



Ребрин Л. Н. Интернет-мемы 2019—2021 годов как актуальный феномен интернет-коммуникации : смыслы единения и разобщения / Л. Н. Ребрин // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 6. — С. 235—267. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-267.

Rebrina, L. N. (2022). Internet Memes of 2019—2021 as Current Phenomenon of Internet Communication: Meanings of Unity and Disunity. *Nauchnyi dialog*, 11(6): 235-267. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-267. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-6-235-267

Интернет-мемы 2019—2021 годов как актуальный феномен интернет-коммуникации: смыслы единения и разобщения

Ребрин Лариса Николаевна^{1,2}
orcid.org/0000-0003-0512-980X
ResearcherID: G-6420-2015
Scopus Author ID: 56241972800
доктор филологических наук
lnrebrina@volsu.ru

¹Волгоградский
государственный университет
(Волгоград, Россия)

²Уральский федеральный университет
имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина

Благодарности:

Исследование выполнено за счет средств
гранта Российского научного фонда,
проект № 20-68-46003 «Семантика
единения и вражды в русской лексике
и фразеологии: системно-языковые
данные и дискурс»

Internet Memes of 2019— 2021 as Current Phenomenon of Internet Communication: Meanings of Unity and Disunity

Larisa N. Rebrina^{1,2}
orcid.org/0000-0003-0512-980X
ResearcherID: G-6420-2015
Scopus Author ID: 56241972800
Doctor of Philology
lnrebrina@volsu.ru

¹Volgograd State University
(Volgograd, Russia)

²Ural Federal University
named after the First President
of Russia B. N. Yeltsin
(Ekaterinburg, Russia)

Acknowledgments:

The study is supported by
Russian Science Foundation,
project No. 20-68-46003
“The Semantics of Unity and Animosity
in Russian Lexis and Phraseology:
Language System and Discourse”



ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

События 2019—2021 годов повлияли на индекс социального оптимизма и социальное самочувствие россиян, на постоянно присутствующие в обществе разнонаправленные тенденции к консолидации и разобщению. Объектом исследования являются заимствованные и появившиеся в русскоязычном сегменте Интернета, функционирующие в указанный период интернет-мемы, транслирующие смыслы «единение» и «разобщение». Актуальность исследования обуславливается необходимостью изучения новых принципов распространения информации и ее желательных характеристик в информационно перегруженном обществе, познавательным потенциалом «визуального поворота» в гуманитарном знании, социальной значимостью репрезентируемого исследуемых единицами содержания, дефицитом лингвистических, междисциплинарных теоретических и эмпирических работ в данной области. Источником материала послужили разнообразные сервисы и библиотеки мемов в сети интернет. В статье характеризуется актуальное состояние исследований интернет-мемов в гуманитарной науке. Изложены результаты анализа отобранных в соответствии с заданными семантическими признаками интернет-мемов в их динамике в рамках типологии Н. А. Зиновьевой, выстроенной на шести дихотомиях (истина — ложь, персонаж — событие, традиция — инновация, фон — фигура, «изображение — текст», «мысль — действие»). Представлены наблюдения о специфике использования прецедентных феноменов при формировании и развитии интернет-мемов. Описывается структура интернет-мема, имеющая полевою организацию, включающую константное ядро, образуемое визуальным шаблоном и обобщенным значением интернет-мема. Делается вывод о релевантных признаках интернет-мемов исследуемой идеографической группы, обуславливающих особенности мемного кодирования социально значимой информации и трансляции социокультурных смыслов.

Ключевые слова:

интернет-мем; полевая структура; семантика единения; семантика разобщения; прецедентный феномен; вербальный и невербальный компоненты; реконтекстуализация; дихотомии.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The events of 2019—2021 affected the social optimism index and the social well-being of Russians, strengthening the constantly present multi-directional trends towards consolidation and isolation in society. The object of the study is borrowed and appeared in the Runet functioning in the specified period Internet memes that translate the meanings of unity and isolation. The relevance of the research is determined by the need to study new principles of information dissemination and its desirable characteristics in an information-overloaded society, the cognitive potential of the “visual turn” in the humanities, the social significance of the content represented by the studied units, the lack of linguistic, interdisciplinary theoretical and empirical studies in this field. The source of the material is a variety of services and libraries of memes on the Internet. The article describes the current state of Internet meme research in the Russian and European humanities. The article presents the analysis of Internet memes selected in accordance with the given semantic characteristics in their dynamics within the framework of N. A. Zinovieva’s typology, built on six dichotomies (truth — lie, character — event, tradition — innovation, background — figure, image — text, thought — action). Observations on the specifics of the precedent phenomena in the formation and development of Internet memes are presented. The structure of the Internet meme is described. It has a field organization, including a constant core formed by a visual template and the generalized meaning of the Internet meme. The conclusion is made about the relevant features of Internet memes of the ideographic group under study, which determine the features of meme encoding of socially significant information and the translation of socio-cultural meanings.

Key words:

internet meme; field structure; semantics of unity; semantics of disunity; precedent phenomenon; verbal and non-verbal components; recontextualization; dichotomies.



УДК 81'373.48

Интернет-мемы 2019—2021 годов как актуальный феномен интернет-коммуникации: смыслы единения и разобщения

© Ребрина Л. Н., 2022

1. Введение = Introduction

События 2019—2021 годов, заставляющие специалистов говорить о мультикризисе (глобальный экономический, финансовый, политический кризисы, пандемия коронавируса), не могли не сказаться на «социальном самочувствии», «индексе социального оптимизма» россиян, опасующихся, по данным Левада-Центра, снижения доходов, уровня жизни, социальной справедливости, эффективности работы медицинских и образовательных учреждений, а также потери работы и роста цен [Левада-Центр]. Разнонаправленные процессы единения и разобщения в обществе в 2019—2021 годы получают яркое отражение в интернет-коммуникации. Одним из ее активно развивающихся феноменов, чутко реагирующих на настроения и потребности участников, являются интернет-мемы. Актуальность исследования идеографически детерминированной выборки современных интернет-мемов 2019—2021 годов, транслирующих смыслы единения и разобщения, обуславливается рядом факторов: эвристическим потенциалом «визуального поворота» в гуманитарном знании и значимостью изучения новых принципов распространения информации (на фоне формирующихся из-за информационного перенасыщения «нечувствительности» и «усталости» адресатов) и ее новых желаемых характеристик (адресность, воспроизводимость, лаконичность формы при усложненной прагматике, эмоциональная привязка и т. д.); необходимостью дальнейшей разработки вопросов взаимосвязи технологических и социокультурных изменений; важностью репрезентируемой исследуемыми единицами социальной проблематики.

Мемы в современном гуманитарном знании анализировались с позиций этологии и эволюционной эпистемологии (Р. Докинз и его последователи, рассматривавшие мем как репликатор нового типа с позиции биологической теории эволюции); психологии (мем как внутренняя репрезентация некоего знания, формирующая себя в запоминаемой форме идея, см.: К. Диас, К. Маурицио, Г. Плоткин и др.); кибернетики (мем как самоорганизующаяся в психовирус, в поведенческий код информационная единица, см.: Р. Броуди и др.); медиалогии (мем как спонтанный креатив-



ный социокультурный продукт, медиатекст, см.: Л. В. Моисеенко, Д. Рашкофф, М. Паз, Е. Поляков, С. Хаген, Л. Шифман и др.); меметики (мем как комплексный многоуровневый знак, существующий в сознании человека / культуре, культурный аналог генов, самовоспроизводящаяся единица для переноса культурных идей, см.: К. Дистин, Д. Гэверер, Дж. Гемслей, А. Смит, Д. Халл и др.); политической пиарологии (мем как действенный инструмент PR-деятельности в политике, см.: А. Квят и др.); социального компьютеринга (мем как социальная инфекция, инструмент социальной инженерии, см.: М. А. Антонов, А. Ю. Бубнов и др.); эволюционистской, когнитивной визуальной социологии (мем как инструмент влияния на поведение других, характеристика распространения информации, средство визуализации опыта и фокуса общественного интереса, см.: К. Аоки, Дж. Барков, Г. Игнатов, Т. Шварц, Н. А. Зиновьева и др.); герменевтики культуры (мем как продукт эволюции культуры, как единица информации, выносимая из контекста, см. А. М. Олешкова и др.); поведенческой характеристики фокус-групп (мем как групповой маркер, см.: Т. Асканиус, С. Бельтран, Ф. Кабалеро, М. Конде, Е. Н. Лысенко, К. М. Мильтнер, С. Моралес и др.); контент-анализа коммуникативных практик гражданской активности (мем как маркер политической общественной реакции, см.: Л. В. Логинова, В. В. Щербанова, И. Ю. Суркова и др.); концепции мультимодальности (мем как продукт «содружества» разных семиотических кодов, см.: Аслан, Я. Ву, М. Волл, М. Динель, Ф. И. М. Поппи, Е. И. Голованова, О. А. Гудкова, Ф. Зандер, О. А. Никитина, А. Остеррот, З. Э. Саидова, Н. В. Часовский и др.); прецедентности в массовой культуре и коммуникации (мем как разновидность прецедентного феномена, см.: Н. Г. Асмус, Ф. Гартманн, Р. Гузаерова, С. В. Канашина, А. Мартынюк, О. Мельченко, Т. Е. Савицкая, Ю. В. Щурина, Н. Эрленманн и др.); лингвокультурологии (мем как лингвокультурный феномен, в том числе подверженный культурной адаптации, ассимиляции, см.: М. И. Громовая и др.), концепции лингвокреативности как свойства языкового сознания (мем как новый формат лингвокреативности, см.: А. В. Вешнякова, М. Мортенсен, К. Ноймайер и др.).

Цель нашего исследования — определение общих и различающихся особенностей предьявления и трансляции смыслов «единение» и «разобщение» посредством мемов, функционирующих в 2019—2021 годы в русскоязычном сегменте интернета. В качестве определяющих исследовательские задачи вопросов предлагаются следующие: различаются ли генетические признаки, источник и тип адресации мемов, транслирующих противоположные смыслы; схожи ли используемые типы прецедентных феноменов, участвующие в смыслопорождении отражаемые объекты действительности; обнаруживается ли семантически задаваемая специфика



взаимоотношения вербального и визуального рядов, состава значимых элементов визуального компонента мемов; отличается ли репликация компонентов мемов с противоположной семантикой. Как показывает представленный выше краткий обзор направлений исследований интернет-мемов, указанные цель и аспекты изучения мемов направлены на получение новых научных результатов.

2. Материал, методы, обзор = Material, Methods, Review

Представим кратко теоретические положения, рассматриваемые нами как исходные для своего исследования.

Интернет-мемы (ИМ) создаются на основе социального знания, индивидуального опыта и воображения, отражая Интернет-культуру как «культуру мгновения» [Зиновьева, 2015] или комментирующую культуру, культуру ремарок и ремиксов [Дацкевич, 2012; Савицкая, 2013], транслируя оперативную реакцию на ситуацию и находящиеся в фокусе интереса общества / определенной группы смыслы, делая индивидуальное понимание мира публичным, выполняя идентифицирующую и дифференцирующую функции в интернет-сообществах [Зиновьева, 2015, 2016; Hagen, 2022; Lukacs, 2022; Myths and imaginaries of feminist ..., 2022]. ИМ выступают знаками социокультурного и политического ландшафта, инструментами картирования повседневной жизни [Askanius, 2021; Lukacs, 2021; Zidani, 2021]. Границы функционирования интернет-мемов отражают границы группы «своих». Данные границы являются максимально широкими для универсальных ИМ, сужающимися — для сепаратных ИМ. Сепаратные ИМ включают узкоцелевые (ориентированные на определенную целевую группу, отражающие ее идентичность и предполагающие наличие знаний, опыта данной группы) и ситуативные ИМ (базируются на осведомленности об отражаемой ситуации, текущем моменте) [Зиновьева, 2015; Щурина, 2012; Hagen, 2022]. Сепаратные ИМ представляют собой «проводники неравенства», функционируют как субкультурный маркер (ср. социально маркированные лексические единицы), выносят за рамки коммуникации пользователей, не имеющих нужных фоновых знаний, культурной базы сообщества [Зиновьева, 2015]. Открытость интернет-культуры при этом способствует распространению за пределы сообщества интернет-мемов, приобретающих характеристики потенциально универсальных ИМ. Такие ИМ апеллируют к общекультурным, общечеловеческим, разделяемым представителями разных лингвокультур и социальных групп коннотациям (например, к эмоциям). Репосты выступают знаками идентификации [Савицкая, 2013]. По мнению некоторых исследователей, данный новый феномен интернет-культуры имеет исторические корни, например, «на-



родные картинки» / «лубки» / «массовые гравюры» [Вешнякова, 2016] или салонное острословие, анекдот [Там же].

В рамках ИМ посредством трансформации прецедентных феноменов осуществляется обращение к культурным знаниям, фоновой информации, закрепление за ИМ культурной коннотации [Щебланова и др., 2020; Díaz et al., 2013; Dynel et al., 2021; Miltner, 2014; Shifman, 2013]. В ИМ реализуются два основных вида трансформации прецедентных феноменов — дополнение и замена вербального / невербального компонента [Канашина, 2018; Aslan, 2021; Martynuk et al., 2021]. Трансформирование прецедентных феноменов обуславливает их функционирование в качестве средств создания комизма (посредством аллюзии к смешной ситуации или юмористического обыгрывания несмешной ситуации), особой эстетики (разнообразии художественного пространства ИМ), диалога (установление контакта посредством обращения к опыту адресата, идентификация членов сообщества), интеллектуальной игры (необходимость декодирования прецедентного феномена) [Канашина, 2018; Paz et al., 2021]. Особенность использования прецедентных феноменов в ИМ заключается именно в их реинтерпретировании и последующей вариации ИМ при сохранении его общего смысла. Превращение «потенциально меметической» информации в ИМ предполагает предварительную деконтекстуализацию (отчуждение от исходного социального / ситуативного / лингвистического контекста) и последующую реконтекстуализацию [Никитина и др., 2018]. То есть ИМ функционирует как изменяющийся шаблон, контекстуализируемый в разных коммуникативных ситуациях, присоединяющий варьирующуюся часть [Голованова и др., 2015; Изгаршева, 2020; Лысенко, 2017; Smith et al., 2021]. Т. Е. Савицкая выделяет следующие этапы в жизненном цикле успешного ИМ [Савицкая, 2013]: 1) ИМ активно реплицируется, не освободившись полностью от локального контекста; 2) ИМ превращается в популярный ИМ, освобождается от изначального контекста, подвергается последующим реконтекстуализациям, переосмыслению, упрощению (формирование мемо-дискурса с порождением новых надстраиваемых смыслов); 3) ИМ обретает общеизвестное содержание (возможно продвижение ИМ в офлайн-реальность, порождение материальных объектов), происходит пресыщение, переход в пассивное употребление.

ИМ представляет собой мини-нарратив, который отражает наступившую предсказанную М. Маклюэном вторичную устность, схватывающий и эксплицирующий коллективное бессознательное [Савицкая, 2013]. ИМ характеризуется ориентированностью на эмоциональное воздействие, комическим эффектом, высокой концентрацией смысла при лаконичности, адресностью, приближенностью к разговорному / молодежному языку, ре-



интерпретацией стереотипов, вариативностью и воспроизводимостью быстрым горизонтальным / вертикальным распространением [Зиновьева, 2015; Савицкая, 2013; Никитина и др., 2018; Лысенко, 2017; Громовая, 2015; Erlehnmann, 2013; Hartmann, 2017; Osterroth, 2015; Wu et al., 2021]. ИМ выполняют различные функции, транслируя идею / идеологию, представляя сообщество / индивида, способствуя интеграции и идентификации членов сообщества, выступая средством информирования, эмоционального воздействия, фатики [Зиновьева, 2015; Hagen, 2022; Mortensen et al., 2021].

Существует несколько классификаций ИМ: по источнику происхождения с позиций критических теорий [Рашкофф, 2003]; медиообъекту [Квят, 2013]; носителю мема [Щурина, 2012]. Для нашего исследования представляется целесообразной типология ИМ Н. А. Зиновьевой, поскольку она основывается на нескольких дихотомиях (Д), учитывающих источник, лежащий в основе объект действительности, смысловую доминанту, форму репрезентации, результирующее воздействие, уровень включенности в культуру. Кратко представим данные дихотомии: а) Д «истина — ложь» (противопоставление указывает на источник ИМ) включает: самозарождающиеся / истинные ИМ (см. [Рашкофф, 2003]), распространяющиеся благодаря синхронности с переживаниями других членов сообщества, спонтанные, вирусные ИМ; намеренно созданные / ложные ИМ (в том числе используемые в маркетинговых, PR-целях спонтанные, истинные ИМ); б) Д «персонаж — событие» (указывает на отражаемый объект действительности) включает: ИМ-персонаж, в рамках которого персонаж обрамляется событийным фоном, закрепляется ассоциирование персонажа с определенными эмоциями, смыслами; ИМ-событие, диктующий определенный взгляд на ситуацию / событие; при этом одно событие может отражаться несколькими ИМ с разными интерпретациями (то есть речь идет об одном денотате и разных сигнификатах); в) Д «традиция — инновация» (отражает уровень укорененности в культуре) включает: ИМ-традицию, предполагающий обращение к общему прошлому (типичный опыт, практика, фразы классических произведений), наличие определенных культурных знаний для декодирования ИМ; ИМ-инновацию, строящийся на актуальных, вызывающих переживания новостях / новых практиках или произведениях (предполагает информированность о текущем моменте); г) Д «фон — фигура» (указывает на смысловые доминанты) включает: ИМ с подчиненной ролью фона (представляют персонажей с уже сложившимися образами и ассоциированными смыслами, доминирующих над фоном, в котором они появляются); ИМ с подчиненной ролью фигуры (фон доминирует, задает вектор восприятия, эмоции, используется для придания определенных смыслов изображениям / надписям); д) Д «изображение — текст» (отража-



ет форму репрезентации, узнаваемый и реплицируемый элемент, который может обретать новый смысл / придавать новое содержание другому объекту) включает: ИМ-изображение и ИМ-текст; е) Д «мысль — действие» (указывает на результирующее воздействие) включает: ИМ-мысль (нацелен на инициацию разделения определенного знания, позиции, эмоции и предполагает броскость образов и четкость посланий); ИМ-действие (иницирует повторение поступка, это своего рода сплывающий анонимный добровольный флеш-моб с обязательной визуальной фиксацией воспроизведенного действия) [Зиновьева, 2015].

Источниками эмпирического материала послужили мемотеки и коллекции ИМ (мемотека «Мемепедия» [Мемепедия], Мемоарсенал [Мемоарсенал], мемотека «Know Your Meme» [Know Your Meme], мемотека «MemesMix» [MemesMix], коллекция генераторов мемов «Рисовач.Ру» [Рисовач], развлекательная коллекция Medialeaks [Medialeaks] и др.). Критерии отбора материала: а) функционирование в русскоязычном сегменте интернета; б) появление или приобретение популярности в период 2019—2021 годов; в) отнесенность транслируемых смыслов к обобщенным смыслам «единение» / «разобщение»; объем выборки составил 102 ИМ. Систематизация материала, отобранного из контента сервисов и библиотек ИМ, показывает, что появившиеся / получившие широкое распространение в русскоязычном сегменте Интернета в означенный период интернет-мемы конституируют антонимичные подгруппы, транслирующие смыслы «единение» и «разобщение», иллюстрирующие соответствующие процессы в обществе, а также подгруппу, образующую переходную зону между данными группами.

Отобранные ИМ анализируются в рамках предложенных А. Е. Зиновьевой дихотомий [Зиновьева, 2015] в аспекте генетических признаков (возникший в данной лингвокультуре / заимствованный), адресации (универсальность / сепаратность), специфики использования прецедентных феноменов, особенностей взаимодействия вербального и визуального рядов, состава значимых элементов визуального компонента (визуализация смыслов единения / разобщения), транслируемых частных смыслов, динамики развития мема в онлайн- и офлайн-пространстве, раскрывающей полевую структуру интернет-мема.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

3.1. Интернет-мемы 2019—2021 годов, конституирующие семантическую группу «Единение»

В качестве первого примера рассмотрим ИМ «Я/Мы» (Рис. 1), появившийся 10.06.2019 г. на первых полосах газет «Коммерсант», «РБК», «Ве-



домости» в поддержку обвиненного журналиста И. Голунова, распространившийся в русскоязычном сегменте Интернет уже на следующий день и породивший в дальнейшем серию реинтерпретаций и реконтекстуализаций в стилистике плаката с таким же лаконичным дизайном и легко считываемым лозунгом [Мемепедия]. Это искусственный, сепаратный ситуативный ИМ созданный с определенной целью, обусловившей, по словам авторов, его дизайн: сплетенные буквы местоимений и цветовое выделение *мы* как выражение идеи единения (рис. 1.1). Описываемый мем представляет собой ИМ-событие, ИМ-инновация, ИМ-текст, ИМ-мысль, ИМ со значимой ролью фона). ИМ функционировал как символ солидарности; перешел в офлайн (участники митинга в поддержку И. Голунова были в футболках с данным ИМ). Летом 2019 года он использовался для поддержки фигурантов «Московского дела» о беспорядках и насилии в отношении представителей органов правопорядка; позже (сентябрь 2019 года) российские селебрити использовали ИМ, выступая в поддержку актера П. Устинова (рис. 1.2). Смысловая доминанта ИМ — надпись в определенном дизайне; фон, а точнее, его отсутствие при этом позиционирует транслируемую идею как серьезную. Изначально ИМ ориентирован не на комический эффект, а на консолидацию, инициацию чувства солидарности. Декодирование данного ситуативного ИМ предполагает, что адресат следит за текущими событиями. В последовавших пародиях ИМ отрывается от ситуативной привязки (выступление в защиту конкретного лица); в результате трансформаций с использованием замены и распространения вербального компонента шаблон наполняется новым содержанием при сохранении общего исходного смысла (рис. 1.3, 1.4). В реконтекстуализированных ИМ (ИМ № 3, 4), как и в исходном ИМ, а) отражается идея о необходимости и силе единения, поддержки, общности ситуации, которая спланирует, несмотря на разный «опыт потерь»; б) используется визуальный шаблон (белый фон, заглавные буквы, переплетенные буквы первых двух слов, цветовое выделение второго слова). Ядро ИМ (пункты а и б) остается константным. Вербальный компонент (кроме ИМ3) характеризуется отсутствием пунктуации, аграмматичностью, напоминает конденсированную / сокращенную внутреннюю речь (в понимании психологов; см. [Выготский, 2019]). Визуальный и вербальный компоненты находятся в отношении консонанса, поддерживают друг друга при формировании транслируемого смысла, способствуя оптимизации воздействия. ИМ 3 (рис. 1) представляет собой ответную реплику, образует вопросно-ответное единство с ИМ1. ИМ3 не может рассматриваться как универсальный, поскольку его декодирование требует знания исходного ИМ и какой-либо из предшествующих ситуаций. В результате реконтекстуализации ИМ4 превращается в сепаратный узко-

целевой (присутствует апелляция к прецедентному феномену — значимой фигуре сибирского андеграунда Егору Летову и его песне «Мы — лёд под ногами майора»).



Рис. 1. ИМ «Я/Мы» [Мемепедия]

Следующий ИМ представляет собой единство мемной фразы «Мы с пацанами» и изображения группы субъектов в качестве визуального шаблона. Чаще всего используется прецедентный феномен — персонажи-злодеи мультсериала «Человек-паук». ИМ употребляется для обозначения дружеских отношений, общности реакции или общего занятия, коллективной активности, как правило, совместных развлечений [Мемепедия]. Данный мем представляет собой истинный, заимствованный ИМ, ИМ-персонаж, ИМ-традицию (обращение к мультипликационному фильму 1967 года), ИМ-изображение-текст (реплицируются визуальный компонент и мемная фраза «я / мы с пацанами»), ИМ с подчиненной ролью фона (используются персонажи с ассоциируемыми смыслами, доминирующие над фоном), ИМ-мысль. Первое появление оригинального ИМ (*Me and the boys*) зафиксировано в январе 2019 года в Инстаграме¹, позднее происходит распространение на Reddit с рандомными картинками, с конца мая 2019 года — активное размещение в русскоязычном сегменте Интернета с изображением 4-х злодеев (Зеленый Гоблин, Носорог, Стервятник, Электро), пик популярности — 02–03.06.2021 г. [Мемепедия] (рис. 2.1). И в исходной версии, и при дальнейшем функционировании шаблона используется диссонанс между вербальным и невербальным компонентами (изображение ухмыляющихся злодеев и веселая, развлекательная ситуация / обыгрывание юмористической надписью). С другой стороны, визуальный ряд (изображение группы субъектов, пребывающих в одинаковом настроении, эмоционально связанных; яркие цвета) дополняет вербальный компонент, органично взаимодействуя с последним. Отношение визуального и вербального рядов можно интерпретировать как диссонансно-консонансное. При этом сохраняется константное ядро, включающее обобщен-

1 Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

ное значение (совместные времяпрепровождение и переживание веселой ситуации) и визуальный шаблон. ИМ также вышел в офлайн (например, косплеи среди школьников). При дальнейшей реконтекстуализации в русскоязычном сегменте Интернета трансформации чаще всего подвергается вербальный компонент (замена местоимения *мы* на *я*, существительного *пацаны* на *парни / кореши*, распространение мемной фразы (рис. 2.2, 2.3). Общее значение ИМ сохраняется. Полное декодирование ИМ, в том числе комического эффекта, предполагает знание прецедентного феномена (персонажей, сцены мультсериала), что придает описываемому ИМ черты сепаратного узкоцелевого ИМ.



Рис. 2. ИМ «Мы с пацанами» [Мемепедия]

Мемная фраза «Родненькие мои» иллюстрирует истинный ИМ, ИМ-инновацию (отсылка к прецедентному феномену — человеку-мему, популярному фрик/треш-блогеру Олегу Монголу, автору данной фирменной фразы-приветствия, выступающей смысловой доминантой). Описываемый мем представляет собой сепаратный узкоцелевой ИМ-текст, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-мысль (рис. 3). ИМ получил распространение летом 2019 года, используется в онлайн- и офлайн-коммуникации как обращение, приветствие; означает, что говорящий причисляет всех, к кому обращается, к близким людям, тепло относится к ним [Мемепедия]. Иницируемое эмоциональное восприятие обуславливается использованием окказионализма и фигурой самого блогера. Олег Монгол размещает в своем блоге с миллионной аудиторией посты о буднях российских провинциальных маргиналов; блог, по мнению аналитиков, представляет собой созданный, продюсируемый сторонним лицом довольно успешный провокационный проект. Полное декодирование ИМ предполагает наличие соответствующего группового опыта подписчиков, посетителей аккаунта блогера. Ядро ИМ образуют графический компонент — начертание белым шрифтом лексической единицы *родненькие*; обобщенное значение — обращение, передающее теплое отношение, переживание единения. Вербальный компонент трансформируется, как правило, посредством распространения, может содержать / не содержать знаки пунктуации. Визуальный

компонент является факультативным, чаще всего содержит изображение блогера, не играет значимой роли в смыслопорождении.



Рис. 3. ИМ «Родненькины мои» [Мемепедия]

Заемствованный ИМ «Большой и маленький Спайдермен» апеллирует к фильму «Человек-паук: Через вселенные» (2018 год; сцена встречи Спайдерменов из параллельных вселенных для последующего совместного спасения мира). ИМ появился в начале 2019 года на новостном сайте Reddit [Мемепедия]. Визуальным шаблоном выступает прецедентный феномен — кадр из данного фильма. Мем представляет собой истинный ИМ, ИМ-персонаж, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-инновацию, ИМ-изображение, ИМ-мысль (рис. 4). Общее значение ИМ — преемственность, связь между поколениями. В последующих вариантах добавленная к прецедентному кадру надпись о двух вселенных (рис. 4, ИМ2) изменяется, прецедентный феномен вводится в созвучный контекст (совместное действие двух поколений, ситуация передачи опыта, знаний, обучения) с юмористическим обыгрыванием отражаемой ситуации (рис. 4, ИМ3). Продвижению в онлайн-пространстве способствует постепенная деконтекстуализация исходного ИМ при константности ядра ИМ. Визуальный компонент (изображение двух субъектов разного возраста в одинаковой позе, связанных совместным занятием) и вербальный компонент вступают в отношении консонанса, дополняя друг друга при формировании транслируемого смысла. ИМ включает черты универсального мема (апелляция к общему, знакомому всем опыту, легко считываемое значение изображенной ситуации), но его полное декодирование, реализация юмористического эффекта предполагают знание используемого прецедентного феномена, что указывает на его сепаратный узкоцелевой характер. ИМ при этом характеризуется довольно широкой адресацией; целевая группа ИМ ввиду известности кинофильма и персонажа «человек-паук» многочисленная.

ИМ-мотиватор о поддержке с использованием в качестве визуального шаблона опубликованной в музыкальной социальной сети «На завалинке» забавной фотографии с котом из приюта для животных появился на сайте



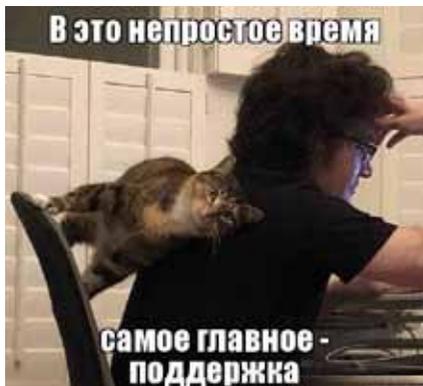
Рис. 4. ИМ «Большой и маленький Спайдермен» [Мемепедия]

Mememix 19.04.2020 [Mememix]. Уже через неделю в социальных сетях начали распространяться вариации данного ИМ (рис. 5, ИМ2, дата публикации: 22.11.2020). В 2021—2022 годах ИМ продолжает активно использоваться в социальных сетях (рис. 5, ИМ3, дата публикации: 26.04.2021 г.; ИМ4, дата публикации: 12.01.2022 г.). Модификации подвергается вербальный компонент, в котором реализуется уточнение обобщенного значения (а именно — объекта поддержки), разная ситуативная привязка ИМ: ИМ1 и ИМ3 — поддержка вообще, без ограничений на объект поддержки; ИМ2 — поддержка желающих оставаться красивыми девушек; ИМ4 — поддержка обучающихся. При этом ИМ 1, 3, 4 можно отнести к условно универсальному мему с чертами узкоцелевого ИМ (адресат — все знакомые с мемной культурой, в частности с ИМ «Котики»); ИМ3 тяготеет к сепаратным узкоцелевым ИМ, поскольку предполагает знакомство с мемной фразой «собака сутулая». Мемная фраза активно функционирует в русскоязычном сегменте Интернета с 2015 года, отсылает к выпуску реалити-шоу «Дом-2» в июне 2015, в котором участник Е. Кузин использовал ее для оскорбления участницы К. Коробейниковой. Визуальный шаблон ИМ о поддержке остается неизменным. Вербальный компонент усиливает и конкретизирует выражаемую визуальным компонентом идею поддержки. Обобщенное значение, конституирующее вместе с визуальным шаблоном ядро ИМ, — выражение поддержки, призыв собраться с силами.

Это истинный ИМ, ИМ-персонаж, ИМ-изображение, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-традиция-инновация (транслирует традиционные установки, ценности, при этом опирается как на общие эмоциональные переживания, так и на современный прецедентный феномен — популярную серию ИМ «Котики»), ИМ-мысль.

Рассмотрим еще один ИМ данной подгруппы. 10.06.2019 г. на Яндекс Дзен появляется ИМ «Народ России не сломить» (рис. 6, ИМ1). Автор публикации использует ИМ, чтобы визуализировать общую ответственность граждан страны за ее будущее, призывает всех граждан РФ принять участие в выборах. В качестве визуального шаблона использована карикатура,

1 [MemesMix]



2 [VK]



3 [VK]



4 [VK]



Рис. 5. ИМ-мотиватор о поддержке

созданная египетским режиссером, сценаристом и карикатуристом Шерифом Арафа (рис. 6, изображение 2). Вербальный компонент подвергается модификации, при этом сохраняется константным ядро ИМ (рис. 6, ИМ3). Обобщенное значение ИМ, составляющее вместе с визуальным шаблоном ядро ИМ: «вместе мы сила». Впоследствии визуальный шаблон также используется для иллюстрации сути командной работы, функционирования маркетинга (рис. 6, ИМ3). Данный ИМ представляет собой универсальный, истинный ИМ, ИМ-персонаж, ИМ-мысль, ИМ-традицию, ИМ-изображение, где фон, на котором размещено изображение, не несет смысловой нагрузки. Визуальный компонент (изображение организованного, сплоченного, выполняющего общую функцию коллективного субъекта и

испуганного одинокого противника) и вербальный компонент органично взаимодействуют, совместно формируют транслируемый смысл пользы единения, дополняя друг друга. Следует, однако, отметить наличие в русскоязычном интернете более раннего антонимичного ИМ-демотиватора (рис. 6, ИМ4, дата публикации: 06.02.2012 г.), посвященного идее сплоченности, объединения, но использующего другой визуальный образ и транслирующего противоположную оценку — «группу / противника легче одним махом одолеть, когда он собрался вместе» (см. вербальный компонент: «Сплоченность. Уязвимость перед большой пастью»). ИМ3 и ИМ4 имеют один денотат, но разные сигнификаты, коннотаты, мотивационные значения и мотивационные признаки.

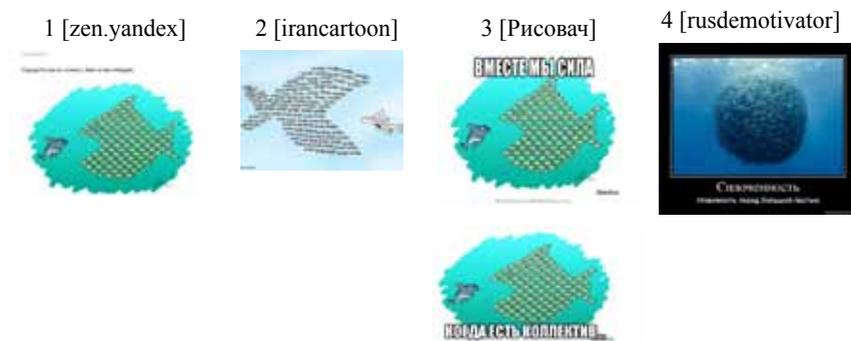


Рис. 6. ИМ «Народ России не сломить», карикатура-шаблон, ИМ «Вместе мы сила», ИМ «Сплоченность. Уязвимость перед большой пастью»

3.2. Интернет-мемы 2019—2021 годов, конституирующие переходную зону между семантическими группами «Единение» и «Разобшение»

К переходной зоне нами отнесены ИМ, для которых затруднена однозначная интерпретация, то есть включение их в группу ИМ, транслирующих либо смыслы единения, либо смыслы разобшения.

К данной зоне мы относим, во-первых, имитирующие старые форматы постироничные ИМ-демотиваторы. Потрясения 2020 и 2021 годов привели к ностальгии по прошлому, что отразилось в интернет-коммуникации в возврате к эстетике предшествующих поколений, интересе молодежи к старым форматам, в том числе к старым («олдовым») ИМ. Данные ИМ отражают ностальгирующее «эстетическое единение» современных авторов ИМ с прошлым поколением, с одной стороны, и стигматизацию, мягкую постиронию по поводу предшествующего поколения, негативную оценку современной ситуации / обстоятельства / события, с другой стороны [Мемепедия].

Их сложная и противоречивая семантика затрудняет однозначное отнесение описываемых ИМ к группе «Единение» или к группе «Разобщение». В сети появляются черно-белые постироничные ИМ, соединяющие в шаблон три тренда: дизайн демотиватора, маску Анонимуса, «олдовые» ругательства (рис. 7, ИМ1,2). Данные ИМ представляют собой сепаратные узкоцелевые мемы (предполагают знание комбинируемых трендов), истинные ИМ, ИМ-традицию, ИМ-персонаж, ИМ-изображение-текст, ИМ-мысль. Константным остается ядро ИМ: визуальный шаблон и обобщенное значение — постироничное ностальгическое возвращение к прошлому, ироничная, смягченная анахроничностью стилистики порицающая реакция на современную ситуацию. ИМ характеризуется отношением консонанса между визуальным и вербальными компонентами; визуальный компонент синхронизирован (в темпоральном плане) с вербальным компонентом, взаимодействуя с последним при формировании ностальгической тональности, апелляции к опыту прошлого поколения. Данный тренд в январе и феврале 2021 года получил широкое распространение в связи с запретом использовать матерные ругательства в социальных сетях. Постироничные ИМ-демотиваторы перешли в офлайн (выпускаются футболки и другие подарки мужчинам к 23 февраля с соответствующими изображениями).



Рис. 7. ИМ в стиле демотиваторов [Мемепедия]

Во-вторых, к данной зоне мы отнесли актуальные в период пандемии коронавируса ИМ о дистанции. Данные ИМ не транслируют смыслы разобщения, разделения общества, противопоставления социальных групп или вражды как таковые, с одной стороны, но отражают обусловленные требованиями безопасности в пандемию изменения самого общения и «совместности», с другой стороны. Тема дистанции активно обыгрывается в ИМ (рис. 8). ИМ 1—4 носят универсальный характер, апеллируют к прецедентным феноменам, представляют собой истинные мемы, ИМ-традиции, ИМ-персонажи, ИМ-изображения, ИМ-мысль. Воздействие ИМ1 обуславливается обыгрыванием анахронизма вербального компонента (актуальное требование в пандемию) и невербального компонента (изображение на большевистском агитационном плакате времен гражданской войны «Ты записался добровольцем?», появившемся в 1920 году). В ИМ2 используется



аллитерация с именем возлюбленной главного героя, отсылка к посвященной ей песне из кинофильма «Д'Артаньян и три мушкетёра» с М. Боярским в главной роли, сцены которого представлены в ИМ. В ИМ3 юмористический эффект также строится на анахронизме вербального и невербального компонентов, помещении сказки о репке в современную пандемическую реальность, доведении сюжета до абсурда (изображается центральное действие сказки, когда персонажи сообща вытаскивают репку, взявшись друг за друга, вплетенное в канву сегодняшнего требования соблюдения дистанции). В ИМ4 юмористическое обыгрывание ситуации выстраивается на: а) использовании узнаваемого персонажа и апелляции к заимствованному самостоятельному появившемуся в 2012 году ИМ «Ди Каприо с бокалом мартини» с кадром из фильма «Великий Гэтсби» со значением поздравления, приободрения, одобрения, позже — приглашения повеселиться / выражения неудовольствия с сарказмом; б) употреблении прецедентной фразы *больше трех не собираться* с одновременной отсылкой к двум ее вариантам прочтения (к появившемуся в дореволюционной России и активно используемому до сих пор выражению *сообразить на троих*; к знакомому по историческим фильмам требованию полицейских и жандармов в предреволюционной России, связанному с запретом Николаем II в 1906 году публичных собраний); в) необычном завершении прецедентной фразы («*под столом*»), что воспринимается как нарушение ожиданий при втором варианте или как возможное развитие ситуации при первом варианте прочтения прецедентной фразы). Все использованные прецедентные феномены являются узнаваемыми для широкого адресата, субъектов разных общественных групп. Визуальный компонент ИМ1 (фигура красноармейца, сурово указывающего на реципиента, сочетание красного, черного, белого цветов) активно участвует в формировании побудительной семантики в рамках ироничного обыгрывания, воссоздаваемого во многом посредством временной несогласованности и семантического консонанса изображения и подписи. Визуальный ряд ИМ2 (изображение героя, переживающего трагедию) в несколько гиперболической форме формирует коннотативный смысловой компонент, задавая вектор восприятия, оценки, дополняет вербальный ряд. В ИМ3 визуальный и вербальный компоненты также связаны отношением консонанса: визуальный компонент (черная рамка демотиватора, изображение разделенных субъектов, неспособных совместно выполнить нужное действие, повторяющееся графическое обозначение требуемой дистанции) дополняет вербальный компонент, семантически акцентируя элемент высказывания «конец», направляет восприятие транслируемого смысла. ИМ4 представляет собой комбинацию эдвайса, категориальное значение которого заключается в юмористическом предъявлении совета, и макроса, специализированного на пе-

редаче эмоции; двухчастный вербальный компонент соотносится с обеими жанровыми интенциями ИМ; визуальный ряд (изображение персонажа с бокалом, его радостное, приглашающее выражение лица, атрибуты праздника) взаимодействует с вербальным компонентом, подкрепляя обе части последнего, (1. *Больше трех не собираться!*; 2. *Под столом*) и создавая нужную ассоциативную связь.

1 [MemesMix]



2 [Мемоарсенал]



3 [demotions]



4 [Мемоарсенал]



Рис. 8. ИМ о соблюдении дистанции

В-третьих, к описываемой переходной зоне мы склонны отнести ИМ-сравнения, в которых находит отражение юмористическая переоценка общительности, коммунибельности в период пандемии (рис. 9). Данные ИМ не указывают на разобщение в обществе как таковое, тематизируется нежелание выходить из дома и избегание «реальных» (не виртуальных) личных контактов. Ядро ИМ образуют визуальный шаблон (повторяемое два раза изображение лежащего субъекта, олицетворяющего в первом случае необщительность, а во втором — ответственность и следование новым правилам и рекомендациям) и обобщенное значение «сегодня хорошо / норма то, что раньше оценивалось по-другому». В двухчастном ИМ1 использование одного визуального ряда в обеих частях при разных вербальных компонентах является важнейшим средством указания на изменчивость интерпретаций, поддерживает преддицируемые в обеих частях свойства субъекта (остающийся дома, необщительный, неопрятный).

1 [Know Your Meme]

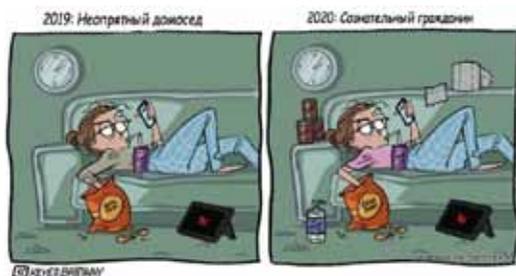


Рис. 9. ИМ «Лежи на диване — будь ответственным гражданином»



3.3. Интернет-мемы 2019—2021 годов, конституирующие семантическую группу «Разобшение»

С другой стороны, в 2019 году тема разобшения, противостояния групп в обществе также находит разнообразное отражение в исследуемом феномене. Переживаемые кризисы, пандемия способствовали росту социальной напряженности.

Появляются серии ИМ, затрагивающие тему противостояния, разобщенности поколений. Например, заимствованный ИМ «О'кей, бумер» (оригинал «Ok boomer» появился в твиттере весной 2018 года с изображением Доге, пародируя ИМ «Окей, придурок» [Know Your Meme]). ИМ «О'кей, бумер» отсылает к теории четырех поколений, начал активно распространяться в русскоязычном сегменте Интернета, в TikTok, Инстаграме¹ в октябре 2019 года вместе с ремиксом на песню «Ok, boomer» студента Дж. Уильямса. Далее последовали многочисленные пародии, флешмобы (в том числе флешмоб в твиттере «Советы бумерам», развившийся в целое движение молодых людей) [Мемепедия] (рис. 10). Общее значение ИМ — выражение пренебрежения зуммеров и миллениалов по отношению к занудному, отсталому и эгоистичному (с их точки зрения) старшему поколению с его коллективистскими ценностями [Мемепедия]. ИМ вышел в офлайн (например: различные арт-объекты / проекты молодежи, статьи в СМИ, одежда с мемной фразой). Ядро ИМ образуют указанное обобщенное значение, изображение некоего живого существа, начертание слова *бумер*. Невербальный компонент характеризуется высокой изменчивостью (содержит, как правило, изображение персонажа подходящего возраста), вербальный компонент расширяется (в пародийных вариациях слово *о'кей* часто опускается). Представленные на рисунке 10 мемы — истинные ИМ, ИМ-персонажи, ИМ-тексты (реплицируются именно мемная фраза), ИМ-мысль. ИМ1 использует отсылку к традиции (типичный опыт взаимоотношения поколений) и инновации (апелляция к уже существующему ИМ, прецедентному феномену — мультипликационному герою, эгоистичному, глупому, ленивому, пьющему Питеру Гриффину; мультсериал включает 18 сезонов с 1999 по 2020 годы). ИМ2 обращается к традиции, представляет собой пародию, выстраиваемую на прецедентном феномене (кадр сцены в такси из фильма «Бриллиантовая рука»; узнаваемый персонаж Семен Горбунков; диалог «Вы в самодеятельности участвуете?») Семена Горбункова и таксиста-милиционера, трансформированный посредством нарушающих клише замен и распространения). Юмористический эффект ИМ2 основывается на обращении к комедийному эпизоду, помещению его в но-

1 Социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации.

вые условия с соответствующей адаптацией, на параллели между простоватым, наивным, вечно попадающим впросак Горбунковым и сегодняшними представлениями молодежи о бумерах. В ИМ1 вербальный компонент (изображение узнаваемого героя с множеством негативных характеристик подходящей возрастной категории) участвует в формировании смыслового компонента «осуждение»; вербальный компонент уточняет объект негативной оценки. В ИМ2 визуальный компонент (изображение узнаваемого растерянного героя подходящего возраста в такси) поддерживает представленный вербально диалог с таксистом, участвует в формировании мягкой иронии в отношении поколения бумеров, предсцировании ему таких характеристик, как «нелепый», «простак», «несовременный». Описываемый ИМ представляет собой сепаратный узкоцелевой мем (предполагает знание теории 4-х поколений, знание прецедентных феноменов, в разной степени известных молодому или старшему поколениям).

1 [Know Your Meme]



2 [Know Your Meme]



Рис. 10. ИМ «Окей бумер»

Продолжением данного тренда стал заимствованный истинный ИМ «О'кей, миллениал» (рис. 11), в котором противопоставление поколений получает свое дальнейшее развитие. ИМ «О'кей, миллениал» используется бумерами (считают миллениалов эгоцентриками, не заботящимися об обществе) и зуммерами (находят миллениалов занудными, не понимающими своих детей, высмеивают их ностальгию по 1990-м годам) [Know Your Meme]. Данный ИМ представляет собой сепаратный узкоцелевой мем (предполагает знание теории 4-х поколений, как правило, современного прецедентного феномена; в ИМ1 — кадр из кинофильма “Мстители” (2012 год) с закатывающим глаза Р. Дауни Младшим в роли Железного человека). ИМ1 — типичный мем-макрос, визуальный компонент (персонаж с определенной эмоцией) дополняет вербальный компонент, задавая коннотативный смысл и уточняя объект оценки. Описываемый ИМ представляет собой ИМ-персонаж, ИМ-текст (реплицируется мемная фраза, в вариациях мема фрагмент *Okay* может опускаться), ИМ-инновация (апелляция

к актуальному прецедентному феномену, современной теории поколений, серии поколенческих мемов), ИМ-мысль, ИМ с подчиненной ролью фона. Отдельную серию составляют вариации ИМ с мемной фразой *Миллениалы изобрели / придумали...*, в которых высмеивается желание миллениалов выдать старое за новое (рис. 11) [Мемепедия]. Данный ИМ также является сепаратным узкоцелевым. Это, как правило, истинные ИМ, ИМ-инновации, ИМ-тексты, ИМ-мысль, ИМ с подчиненной ролью фона. В ИМ2 и ИМ3 визуальный ряд (изображение модифицированных уже существующих и выдаваемых за новые простых объектов) поддерживает называющий данные объекты вербальный компонент, участвуя в предъявлении несоответствия желаемого и действительного, в формировании ироничной тональности. Вербальный и визуальный компоненты связаны отношением консонанса.



Рис. 11. ИМ про миллениалов

В данную группу ИМ, иллюстрирующих разобщение общества по поколенческому признаку, мы включаем также и заимствованный истинный ИМ-сравнение «Качок Доге и Чимс», транслирующий, с одной стороны, ностальгию по прошлому, с другой стороны, противопоставление поколений и негативную оценку современного общества. Данный мем представляет собой ИМ-мысль, ИМ-персонаж, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-инновацию (апелляция к актуальным мемам ИМ «Доге» и ИМ «Чимс»), ИМ-изображение и ИМ-текст. Шаблон заимствованного рунета ИМ-сравнения «Качок Доге и Чимс» содержит изображения двух псов породы сиба-ину [Мемепедия]. Данные изображения функционировали до 2020 года в качестве самостоятельных ИМ. Сильный Доге олицетворяет прошлое, все хорошее, что в нем было, а маленький, слабый, грустный и недовольный Чимс, как современная версия Доге, символизирует настоящее. С конца мая 2020 года ИМ в разных вариациях получает широкое распространение в русскоязычном сегменте Интернета (рис. 12). В последующих реконтекстуализациях невербальный компонент (визуальный шаблон — изображения Доге и Чимса) дополняется (например, наушники,

каска, оружие, хитон, флаг и т. д. рис. 13, ИМ2,3). Вербальный компонент замещается и расширяется (именная фраза, двусоставное предложение, чаще всего без знаков пунктуации), транслируя при этом сохраняющийся смысл. Обобщенное значение — ностальгия по прошлому, противопоставление общества прошлого и настоящего, негативная оценка настоящего. Во всех вариациях ИМ визуальный компонент (изображение двух разных субъектов, в том числе с поддерживающими предикацию противоположных признаков атрибутами) вступает в отношение консонанса с вербальным компонентом, подкрепляя противопоставление.

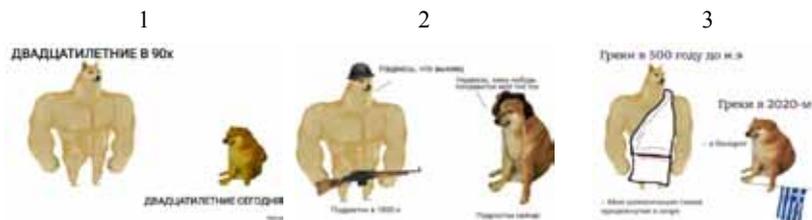


Рис. 12. ИМ «Качок Доге и Чим» [Мемепедия]

Следующий конститuent описываемой семантической группы — универсальные, созданные в русскоязычном сегменте Интернета ИМ про *социальную дистанцию*, представляющие собой ответную реакцию на раздражающее многих использование данного термина в период пандемии, а также на ухудшение экономической ситуации в стране, усугубившей расслоение общества. В отличие от описанных ранее ИМ переходной зоны о дистанции, данные ИМ обыгрывают не физическое расстояние между людьми, а разное материальное положение и финансовые возможности, расслоение и разобщение в обществе, неприятие двух разделенных групп. Они представляют собой истинные, универсальные ИМ (с широкой, неограниченной адресацией), ИМ-событие, ИМ-текст, ИМ-мысль, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-инновацию (апелляция к актуальной ситуации пандемии, переосмысливаемой актуальной фразе). ИМ апеллируют к общему опыту (повседневные требования безопасности в период пандемии, отсылка к значению популярного в период пандемии выражения *социальная дистанция* для обозначения физического расстояния и его противопоставление реализуемому в ИМ значению). В ИМ1 юмористический эффект обуславливается также включением в визуальный ряд изображения ставшей привычной в 2020 году стрелки для маркировки нужного расстояния и нетипичным использованием числа, обозначающего рекомендованную в пандемию дистанцию между людьми (1,5 метра — 1,5 млрд рублей)

(рис. 13). Ядро ИМ — визуальный шаблон (изображение двух субъектов из разных социальных слоев, начертание словосочетания *социальная дистанция*) и обобщенное значение (указание на разные финансовые возможности членов общества и негативная оценка существования такой социальной дистанции). Визуальный компонент ИМ (два статусно различающихся субъекта, горизонтально или вертикально ориентированные символы разъединения) уточняет элемент вербального компонента «социальная дистанция», формируя ироничную тональность и задавая желаемую интерпретацию.



Рис. 13. ИМ про социальную дистанцию

К данной семантической группе считаем возможным отнести также заимствованный истинный ИМ «Мы разные», ставший в 2021 году вирусным ИМ-трендом. ИМ «Мы разные» акцентирует различие взглядов, ценностей и установок в обществе (в частности, между автором мема и другими людьми), в ироничной форме представляет обоснование непохожести / превосходства над другими людьми. По данным сайта Medialeaks, ИМ-тренд восходит к заимствованному ИМ «We are not the same» («Мы не одинаковы») со значением «у нас разные взгляды / ценности / установки, я — другой», широко распространившемуся в 2019 году в твиттере [Medialeaks]. В октябре 2021 года в качестве визуального шаблона ИМ «Мы не одинаковы» активно используется изображение героя сериала «Во все тяжкие» Гуса Фрига. Роль Фрига — безжалостного бизнесмена и наркодельца — играл американский актер Джанкарло Эспозито. Именно данный шаблон был заимствован рунетом (рис. 14, ИМ1, ИМ2). В качестве мемной фразы закрепилось выражение «Мы разные». Визуальный образ, в отличие от мемной фразы, может меняться или отсутствовать, не представляет собой константный элемент ядра ИМ. Далее в русскоязычном тиктоке и твиттере последовали видео-флешмобы с мемной фразой (с декабря 2021 года). Ядро ИМ составляет именно мемная фраза (рис. 14, ИМ3 —

примеры реконтекстуализаций мемной фразы; в том числе самоироничные реконтекстуализации). Обобщенное значение ИМ — «противопоставление себя и других людей». Данный мем представляет собой сепаратный узкоцелевой (предполагает знание сюжета фильма «Во все тяжкие», его главного героя и исполнителя данной роли), истинный мем, ИМ-инновацию (отсылка к популярному персонажу, заимствованному мему), ИМ-текст, ИМ-персонаж, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-мысль. Визуальный ряд апеллирует к исходному ИМ-макросу, выражающему конкретное переживание (уверенность в своем превосходстве, элитарности, самолюбование, некое высокомерие), и дополняет вербальный компонент. Вербальный компонент уточняет причину, источник переживания. С другой стороны, ассоциируемые с персонажем качества и оценки (жестокый злодей, дельга) и содержание вербального компонента, обыгрываемая, как правило, обычная бытовая ситуация часто вступают в диссонанс, становясь источником дополнительного комического эффекта (см. ИМ2).

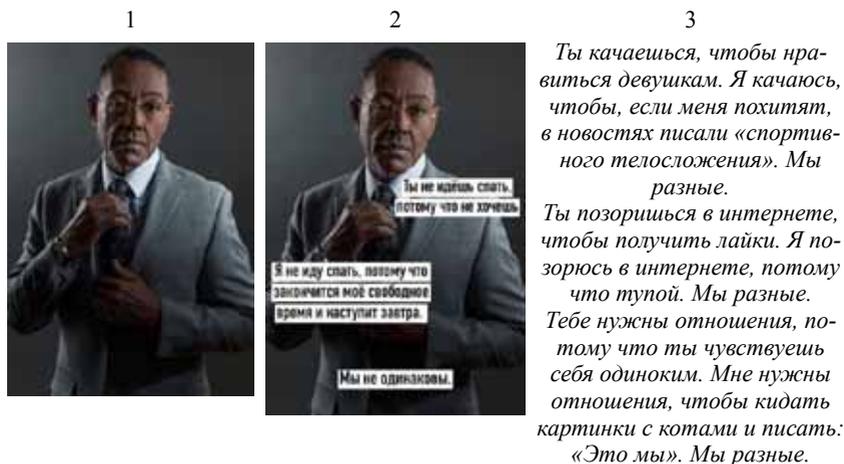


Рис. 14. ИМ «Мы разные» [Medialeaks]

В рамках данной группы следует также рассмотреть ИМ, посвященные антипрививочникам / антиваксерам, отражающие формирование новых групп в обществе и их противостояние (рис. 15). ИМ1 представляет собой истинный четырехчастный ИМ-комикс, использующий заимствованный визуальный шаблон ИМ «Probably whats going to happen sadly» — «Вероятно, то, что произойдет, печально», использовавшийся для ироничной негативной оценки происходящего. Ядро ИМ образуют визуальный шаблон (изображение некоего документа, изображение читающего документ Спанч боба,

изображение сжигающего документ Спанч Боба, изображение греющегося у костра Спанч Боба) и обобщенное значение — «то, что происходит, ужасно глупо». ИМ1 представляет собой ИМ-изображение (реплицируется визуальный компонент), ИМ-персонаж, ИМ-инновацию (использование актуального прецедентного феномена — сцены из мультсериала «Губка Боб Квадратные Штаны»; мультсериал появился в эфире 1 мая 1999 года, к 2022 году вышло 13 сезонов), ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-мысль. ИМ тяготеет к группе сепаратных узкоцелевых ИМ, поскольку предполагает знание актуального прецедентного феномена; при этом ввиду популярности и известности данного прецедентного феномена ИМ характеризуется весьма широкой адресацией. Вербальный компонент дополняет визуальный, уточняя объект оценки (антипрививочники, их неверие в науку, в медицину, необразованность). Транслируемый смысл: «антипрививочники ведут себя ужасно глупо». ИМ2 транслирует противоположный взгляд на ситуацию, представляет собой возникший в русскоязычном сегменте Интернета истинный, сепаратный узкоцелевой ИМ. Данный мем апеллирует к прецедентному феномену 1952 года — картине Александра Лактионова «В новую квартиру», известной под неофициальным названием «Как хорошо, что прежних жильцов расстреляли!». ИМ2 представляет собой ИМ-изображение, ИМ-традицию, ИМ-персонаж, ИМ с подчиненной ролью фона, ИМ-мысль. Вербальный компонент дополняет визуальный, уточняя объект оценки. Транслируемый смысл: «привитые граждане меркантильны, используют ситуацию себе во благо за счет других; то, что происходит, аморально».

1 [cdn1; май 2021]



2 [cdn2]



Рис. 15. ИМ про антипрививочников



4. Заключение = Conclusions

Интернет-мемы 2019—2021 годов как популярный формат интернет-коммуникации, характеризующийся лаконичной формой и содержательной насыщенностью, отражают разнонаправленные социальные процессы, усиливаемые кризисными событиями данного периода. Представленные в русскоязычном сегменте Интернета мемы названного периода выступают эффективными средствами трансляции смыслов единения и разобщения; имеют полевую структуру, включающую константное ядро (визуальный шаблон, обобщенное значение) и изменчивую периферию. Специфика использования прецедентных феноменов в интернет-меме заключается в их реинтерпретации и реконтекстуализации, что обеспечивает их функционирование в качестве средства создания комизма, специфической эстетики, диалога и интеллектуальной игры.

Подгруппу «Единение» конституируют преимущественно созданные в русскоязычном сегменте Интернета ИМ, в том числе (в отличие от остальных рассмотренных подгрупп) искусственные, то есть специально созданные мемы. Мемы, транслирующие смыслы единения, имеют разную адресацию, примерно в равных долях представляя собой универсальные или сепаратные узкоцелевые ИМ; часто (в половине случаев) выходят в офлайн. Для порождения и трансляции мемами смыслов единения релевантными оказываются следующие факторы: ассоциирование доминирующих над фоном узнаваемых персонажей с определенными эмоциями и переживаниями, а не представление оперативной реакции на актуальное событие; отношение консонанса между визуальным и вербальным рядом; включение в визуальный ряд изображения неединичного, коллективного субъекта; одинаковая частотность апелляции к общим культурным феноменам, прошлому, опыту и актуальным явлениям, практикам, объектам культуры; одинаковая регулярность репликации невербального или вербального компонентов ИМ. К частотным транслируемым смыслам относятся: «мы схожи и можем помочь друг другу», «вместе интереснее и веселее», «все вокруг — родные, нужно любить всех», «поддержка важна, помогает справиться с силами», «вместе легче одолеть врага», «хорошо, когда разные поколения вместе и есть преемственность».

ИМ подгруппы «Разобщение» представляют собой преимущественно заимствованные мемы, редко выходящие в офлайн, являющиеся истинными мемами и предполагают групповую адресацию. Порождение и трансляция посредством ИМ смыслов разобщения характеризуются следующими особенностями: акцентирование и использование ассоциируемых с определенным персонажем эмоций и переживаний или акцентирование оценки актуального события; отношение взаимодополнения между вербальным и



визуальным компонентами мема и включение в визуальный ряд изображения единичного субъекта — носителя определенного признака, группы визуально символически разделенных или противопоставляемых субъектов; доминирующая апелляция к актуальным процессам, опыту, прецедентным феноменам; одинаковая частотность репликации невербального или вербального компонентов ИМ. При формировании транслируемого смысла визуальный компонент, как правило, формирует коннотативные смыслы, задает вектор оценочной интерпретации, усиливает вербальный ряд. Частотными предъявляемыми адресату смыслами выступают следующие: «бумеры отсталые, нелепые, не понимают милениалов и зуммеров», «милениалы эгоистичные, занудные, ностальгирующие по 90-м годам, не понимающие бумеров и зуммеров», «настоящее и нынешнее общество — хуже, чем раньше», «между бедными и богатыми непреодолимое расстояние», «я — не другие, я отличаюсь, я лучше других», «антипрививочники ведут себя глупо», «привитые граждане меркантильны и аморальны». Таким образом, «дифференциальными особенностями» порождения и трансляции смыслов единения и разобщения посредством формата ИМ в русской интернет-коммуникации выступают следующие: генетический признак (порождение ИМ в рамках собственной лингвокультуры / заимствование); уровень включенности используемого прецедентного феномена в культуру (апелляция к традиционному / новому); тип адресации (разная / доминирующая ограниченная); перспектива выхода за рамки интернет коммуникации (разная частотность выхода в офлайн); поддержка вербального ряда посредством включения в визуальный ряд противопоставленных элементов (группа субъектов / единичный или символически разделенные, противопоставленные субъекты).

Полученные результаты могут найти практическое применение в сфере политических технологий для оптимизации трансляции социально значимых смыслов посредством исследуемого формата интернет-коммуникации. Перспективы дальнейшего исследования видятся в изучении особенностей порождения и предъявления массовому адресату смыслов единения и разобщения посредством иных актуальных поликодовых текстов (фейковых плакатов, плакатной партизанщины, видеопостов в TikTok), а также в сопоставительном исследовании данных практик на материале разных лингвокультур.

Источники и принятые сокращения

1. Левада-Центр — *Глас народа* : чем порадовал 2020 год. Левада-Центр (2020). 29.12.2020 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.levada.ru/2020/12/29/glas-naroda-chem-poradovol-2020-god/> (дата обращения 01.02.2022).
2. Мемепедия — Мемотека «Мемепедия» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://memepedia.ru/memoteka/> (дата обращения 16.02.2022).



3. Мемоарсенал — *Мемоарсенал* [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.meme-arsenal.com/memes/387f1418d1fa105017dd2e56426897be.jpg> (дата обращения 10.02.2022).
4. Рисовач — Рисовач.Ру. [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://risovach.ru/?> (accessed 02.02.2022).
5. demotions — *demotions.ru* [Electronic resource]. — Access mode : https://demotions.ru/uploads/posts/2020-05/1589252822_Tut-i-skazochke-kone_demotions.ru.jpg (accessed 10.02.2022).
6. cdn1 [Electronic resource]. — Access mode : <http://cdn01.ru/files/users/images/88/41/8841692fbaa96b9f93a298cf61dc710f.jpg> (accessed 02.02.2022).
7. cdn2 [Electronic resource]. — Access mode : <http://cdn01.ru/files/users/images/50/3b/503bf462617b3bdba1def383f45f22a6.jpg>; май 2021 (accessed 02.02.2022).
8. Fishki — *Fishki.net* [Electronic resource]. — Access mode : <https://fishki.net/3263688-millenialy-izobrel-i-v-seti-smejutsja-nad-popytkami-vydaty-staroe-za-novoe/gallery-7590138-millenialy-izobrel-i-avosyku-photo.html> (accessed 16.02.2022).
9. *ic.pics* [Electronic resource]. — Access mode : https://ic.pics.livejournal.com/guran_ussury/65534952/417996/417996_600.jpg (accessed 10.02.2022).
10. irancartoon — *irancartoon.com* [Electronic resource]. — Access mode : <https://www.irancartoon.com/site/media/cache/3e/08/3e0864b975625abbd2926fa1cc4a10a2.jpg> (accessed 10.02.2022).
11. Know Your Meme — *Мемотека* «Know Your Meme». [Electronic resource]. — Access mode : <https://knowyourmeme.com/photos/1797676-2meirl4meirl> (accessed 10.02.2022).
12. litvek — *litvek.com* [Electronic resource]. — Access mode : https://litvek.com/ic/i/73/550573/i_011.jpg (accessed 02.02.2022).
13. Medialeaks — *medialeaks.ru* [Electronic resource]. — Access mode : <https://medialeaks.ru/2312ndi-txt-we-are-different/> (accessed: 16.02.2022).
14. MemesMix — *Мемотека* «MemesMix». [Electronic resource]. — Access mode : <http://memesmix.net/media/created/ffhyb0.jpg> (accessed 10.02.2022).
15. rusdemotivator — *rusdemotivator.ru* [Electronic resource]. — Access mode : <http://rusdemotivator.ru/uploads/02-06-12/1328541764-splochnost.jpg> (accessed 10.02.2022).
16. *sun9-14* [Electronic resource]. — Access mode : <https://sun9-14.userapi.com/sun9-88/impf/hh5gfXDowMNblfzcAKQtU6Q-jKNp4royfHs1Ag/gm6jOp1Q7VY.jpg?size=556x604&quality=95&sign=a41bef1b01b647a46616c81fe1cd4227&type=album> (accessed 10.02.2022).
17. twimg — *pbs.twimg.com* [Electronic resource]. — Access mode : <https://pbs.twimg.com/media/EZAmvceWoAIq-q.jpg> (accessed 02.02.2022).
18. VK — *vk.com* [Electronic resource]. — Access mode : <https://vk.com/wall> (accessed 10.02.2022).
19. zen.yandex — *zen.yandex.ru* [Electronic resource]. — Access mode : <https://zen.yandex.ru/media/> (accessed 10.02.2022).

Литература

1. *Вешнякова А. В.* Лингвокреативный аспект интернет-мемов / *А. В. Вешнякова* // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2016. — № 6 (4). — С. 34—40.
2. *Выготский Л. С.* Мышление и речь / *Л. С. Выготский*. — Москва : Национальное образование, 2019. — 368 с. — ISBN 978-5-4461-1109-1.



3. Голованова Е. И. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ / Е. И. Голованова, Н. В. Часовский // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. — 2015. — № 5 (360). — С. 135—141.
4. Громова М. И. Интернет-мем как лингвокультура современного филологического анализа / М. И. Громова // Мова. — 2015. — № 23. — С. 27—31.
5. Дацкевич И. Феномен массовой культуры [Электронный ресурс] / И. Дацкевич. — 2012. — Режим доступа : <https://polutona.ru/books/datskevich-fenomen-p1.pdf> (дата обращения 15.02.2022).
6. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей : типология Интернет-мемов / Н. А. Зиновьева // Вестник экономики, права и социологии. — 2015. — № 1. — С. 195—201.
7. Зиновьева Н. А. Трансляция социокультурных кодов в создании информационного продукта: анализ интернет-мемов : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Н. А. Зиновьева. — Санкт-Петербург, 2016. — 203 с.
8. Изгаршева А. В. Интернет-мем как медиатекст : лингвистический аспект / А. В. Изгаршева // Вестник Московского государственного областного университета. Серия : Лингвистика. — 2020. — № 5. — С. 86—101. — DOI: 10.18384/2310-712X-2020-5-86-10.
9. Канашина С. В. Интернет-мем и прецедентный феномен / С. В. Канашина // Вестник Томского государственного педагогического университета. — 2018. — № 4 (193). — С. 122—126. — DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-122-127.
10. Квят А. Медиамем как инструмент политического PR : когнитивный подход [Электронный ресурс] / А. Квят // Медиаскоп. — 2013. — № 1 (3). — Режим доступа : <http://mediascope.ru/node/1254#24> (дата обращения 16.03.2021).
11. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи / Е. Н. Лысенко // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Социология. — 2017. — № 10 (4). — С. 411—423. — DOI: 10.21638/11701/spbu12.2017.403.
12. Никитина О. А. Интернет-мем как мультимодальный феномен немецкоязычного интернет-дискурса / О. А. Никитина, О. А. Гудкова, Ф. Зандер // Язык и культура. — 2018. — № 43. — С. 74—87. — DOI: 10.17223/19996195/43/5.
13. Рашкофф Д. Медиавирус! = Media virus! : Как попкультура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф ; Пер. с англ. Д. Борисов. — Москва : Ультра-культура, 2003. — 363 с. — ISBN 5-98042-012-6.
14. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры / Т. Е. Савицкая // Культура в современном мире. — 2013. — № 3. — С. 3.
15. Щепланова В. В. Дискурсы городского сообщества интернет-мемов : между конструктивной и деструктивной гражданской активностью молодежи / В. В. Щепланова, Л. В. Логинова, И. Ю. Суркова // Прицѐпа. — 2020. — № 3 (25). — С. 136—155. — DOI: 10.23951/2312-7899-2020-3-136-155.
16. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог. — 2012. — № 3. — С. 161—173.
17. Askanius T. On Frogs, Monkeys, and Execution Memes : Exploring the Humor-Hate Nexus at the Intersection of Neo-Nazi and Alt-Right Movements in Sweden / T. Askanius // Television & new media. — 2021. — № 22 (2). — Pp. 147—165. — DOI: 10.1177/1527476420982234.
18. Aslan E. Days of our 'quarantined' lives Multimodal humour in COVID-19 internet memes / E. Aslan // Internet pragmatics. — 2021. — DOI: 10.1075/ip.00075.asl.



19. *Díaz C.* Defining and characterizing the concept of Internet Meme / C. Díaz, C. Mauricio // *CES Psicología*. — 2013. — Т. 6. — № 2. — Pp. 82—104. — DOI: 10.21615/2642.
20. *Dynel M.* Fidelis ad mortem : multimodal discourses and ideologies in Black Lives Matter and Blue Lives Matter (non)humorous memes / M. Dynel, F. I. M. Poppi // *Information communication & society*. — 2021. — DOI: 10.1080/1369118X.2021.1993958.
21. *Erlehnmann N.* Internet-Meme. Kurz und geek / N. Erlehnmann, Ch. Plomlompom. — Köln : O'Reilly, 2013. — 236 S. — ISBN 978-3-86899-805-4.
22. *Hagen S.* 'Who is /ourguy/?' : Tracing panoramic memes to study the collectivity of 4chan/pol [Electronic resource] / S. Hagen // *New media & society*. — 2022. — Access mode : <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14614448221078274> (accessed 17.02.2022). <https://doi.org/10.1177/14614448221078274>.
23. *Hartmann F.* Meme : Die Kunst des Remix / F. Hartmann. — Berlin : Amadeo Antonio Stiftung, 2017. — 33 S.
24. *Lukacs G.* Internet Memes as Protest Media in Populist Hungary / G. Lukacs // *Visual anthropology review*. — 2021. — № 37 (1). — Pp. 52—76.
25. *Lukacs G.* The gender of the meme : women and protest media in populist Hungary / G. Lukacs // *Feminist media studies*. — 2022. — Pp. 1—16. — DOI: 10.1080/14680777.2021.2018007.
26. *Martynyuk A.* Socio-pragmatic potential of (verbo)-visual metaphonymy in Internet memes featuring Donald Trump / A. Martynyuk, O. Meleshchenko // *Metaphor and the social world*. — 2021. — № 12 (1). — Pp. 69—91. — DOI: 10.1075/msw.20010.mar.
27. *Miltner K. M.* There's no place for lulz on LOLCats : The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme / K. M. Miltner // *First Monday*. — 2014. — № 19 (8). — Pp. 21—43. — DOI: 10.5210/FM.V19I8.5391.
28. *Mitos e imaginarios del activismo digital feminista. Análisis de memes de la ciber campaña #FuckGenderRoles* [Electronic resource] / S. Sola-Morales, M. Hernández-Conde, S. Arencón-Beltrán, F. Sierra Caballero // *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*. — 2022. — № 19 (1). — Pp. 43—54. — Access mode : <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/76690/4564456559537> (accessed 17.02.2022). <https://doi.org/10.5209/tekn.76690/>.
29. *Mortensen M.* The playful politics of memes / M. Mortensen, C. Neumayer // *Information communication & society*. — 2021. — № 24 (16). — Pp. 2367—2377. — DOI: 10.1080/1369118X.2021.1979622.
30. *Osterroth A.* Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text / A. Osterroth // *Image*. — 2015. — № 22. — S. 26—46.
31. *Paz M. A.* From Polarization to Hate: Portrait of the Spanish Political Meme / M. A. Paz, A. Mayagoitia-Soria, J. M. Gonzalez-Aguilar // *Social media + society*. — 2021. — № 7 (4). — DOI: 10.1177/2056330512111062920.
32. *Shifman L.* Memes in a Digital World : Reconciling with a Conceptual Troublemaker / L. Shifman // *Journal of Computer-Mediated Communication*. — 2013. — № 18. — Pp. 362—377. — DOI: 10.1111/jcc4.12013.
33. *Smith A. O.* Memetics as informational difference : offering an information-centric conception of memes / A. O. Smith, J. Hemsley // *Journal of documentation*. — 2021. — DOI: 10.1108/JD-07-2021-0140.
34. *Wu Ya.* COVID-19 and viral anti-Asian racism : A multimodal critical discourse analysis of memes and the racialization of the COVID-19 pandemic / Wu Ya, M. Wall // *Journal of contemporary chinese art*. — 2021. — № 8 (2-3). — Pp. 107—127. — DOI: 10.1386/jcca_00040_1.



35. *Zidani S.* Messy on the inside : internet memes as mapping tools of everyday life / S. Zidani // Information communication & society. — 2021. — № 24 (16). — Pp. 2378—2402. — DOI: 10.1080/1369118X.2021.1974519.

Material resources

Cdn1. Available at: <http://cdn01.ru/files/users/images/88/41/8841692fbaa96b9f93a298cf61dc710f.jpg> (accessed 02.02.2022).

Cdn2. Available at: <http://cdn01.ru/files/users/images/50/3b/503bf462617b3bdba1def383f45f22a6.jpg>; май 2021 (accessed 02.02.2022).

Demotions.ru. Available at: https://demotions.ru/uploads/posts/2020-05/1589252822_Tut-i-skazochke-kone_demotions.ru.jpg (accessed 10.02.2022).

Fishki.net. Available at: <https://fishki.net/3263688-millenialy-izobrel-i-v-seti-smejutsja-nad-popytkami-vydaty-staroe-za-novoe/gallery-7590138-millenialy-izobrel-i-avosyku-photo.html> (accessed 16.02.2022).

Ic.pics. Available at: https://ic.pics.livejournal.com/guran_usury/65534952/417996/417996_600.jpg (accessed 10.02.2022).

Irancartoon.com. Available at: <https://www.irancartoon.com/site/media/cache/3e/08/3e0864b975625abbd2926fa1cc4a10a2.jpg> (accessed 10.02.2022).

Litvek.com. Available at: https://litvek.com/icl/i/73/550573/i_011.jpg (accessed 02.02.2022).

Medialeaks.ru. Available at: <https://medialeaks.ru/2312ndi-txt-we-are-different/> (accessed: 16.02.2022).

Memoteca «Know Your Meme». Available at: <https://knowyourmeme.com/photos/1797676-2meir14meir1> (accessed 10.02.2022).

Memoteca «MemesMix». Available at: <http://memesmix.net/media/created/ffhyb0.jpg> (accessed 10.02.2022).

Memoteca “Memepedia”. Available at: <https://memepedia.ru/memoteca/> (accessed 02/16/2022). (In Russ.). (In Russ.).

Memoarsenal. Available at: <https://www.meme-arsenal.com/memes/387f1418d1fa105017dd2e56426897be.jpg> (accessed 10.02.2022). (In Russ.).

Pbs.twimg.com. Available at: <https://pbs.twimg.com/media/EZAmvceWoAIq-q.jpg> (accessed 02.02.2022).

Risovach.Ru. Available at: <http://risovach.ru/?> (accessed: 02.02.2022). (In Russ.).

Rusdemotivator.ru. Available at: <http://rusdemotivator.ru/uploads/02-06-12/1328541764-splochennost.jpg> (accessed 10.02.2022).

Sun9-14. Available at: <https://sun9-14.userapi.com/sun9-88/impf/hh5gfXDowMNblfzcAKQ-tU6Q-jKNp4royfHs1Ag/gm6jOp1Q7VY.jpg?size=556x604&quality=95&sign=a41bef1b01b647a46616c81fe1cd4227&type=album> (accessed 10.02.2022).

The Voice of the people: what pleased 2020. Levada Center (2020). 12/29/2020. Available at: <https://www.levada.ru/2020/12/29/glas-naroda-chem-poradovol-2020-god/> (accessed 01.02.2022). (In Russ.).

Vk.com. Available at: <https://vk.com/wall> (accessed 10.02.2022).

Zen.yandex.ru. Available at: <https://zen.yandex.ru/media/> (accessed 10.02.2022).

References

Askanius, T. (2021). On Frogs, Monkeys, and Execution Memes: Exploring the Humor-Hate Nexus at the Intersection of Neo-Nazi and Alt-Right Movements in Sweden. *Television & new media*, 22 (2): 147—165. DOI: 10.1177/1527476420982234.



- Aslan, E. (2021). Days of our ‘quarantined’ lives Multimodal humour in COVID-19 internet memes. In: *Internet pragmatics*. DOI: 10.1075/ip.00075.asl.
- Datskevich, I. (2012). *Phenomenon of mass culture*. Available at: <https://polutona.ru/books/datskevich-fenomen-p1.pdf> (accessed 15.02.2022). (In Russ.).
- Diaz, C., Mauricio, C. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *CES Psicología, 6* (2): 82—104. DOI: 10.21615/2642.
- Dynel, M., Poppi, F. I. M. (2021). Fidelis ad mortem: multimodal discourses and ideologies in Black Lives Matter and Blue Lives Matter (non)humorous memes. In: *Information communication & society*: DOI: 10.1080/1369118X.2021.1993958.
- Erlehmman, N., Plomlompom, Ch. (2013). *Internet-Meme. Kurz und geek*. Köln: O’Reilly. 236 S. ISBN 978-3-86899-805-4. (In Germ.).
- Golovanova, E. I., Chasovsky, N. V. (2015). Internet meme as an element of visualization in the media. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philology. Art history, 5* (360): 135—141. (In Russ.).
- Gromovaya, M. I. (2015). Internet meme as a linguoculturema of modern philological analysis. *Mov, 23*: 27—31. (In Russ.).
- Hagen, S. (2022). ‘Who is /ourguy/?’: Tracing panoramic memes to study the collectivity of 4chan/pol. In: *New media & society*. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14614448221078274> (accessed 17.02.2022). <https://doi.org/10.1177/14614448221078274>.
- Hartmann, F. (2017). *Meme: Die Kunst des Remix*. Berlin: Amadeo Antonio Stiftung. 33 S. (In Germ.).
- Izgarsheva, A. V. (2020). Internet meme as a media text: linguistic aspect. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Linguistics, 5*: 86—101. DOI: 10.18384/2310-712X-2020-5-86-10. (In Russ.).
- Kanashina, S. V. (2018). Internet meme and precedent phenomenon. *Bulletin of Tomsk State Pedagogical University, 4* (193): 122—126. DOI: 10.23951/1609-624X-2018-4-122-127. (In Russ.).
- Kvyat, A. (2013). Mediamem as a tool of political PR: cognitive approach. *Mediascope, 1* (3). Available at: <http://mediascope.ru/node/1254#24> (accessed 16.03.2021). (In Russ.).
- Lukacs, G. (2021). Internet Memes as Protest Media in Populist Hungary. *Visual anthropology review, 37* (1): 52—76.
- Lukacs, G. (2022). The gender of the meme: women and protest media in populist Hungary. In: *Feminist media studies*. 1—16. DOI: 10.1080/14680777.2021.2018007.
- Lysenko, E. N. (2017). Internet memes in youth communication. *Bulletin of St. Petersburg State University. Sociology, 10* (4): 411—423. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2017.403. (In Russ.).
- Martynyuk, A., Meleshchenko, O. (2021). Socio-pragmatic potential of (verbo)-visual metaphtonymy in Internet memes featuring Donald Trump. *Metaphor and the social world, 12* (1): 69—91. DOI: 10.1075/msw.20010.mar.
- Miltner, K. M. (2014). There’s no place for lulz on LOLCats: The role of genre, gender, and group identity in the interpretation and enjoyment of an Internet meme. *First Monday, 19* (8): 21—43. DOI: 10.5210/FM.V19I8.5391.
- Mitos e imaginarios del activismo digital feminista. Análisis de memes de la cibercampaña #FuckGenderRoles. (2022). *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales, 19* (1): 43—54. Available at: <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN/article/view/76690/4564456559537> (accessed 17.02.2022). <https://doi.org/10.5209/tekn.76690/>. (In Spain.).



- Mortensen, M., Neumayer, C. (2021). The playful politics of memes. *Information communication & society*, 24 (16): 2367—2377. DOI: 10.1080/1369118X.2021.1979622.
- Nikitina, O. A., Gudkova, O. A., Zander, F. (2018). Internet meme as a multimodal phenomenon of German-language Internet discourse. *Language and Culture*, 43: 74—87. DOI: 10.17223/19996195/43/5. (In Russ.).
- Osterroth, A. (2015). Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. *Image*, 22: 26—46.
- Paz, M. A., Mayagoitia-Soria, A., Gonzalez-Aguilar, J. M. (2021). *From Polarization to Hate: Portrait of the Spanish Political Meme*. *Social media + society*, 7 (4). DOI: 10.1177/205630512111062920.
- Rashkoff, D. (2003). *Mediavirus! = Media virus!: How pop culture secretly affects your consciousness*. Moscow: Ultra-culture. 363 p. ISBN 5-98042-012-6. (In Russ.).
- Savitskaya, I. E. (2013). Internet memes as a phenomenon of mass culture. *Culture in the modern world*, 3: 3. (In Russ.).
- Shcheblanova, V. V., Loginova, L. V., Surkova, I. Y. (2020). Discourses of the urban community of Internet memes: between constructive and destructive civic activity of youth. *Практика*, 3 (25): 136—155. DOI: 10.23951/2312-7899-2020-3-136-155. (In Russ.).
- Shchurina, Yu. V. (2012). Internet memes as a phenomenon of Internet communication. *Nauchnyj dialog*, 3: 161—173. (In Russ.).
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18: 362—377. DOI: 10.1111/jcc4.12013.
- Smith, A. O., Hemsley, J. (2021). Memetics as informational difference: offering an information-centric conception of memes. In: *Journal of documentation*. DOI: 10.1108/JD-07-2021-0140.
- Veshnyakova, A. V. (2016). The linguocreative aspect of Internet memes. *Actual problems of humanities and natural sciences*, 6 (4): 34—40. (In Russ.).
- Vygotsky, L. S. (2019). *Thinking and speech*. Moscow: National Education. 368 p. ISBN 978-5-4461-1109-1. (In Russ.).
- Wu, Ya., Wall, M. (2021). COVID-19 and viral anti-Asian racism: A multimodal critical discourse analysis of memes and the racialization of the COVID-19 pandemic. *Journal of contemporary chinese art*, 8 (2—3): 107—127. DOI: 10.1386/jcca_00040_1.
- Zidani, S. (2021). Messy on the inside: internet memes as mapping tools of everyday life. *Information communication & society*, 24 (16): 2378—2402. DOI: 10.1080/1369118X.2021.1974519.
- Zinovieva, N. A. (2015). The impact of memes on Internet users: typology of Internet memes. *Bulletin of Economics, Law and Sociology*, 1: 195—201. (In Russ.).
- Zinovieva, N. A. (2016). *Translation of socio-cultural codes in the creation of an information product: analysis of Internet memes*. PhD Diss. St. Petersburg. 203 p. (In Russ.).

Статья поступила в редакцию 19.06.2022,
одобрена после рецензирования 27.07.2022,
подготовлена к публикации 20.08.2022.