проходят среди работающих на дому. Вербальная часть – острая тема, волнующая интернет-пользователей. В ней эмоциональность передается с помощью сниженной, нецензурной лексики. Невербальная часть – Мюллер и Штирлиц – типичное противостояние, которое символизирует борьбу.

Отдельно стоит выделить мемы, которые просто начинаются с фразы из

телесериала «Семнадцать мгновений весны», ставшей максимально популярной. Такие мемы не требуют досконального знания текста, а оперируют лишь к поверхностным, самым раскрученным цитатам. Например, фраза «Никогда еще Штирлиц не был так близок к провалу» – одна из самых обыгрываемых в мемах. Часто даже без «лица» Штирлица, т.е. просто в текстовых мемах. Её используют как подпись к иллюстрациям разного плана, например, такое фото: целая ячейка яиц, а среди них один помидор. Эта картинка иллюстрирована фразой «Ещё никогда Штирлиц не был так близок к провалу». В таких мемах равнозначны вербальный и невербальный компоненты. Эта группа мемов не всегда нуждается в иллюстрации героев телесериала, данные интернет-мемы могут иллюстрироваться абсолютно разными картинками, фотографиями.

Итак, основными способами создания интернет-мемов о Штирлице становятся омонимы (лексическая омонимия), лексические каламбуры, аналогии, языковая игра. Некоторые мемы содержат сниженную лексику (в некоторых можно и вовсе встретить нецензурные слова). Обращение к такой лексике передает эмоциональность транслируемого сообщения. Ассоциации, которые несет Штирлиц в интернет-среде: шпион, мастер своего дела, профессионал, всегда выходит сухим из воды, искусно всех обманывает.

В интернет-мемах о Штирлице большую нагрузку несет вербальная часть, а невербальный компонент лишь дополняет сообщение. С помощью лингвокреативности авторам мемов удастся достичь яркости высказывания. Можно сказать, что мемы данного медиадискурса довольно интеллектуальны, т.к. зачастую требуют знания текста «Семнадцати мгновений весны» и понимания происходящих в мире процессов. Как и в других мемах, в данной группе медиадискурса аффективная функция преобладает. Всегда сложно сказать, как долго просуществует тот или иной мем: «Одни мемы «кочуют» по сети годами и не теряют своей актуальности. Другие забываются, как только становится неинтересным событие или персонаж, с которыми они ассоциировались» [Пешкова, 2018, с. 464]. Как видим, герой Штирлиц десятилетиями продолжает быть интересным для пользователей.

Популярность Штирлица в интернет-среде можно объяснить огромным влиянием Штирлица на юмористический разговорный жанр, а именно – анекдоты. Мы уже упоминали, что Штирлиц был популярным героем советских анекдотов. «Анонимность интернет-мемов роднит этот жанр с анекдотом, генетическая связь интернет-мема с анекдотом очевидна» [Канашина, 2018, с. 126]. Видимо, поэтому Штирлиц столь привлекателен для интернет-анекдотов в новом формате. Очевидно, что Штирлиц уже стал культурным кодом российского общества, который имеет большое влияние в социуме, а интернет-фольклор о самом известном советском разведчике продолжает пополняться мемовтворчеством.

Литература

- Архипова А. С. (2013). *«Штирлиц шел по коридору...»: Как мы придумываем анекдоты*. Москва, РГГУ, 156.
- Боева Г. Н. (2022). Интернет-стереотипы восприятия русской классики: визуальный аспект [Электронный ресурс]. Журнал филологических исследований, 7, 4. URL: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/53508/view> (Дата обращения: 19.08.23).
- Бударина О. А. (2019). Интернет-мем как новая форма массовой культуры. *Вестник Московского*

государственного университета культуры и искусств, 2 (88), 98–107.

- Изгаршева А. В. (2020). Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект. *Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Лингвистика*, 5, 86–101.
- Канашина С. В. (2018). Интернет-мем как современные медиадискурс. *Известия ВГПУ. Филологические науки*, 8 (131), 125–129.
- Лутовинова О. В. (2008). Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*, 71, 58–65.
- Пешкова Н. П., Титлова А. С. (2018). История одного мема (мем как прецедентный текст в микроблоге). *Динамика языковых и культурных процессов в современной России*, 6, 461–465.
- Шомова С. А. (2021). Мем-летописец: репрезентация новостной повестки дня пандемии в меметическом контенте рунета. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 5 (165), 399–424.

References

- Arhipova A. S. (2013). «*Shtirlic shel po koridoru...*»: *Kak my pridumyvaem anekdoty*. [«Stirlitz was walking down the corridor ...»: How we come up with jokes] Moscow, Russian State University for the Humanities, 156.
- Boeva G. N. (2022). Internet-stereotypy vospriyatija russkoj klassiki: vizual'nyj aspekt [Internet perceptual stereotypes Russian classics: visual aspect]. *The Journal of Philological Studies*, 7, 4. Available at: <https://naukaru.ru/ru/nauka/article/53508/view> (accessed 19.08.23).
- Budarina O. A. (2019). Internet-mem kak novaja forma massovoj kul'tury [Internet meme as new form of mass culture]. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts (Vestnik MGUKI)*, 2 (88), 98–107.
- Izgarsheva A. V. (2020). Internet-mem kak mediatekst: lingvisticheskij aspekt [The Internet meme as media text: linguistic aspect]. *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Linguistics*, 5, 86–101.
- Kanashina S. V. (2018). Internet-mem kak sovremennye mediadiskurs [Internet meme as a modern media discourse]. *Izvestija VGPU. Filologicheskie nauki* [News of the VSPU. Philological Sciences], 8 (131), 125–129.
- Lutovinova O. V. (2008). Internet kak novaja «ustno-pis'mennaja» sistema kommunikacii [The Internet as a new "oral-written" communication system]. *Izvestia: Herzen University Journal of Humanities & Sciences*, 71, 58–65.
- Peshkova N. P., Titlova A.S. (2018). Istorija odnogo mema (mem kak precedentnyj tekst v mikrobloge) [One meme's story: a meme as a precedent text in micro blogging]. *Dinamika jazykovykh i kul'turnykh processov v sovremennoj Rossii* [Dynamics of linguistic and cultural processes in modern Russia], 6, 461–465.
- Shomova S. A. (2021). Mem-letopisec: reprezentacija novostnoj povestki dnja pandemii v memeticheskom kontente runeta. [Meme chronicler: representation of the pandemic news agenda in the Runet memetic content]. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal*, 5 (165), 399–424.

Статья публикуется впервые.
Поступила в редакцию 17.09.2023.
Принята к публикации 01.11.2023.

Об авторе

Ефимова Оксана Владимировна – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна, ORCID: 0000-0002-6020-8175; oxana_efimova@inbox.ru

Efimova O. V.

**STIERLITZ IN INTERNET MEMES:
CULTURAL AND LINGUISTIC ASPECTS**

Abstract: Internet folklore is not only a way for users to communicate, but also a tool for popularizing images, including literary characters. The spread of certain memes is an interesting process both in terms of sociology, cultural studies, and linguistics.

Stierlitz is an iconic image for Russian culture, which has become a symbol of Soviet intelligence. Internet memes about this character have been actively distributed by netizens in recent years. The interest of the Internet environment in this character, in the TV series "Seventeen Moments of Spring" is a curious phenomenon that requires study.

The article classifies memes about the Soviet intelligence officer Isaev-Stierlitz, analyzes the ways of creating Internet memes about him, identifies the main reasons for the audience's interest in this hero in the Internet space. The author draws conclusions about the image of Stierlitz, formed on the web through online folklore.

Keywords: memes, Stierlitz, Internet folklore, Seventeen Moments of Spring

For citation: Efimova O. V. (2023). Stierlitz in internet memes: cultural and linguistic aspects. *Memoirs of NovSU*, 6(51), 550-562. DOI: 10.34680/2411-7951.2023.6(51).563-569