

Оригинальная статья

УДК 811.11

<http://doi.org/10.32603/2412-8562-2025-11-2-114-131>

Интернет-мем: происхождение, дефиниции и подходы к исследованию

Мария Сергеевна Сигаева¹, Наталия Валентиновна Степанова²✉

^{1, 2}Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ»
им. В. И. Ульянова (Ленина), Санкт-Петербург, Россия

¹mssigaeva@etu.ru, <https://orcid.org/0009-0006-4520-6055>

²✉nathalie.tresjolie@icloud.com, <https://orcid.org/0000-0002-0920-753X>

Введение. Интернет-мем является одним из ключевых элементов современной медиакommunikации. Цель настоящей статьи заключается в проведении аналитического обзора существующих подходов к исследованию понятия интернет-мема. Актуальность исследования определяется необходимостью комплексного описания интернет-мема с учетом непрерывной эволюции данного феномена.

Методология и источники. Методологической базой исследования послужили работы в области когнитивной лингвистики, философии, медиакommunikаций, рассматривающие развитие и функционирование мемов в динамике. Основным методом исследования является аналитический обзор трудов, посвященных толкованию и типологизации интернет-мемов, а также определению функций и роли интернет-мема в социокультурном пространстве и интернет-коммуникации.

Результаты и обсуждение. Анализ работ зарубежных и отечественных исследователей демонстрирует целесообразность разграничения терминов «мем» и «интернет-мем». Интернет-мем как поликодовый текст является одним из аспектов многогранного концепта «мем», однако данным терминологическим различием нередко пренебрегают. Роль интернет-мема состоит в демонстрации актуальных изменений в языке на всех его уровнях. Существует необходимость унифицирования толкования и типологизации интернет-мемов, что представляет определенную сложность по причине изменчивости и нестабильности данного явления. К наиболее продуктивным методам исследования интернет-мема относятся цифровой и визуальный анализ. В рамках лингвистических исследований актуальными фреймворками для анализа и типологизации интернет-мемов видятся дискурс-анализ и грамматика конструкций, учитывающая изменчивость и мультимодальную структуру мемов. Одним из приоритетных направлений исследований в русле лингвокогнитивного подхода является дальнейшая разработка типологий интернет-мемов с учетом области их функционирования и постоянно меняющихся трендов в образовании мемов.

Заключение. К перспективам исследования интернет-мемов можно отнести осмысление интертекстуальности и рассмотрение механизмов реутилизации старых мемов. Быстрая изменчивость вербальной и невербальной составляющей интернет-мемов, высокочастотное использование интертекстуальных отсылок и намеренно искажен-

© Сигаева М. С., Степанова Н. В., 2025

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



ных лексических и грамматических структур делают актуальным изучение функционирования интертекста и формирования продуктивных моделей и языковых шаблонов в интернет-мемах.

Ключевые слова: медиадискурс, поликодовый текст, мем, интернет-мем, меметика

Для цитирования: Сигаева М. С., Степанова Н. В. Интернет-мем: происхождение, дефиниции и подходы к исследованию // ДИСКУРС. 2025. Т. 11, № 2. С. 114–131. DOI: 10.32603/2412-8562-2025-11-2-114-131.

Original paper

Internet Meme: Origin, Definition and Research Approaches

Maria S. Sigaeva¹, Natalia V. Stepanova²✉

^{1, 2}*Saint Petersburg Electrotechnical University, St Petersburg, Russia*

¹*mssigaeva@etu.ru, <https://orcid.org/0009-0006-4520-6055>*

²✉*nathalie.tresjolie@icloud.com, <https://orcid.org/0000-0002-0920-753X>*

Introduction. The article analyzes various approaches to studying Internet memes as key elements of modern media communication. It highlights the need for a comprehensive description of memes, considering their continuous evolution.

Methodology and sources. The study is based on works in cognitive linguistics, philosophy, and media communications, focusing on the evolution and function of memes. The research employs an analytical review of literature on meme definition, typology, and roles in socio-cultural and online communication.

Results and discussion. Research in memetics and media communication emphasizes the importance of distinguishing “meme” from “Internet meme”, as the latter represents a polycode text within the broader concept of memes. Internet memes play a key role in reflecting linguistic and cultural changes but remain difficult to classify due to their variability. Effective study methods include digital, visual, and discourse analysis, along with construction grammar, to account for their multimodal nature. A significant research focus is the development of meme typologies based on their functions in political, advertising, scientific, and everyday discourse, as well as their continuously evolving formation trends.”

Conclusion. The prospects for studying Internet memes include conceptualization of intertextuality and examining the mechanisms of meme reutilization. The rapid variability of the verbal and non-verbal components of Internet memes, the high frequency use of intertextual references and intentionally distorted lexical and grammatical structures make it relevant to study the functioning of intertext and the formation of productive models and language patterns in Internet memes.

Keywords: media discourse, polycode text, meme, internet meme, memetics

For citation: Sigaeva, M.S. and Stepanova, N.V. (2025), “Internet Meme: Origin, Definition and Research Approaches”, *DISCOURSE*, vol. 11, no. 2, pp. 114–131. DOI: 10.32603/2412-8562-2025-11-2-114-131 (Russia).

Введение. Современное общество характеризуется стремительным развитием коммуникационных технологий, затрагивающих все сферы человеческой деятельности. На данном этапе развития германистики и лингвистики в целом существует потребность в изучении компьютерно-опосредованного дискурса как одного из основных средств современной коммуникации, включающего в себя различные способы распространения информации, манипулиро-

вания общественным сознанием и продвижения идей. Целью настоящей статьи является обзор существующих подходов к исследованию понятия интернет-мема (ИМ). Данная цель предполагает решение следующих задач: обобщение ведущих направлений исследований ИМ, рассмотрение дефиниций, сущностных признаков и функций ИМ, разграничение понятий «мем» и «интернет-мем», определение особенностей функционирования ИМ в современном медиaprостранстве с лингвистической точки зрения, обзор типологий ИМ.

Актуальность исследования определяется необходимостью комплексного и системного описания ИМ с учетом непрерывной эволюции данного феномена. Интернет-мему как одному из наиболее популярных средств интернет-опосредованной коммуникации посвящено множество работ отечественных и зарубежных исследователей, однако до сих пор не всегда очевидна разница между понятиями «мем» и «интернет-мем», не существует системного подхода к классификации ИМ, вызывают вопросы механизмы конструирования мемов. Изучение ИМ представляет интерес как для широкого круга специалистов – социологов, философов, культурологов, политологов, лингвистов, так и для более узкого круга исследователей, в числе которых когнитивные лингвисты, психолингвисты и социоллингвисты. Интернет-мемы представляют собой форму экспрессивной коммуникации, в процессе которой в языке может происходить образование неологизмов, трансформация грамматических конструкций и изменение семантических норм. Активное отражение в мемах общественных настроений и реакций дает возможность исследовать, каким образом язык используется для выражения коллективной идентичности, сатиры, иронии и протеста. Анализ используемых лингвистических конструкций помогает лингвистам изучить стратегии аргументации, полемики и манипуляции в медиатекстах.

Интернет-мем и его разновидности уже более двух десятилетий являются неотъемлемой частью коммуникации в сети Интернет. По мнению Е. В. Трощенковой, ИМ как нельзя лучше представляют современное медиaprостранство и «последние годы все больше привлекают к себе внимание специалистов по массовым коммуникациям и лингвистов с точки зрения как формальных признаков, так и особенностей функционирования, в том числе как средств формирования и изменения общественного мнения, инструментов маркетингового продвижения и идеологической обработки – политической и культурной пропаганды» [1, с. 32]. Однако определение ИМ продолжает вызывать дискуссии в междисциплинарном научном сообществе в силу своей неоднозначности и многоаспектности.

Прежде чем приступить к рассмотрению существующих определений ИМ, необходимо проследить эволюцию термина «мем». Впервые понятие «мем» было упомянуто британским эволюционным биологом Р. Докинзом в работе «Эгоистичный ген»¹. В поисках наименования «единицы передачи культурного наследия» по аналогии с «геном» был образован термин «мем», который Р. Докинз определяет как «некую единицу, способную передаваться от одного мозга другому» [2, с. 179]. По аналогии с генофондом Р. Докинз вводит понятие «мемофонд» и «мемокомплекс» для описания набора идей, верований и убеждений, господствующих в культуре в определенный момент времени и подверженных изменениям в результате социокультурной эволюции общества. «Коадаптированные мемокомплексы эволюционируют таким же образом, как коадаптированные генные комплексы. Отбор благо-

¹ «The Selfish gene» впервые опубликована на английском языке в 1976 г.

приятствует мемам, которые эксплуатируют среду себе на благо. Эта культурная среда состоит из других мемов, которые также подвергаются отбору. Поэтому мемофонд в конечном счете приобретает атрибуты эволюционно стабильного набора, проникнуть в который новым мемам оказывается трудно» [2, с. 182]. Следствием предложенного Р. Докинзом понятия «мем» считается зарождение новой отрасли знаний – меметики, которая сегодня изучается в рамках социологии, когнитивной психологии, философии и лингвистики. Название «меметика» было предложено американским физиком Д. Хофштадтером в сборнике статей «Methamagical Themas: Questing for the Essense of Mind and Pattern» [3, p. 75]. В 1988 г. понятие «мем» стало словарной дефиницией в Великобритании и США и было занесено в словарь Merriem-Webster. Мем определялся как «элемент культуры или системы поведения, передающийся от одного индивидуума к другому посредством имитации или другим негенетическим способом» [4].

С развитием компьютерных технологий и телекоммуникационной сети Интернет понятие «мем» претерпело любопытную трансформацию: с одной стороны, сфера употребления мема была значительно расширена благодаря развитию компьютерно-опосредованной коммуникации, с другой стороны, понятие «мем» для большинства людей стало тождественным понятию «интернет-мем». Согласно Л. Шифман, большая часть интернет-пользователей определяет интернет-мем как «распространение таких элементов контента, как шутки, слухи, видео или сайты от одного пользователя к другому посредством Интернета» [5, p. 362].

Методология и источники. В данной статье в ходе аналитического обзора трудов ведущих специалистов в области медиадискурса, когнитивной лингвистики и меметики определяются актуальные направления исследования ИМ в современной лингвистике. На первом этапе анализируются дефиниции ИМ, используемые в различных областях гуманитарных наук, ставится вопрос о необходимости разграничения понятий «мем» и «интернет-мем». На втором этапе проводится обзор материалов, описывающих основные методы исследования ИМ, типологии и сущностные параметры ИМ. Особое внимание уделяется интертекстуальности как основополагающей характеристике ИМ.

Методологической базой послужили работы отечественных и зарубежных исследователей в области медиакоммуникаций, медиалингвистики, когнитивной лингвистики, меметики: Е. В. Трощенко [1], Р. Докинз [2], Л. Шифман [5], С. Блэкмор [6], Н. А. Зиновьевой [7], Б. Дэнсижер и Ванделанотте [8], С. В. Канашиной [9–11], Е. А. Глазковой [12], Ю. В. Щуриной [13], А. В. Изгаршевой [14] и др.

Вопрос о разграничении понятий «мем» и «интернет-мем» представляется актуальным для настоящего обзора в связи с необходимостью определения предмета исследования непосредственно лингвистических наук. Р. Броуди в книге «Психические вирусы. Как программируют ваше сознание» утверждает, что «понятие мема играет центральную роль в новой парадигме социокультурных наук. В рамках данной новой парадигмы мы рассматриваем культурную эволюцию с точки зрения самого мема, а не с точки зрения индивидуума или общества» [15, с. 28]. В своей книге Р. Броуди приводит психологическое определение мема по Г. Плоткину: «Мем является единицей культурной наследственности, аналогичной гену. Мем – это внутренняя репрезентация знания, их существование приводит к определенным последствиям во внешнем мире» [15, с. 30]. Сам Броуди определяет мем как «единицу информации,

которая содержится в сознании. Мем воздействует на события таким образом, чтобы в сознании других людей возникло большее количество его копий» [15, с. 36]. Когнитивист Д. Дэннет в книге «*Memes and the exploitation of imagination*» определяет мем как комплексную идею, которая формирует себя в виде чего-то определенного и запоминаемого. Мем распространяется посредством орудий – физических проявлений мема [16, р. 127]. Основатель онтопсихологии А. Менегетти считает мем элементарной единицей информации, способной повторять себя, размножаться в параллельных или ей подобных системах, устанавливающей бесконечные связи [17, с. 4]. Исследователь и популяризатор теории мемов С. Блэкмор дает следующее определение: «Мем представляет собой единицу культурной информации, воспроизводимую путем подражания» и расширяет представления Р. Докинза о мемах в книге «*The meme machine*», утверждая, что «многие аспекты человеческой природы могут быть гораздо лучше объяснены с помощью теории мемов, нежели любой другой существующей теорией» [6, р. 25]. В качестве иллюстрации функционирования мемов в обществе исследователь приводит песни, идеи, крылатые фразы, моду, орудия труда, религиозные убеждения и т. д., подчеркивая реплицируемость и воспроизводимость мемов. Отмечая факт появления термина «мем» в Оксфордском словаре в 1998 г., С. Блэкмор говорит о том, что с помощью Интернета мемы «могут распространяться намного дальше и намного быстрее, чем когда-либо до этого» [6, р. 198]. Обзор вышеупомянутых работ демонстрирует, что с момента появления термина «мем» основоположники и последователи теории меметики рассматривают данный концепт в самом широком смысле, делая его частью эволюции культуры и человеческого сознания. Таким образом, в зависимости от области науки, рассматривающей мем в качестве объекта исследования, мем может воспроизводиться как определенное поведение, идея, звук, слово.

С момента публикации работ Р. Докинза (1976), С. Блэкмор (1999) и других исследователей мема термин вышел за пределы исключительно научной сферы использования по причине развития интернет-коммуникации, социальных сетей, блогов и т. д. К. Кастано Диас в статье «*Defining and characterizing the concept of Internet Meme*» утверждает, что интернет-мем представляет собой новый тип мема, «близкий по определению к мемам Р. Докинза, но обладающий особыми характеристиками за счет способа передачи и скорости репликации» [18, р. 83]. В данном исследовании автор рассматривает эволюцию понятий «мем» и «интернет-мем», подчеркивая их преемственность, и ставит целью утвердить функциональное определение ИМ. К. Кастано Диас отмечает отсутствие единого определения термина «интернет-мем» в научном сообществе, что затрудняет и ограничивает дальнейшие исследования данного явления [18, р. 83]. В статье автор проводит анализ существующих подходов и выводит свое определение мема: «...единица информации, которая может быть изображением, шаблоном, правилом или символом. Другими словами, данная единица имеет содержание и структуру, которые реплицируются путем передачи через канал коммуникации (от одного адресата к одному, от одного к нескольким или от нескольких к нескольким). Для передачи требуется носитель (канал) и агент» [18, р. 96]. Мем, согласно автору, не является интерактивным, т. е. не требует наличия обратной связи. Далее, основываясь на данном определении, К. Кастано Диас определяет интернет-мем как «единицу информации (идея, понятие, убеждение), которая реплицируется через Интернет (электронную почту, чат, форум, социальные сети) в форме гиперссылки, видео, изображения или фразы. Он может быть точно скопирован или

изменен. Меняться может как структура ИМ, сохраняя неизменным содержание, так и наоборот. ИМ зависит как от отправителя, так и от социального контекста: адресант выступает в роли фильтра и решает, какая информация может быть передана. ИМ может быть интерактивным (подобно игре), а участники коммуникации оказываются вовлечены в его создание. ИМ может быть создан искусственно (в рамках вирусного маркетинга) или возникнуть спонтанно (как реакция на событие, произошедшее офлайн). Цель ИМ – стать хорошо узнаваемым и получить распространение [18, р. 97]. В завершение исследования К. Кастано Диас заключает, что концепт «мем» не является статическим. Несмотря на то, что определение, предложенное Р. Докинзом используется наиболее часто, понятие «мем» продолжает эволюционировать и представлять интерес для изучения в рамках теории коммуникации, гуманитарных и социальных наук. Согласно автору, понятие «интернет-мем» «идеально встраивается» в теорию мемов, демонстрируя определенные характеристики, присущие исключительно интернет-мему [18, р. 102–103].

Отечественный филолог М. Кронгауз описывает отличие ИМ от мема в статье «Мемы в интернете: опыт деконструкции»: «Хотя понятие интернет-мема и восходит к нему Докинза, но все же значительно отличается от него. Под интернет-мемом подразумевается любая, но короткая информация (слово или фраза, изображение, мелодия и т. п.), мгновенно и неожиданно ставшая модной и воспроизводящаяся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях. Таким образом, для интернет-мема главную роль играет популярность (что можно сравнить с плодовитостью по Докинзу), а также коммуникативная экспансия» [19, с. 128]. М. А. Кронгауз отмечает, что «интернет-мем популярнее своего научного источника (авторства Докинза) и часто смешивается с ним хотя бы потому, что ради простоты и экономии в этом слове отбрасывается первая часть (интернет-), и внешнее совпадение становится полным. Я буду поступать так же – писать просто мем, но в дальнейшем имеются в виду исключительно интернет-мемы» [19, с. 128]. Следует отметить, что подобное разграничение двух понятий встречается в исследованиях редко, однако играет крайне важную роль и помогает избежать терминологической путаницы. В зависимости от сферы и задач исследования предметом изучения может стать как общий концепт «мем» в том виде, в котором его рассматривал Р. Докинз и его последователи, так и непосредственно явление «интернет-мем» как элемент компьютерно-опосредованной коммуникации. В рамках лингвистического подхода интерес для исследователей представляет интернет-мем как явление, демонстрирующее динамические изменения в языке, социокультурную специфику коммуникантов, прагмалингвистические особенности использования интертекстуальности, языковой игры и юмора.

Отечественные и зарубежные лингвисты уделяют пристальное внимание функционированию интернет-мемов в интернет-дискурсе. С. В. Канашина определяет интернет-мем как «комплексный феномен интернет-коммуникации, представляющий собой целостную, завершённую единицу, с текстом и картинкой в квадратной рамке» [9, с. 85]. В статье «Что такое интернет-мем?» С. В. Канашина утверждает, что «опираясь на теорию Р. Докинза, к интернет-мемам можно отнести любую единицу культурной информации, передающуюся от человека к человеку в интернет-среде, например, шутки, видео и т. д.», отмечая, что «данный широкий подход к определению интернет-мема имеет право на существование и встречается в научной и научно-популярной литературе. Однако стереотипное, устоявшееся по-

нимание интернет-мема широкой публикой предполагает именно единицы интернет-коммуникации, сочетающие текст и картинку в квадратной рамке» [9, с. 86].

В самом узком смысле интернет-мем понимается как креолизованный текст, сопровождаемый графическим изображением и заключенный в определенную форму. В более широком понимании к интернет-мемам также относят короткие видеоролики, сопровождаемые вербальной информацией, gif-изображения, фотоколлажи и т. д. В широком смысле Е. А. Глазкова относит к мемам «короткие, получившие популярность, образцы сетевого фольклора» [12, с. 222]. По ее мнению, популярность мемов может быть достигнута с помощью двух основных способов: первый – это необычная вербальная или невербальная репрезентация идеи, привлекающая внимание либо графическим изображением, либо использованием лингвистических приемов, таких как языковая игра, намеренное искажение лексем или порядка слов; второй – отклик на актуальное событие или слова реальной персоны. Исследователь отмечает, что, в отличие от фразеологических единиц, мем всегда «имеет сохранившуюся связь с источником своего появления», которую может отследить современный носитель языка, чего нельзя сказать об этимологии фразеологизма [12, с. 224]. Данные способы могут репрезентироваться по отдельности или вместе, однако успех мема (под которым здесь понимается рост популярности, перевод на другие языки, реплицируемость) во многом зависит от правильной интерпретации, в которой большую роль играет общая осведомленность адресата о событиях, происходящих в мире. Нередки случаи, когда пользователь Интернета узнает о каком-либо знаковом событии или явлении именно из интернет-мема, а не из ленты новостей, передаваемой традиционными средствами массовой информации (телевидение, радио, газеты). Мемы, актуализирующие чрезвычайные происшествия и факты с помощью прецедентных графических изображений (киногерои, политики, актеры) и шаблонных фраз, могут быть верно истолкованы большим кругом пользователей, в отличие от мемов, в которых вербальная составляющая выражается с помощью лингвистических трансформаций, переосмыслений фразеологизмов и т. д. Верная интерпретация языковой игры или интертекстуальных отсылок может быть ограничена как кругом носителей языка, так и субкультурой или профессиональным сообществом в случае использования терминологии или жаргона. О причинах большей сложности интерпретации интертекстуальной игры пишет Д. Здункевич-Единак: «Во-первых, в случае интернет-мемов игра обращается к двум знаковым системам – вербальной и иконической. Во-вторых, распознавание интертекстуальных связей требует необходимости уловить отсылки не только к сетевым мемам, но и к текстам вне Сети» [20, р. 59].

А. М. Олешкова описывает интернет-мем как «семиотический комплекс, полимодальный феномен, характеризующийся особыми дискурсивными признаками», способный усилить социокультурную интеграцию в обществе путем включения «субъектов единомышленников в единое семиотическое пространство» [21, с. 164]. Учитывая тот факт, что коммуникационная сеть Интернет стала доступна широкому кругу пользователей не так давно, важно отметить, что еще 30 лет назад доступ к онлайн-форумам и сообществам был лишь у относительно небольшого числа людей, принадлежащим главным образом к профессиональному сообществу компьютерных специалистов. Ироничные высказывания, остроумные картинки, созданные в таких условиях, превращались в мем (в широком его понимании), транслируемый из онлайн-

среды в офлайн-среду. На сегодняшний день открытость телекоммуникационной сети способствует взаимопроникновению мыслей и идей, в результате чего интернет-мем, созданный в рамках рекламной или политической кампании, может подвергнуться трансформации и «зависнуть» в новом, более актуальном контексте, понятном большему кругу людей.

Н. А. Зиновьева определяет интернет-мемы как «информационные продукты, обладающие своей спецификой: их социокультурные коды могут трансформироваться, порождать новые интерпретации события, персоны, исторического факта» [7, с. 10]. По мнению ученого, мемы как элементы культуры и как информационные продукты играют роль в разных видах культурного воспроизводства, включая «производство форм и языков социальной коммуникации». Интернет-мемы участвуют в изменении языка и создании новояза [7, с. 10]. Исследователь выделяет сегмент мемов-идиом, которые маркируют, называют те или иные явления, практики, группы людей, идеи [7, с. 15]. Л. Ш. Мигранова и Е. И. Кромина определяют интернет-мем как средство коммуникации, подчеркивая его коммуникативные возможности в онлайн-общении [22, с. 239].

В зарубежных исследованиях интерес к изучению феномена интернет-мема появился значительно раньше, чем в отечественных работах, и часто представляет собой междисциплинарный подход в рамках социологии, медиадискурса и меметики. Интересно отметить взгляд Б. Виггинса и Д. Бауэrsa на интернет-мем как на «жанр, а не средство онлайн-коммуникации». По их определению, мемы являются артефактами совместной цифровой культуры [23, р. 11]. В рамках лингвистического подхода стоит обратить внимание на определение Р. Милнера: «Интернет-мемы – это мультимодальные тексты, которые упрощают причастность к чему-либо путем переосмысления, сочетая зафиксированную идею с новым значением» [24]. Изучению мультимодальности как неотъемлемой характеристики интернет-мемов посвящены работы Б. Дэнсижер, Ч. Форсвилля, Р. Милнера и др. В результате проведенного анализа можно заключить, что понятие «мем» является основополагающим концептом, которое стало научным обоснованием понятия «интернет-мем», однако они различаются сферой применения и характером распространения. Таким образом, многие исследователи склонны отождествлять понятия «мем» и «интернет-мем», однако в ряде случаев следует разграничивать данные понятия. Оба термина связаны с передачей идей, культурных феноменов, значимых единиц информации, однако мем в общем смысле может включать в себя устные традиции и поведенческие модели и существовать вне цифровой среды. Интернет-мем входит в подкатегорию мемов, которая связана исключительно с интернет-пространством, необходимым для создания, распространения и модификации ИМ. Такие мемы представляют собой текстовые, визуальные или видеосообщения, которые стремительно распространяются в цифровой среде, т. е. обладают вирусной природой и способностью быстро трансформироваться.

Результаты и обсуждение.

Интернет-мем: направления исследований. Очевидно, что основным вектором исследования интернет-мемов в рамках лингвистического подхода является когнитивный дискурс-анализ ИМ как полимодального текста, репрезентирующего актуальные социальные, политические события и явления, рекламные стратегии и межличностные отношения в определенных социальных группах. Помимо непосредственно лингвистического анализа текста, анализ ИМ интересен с точки зрения когнитивной лингвистики, социолингвистики и психолингвистики.

И. В. Рогозина и М. Ю. Бухнер в статье «Мем-дискурс как объект лингвокогнитивного моделирования» вводят понятие «мем-дискурса» – «одной из востребованных форм интернет-коммуникации», и проводят прикладное исследование, направленное на определение роли ИМ в интернет-общении студентов. Основными выводами, к которым приходят авторы, являются: во-первых, важность ИМ как компонента социокультурного воздействия, основным результатом которого является создание позитивного социального пространства и контекст; во-вторых, наличие зависимости позитивного контекста от взаимопонимания между коммуникантами [25, с. 172]. Данные выводы подтверждают идеи о важности распознавания интертекстуальных отсылок и общего информационного поля, обнаруживаемые в работах зарубежных исследователей. Однако стоит отметить, что наличие сходных фоновых знаний, хотя и является желаемым, не всегда будет создавать помеху для ИМ по достижению задуманного воздействия на адресата.

В настоящее время исследователями предпринимаются попытки типологизация ИМ. Выбор типологизации мемов представляется важным в рамках изучения особенностей функционирования интернет-мемов. В качестве основания для классификации Ю. В. Щурина предлагает следующие критерии: 1) способ выражения мема (вербальный, невербальный или гибридный); 2) источник возникновения мема; 3) структура мема. По способу выражения исследователь выделяет следующие типы «активно функционирующих в современном интернет-пространстве мемов: 1) текстовый мем; 2) мем-изображение; 3) медиамем; 4) гиф; 5) креолизованный мем» [13, с. 87]. Текстовые мемы выражаются посредством слова, фразы или текстового фрагмента, известность которым может придать актуальное событие, новость, персонаж фильма и т. д. Мемы-изображения Ю. В. Щурина подразделяет на три разновидности: «узнаваемое изображение, в котором главное внимание обращено на визуальную часть, “фотожаба” – результат творческой переработки изображения при помощи графического редактора, и обобщенный образ, воплощающий представления о персонаже» [13, с. 87]. К медиамемам автор относит комические видеосюжеты, отличительной чертой которых указывает «возможность неоднократного воспроизведения, повторного неоднократного просмотра». Гифы (gif), анимированные изображения, как правило, фиксируют эмоциональную реакцию вследствие чего часто используются в комментариях [13, с. 87]. Креолизованный мем Ю. В. Щурина относит к разновидности креолизованных текстов, основанных на сочетании вербальной и невербальной составляющих. По структуре исследователь выделяет следующие типы: 1) двусоставные мемы; 2) компаративные мемы; 3) метамемы. Согласно автору, двусоставные мемы являются наиболее распространенными в современной коммуникации и представляют собой «двухчастное высказывание, вступающее в сложные смысловые отношения с визуальным материалом» [13, с. 87]. Компаративные мемы представляют собой сопоставление нескольких изображений, объектов. Метамемы отличаются от вышеописанных типов сложностью идентификации и интерпретации, так как отсылают адресата к другим мемам и обыгрывают существующие структурные типы мемов [13, с. 89].

А. Г. Квят рассматривает мемы как инструмент политического пиара и типологизирует их на основе представления в медиапространстве: 1) речевые клише (цитаты, паремии); 2) визуальные и аудиовизуальные объекты (фотографии, рисунки, видеоролики) 3) образы реальных или вымышленных персонажей медиапространства; 4) бренды компаний или това-

ров; 5) тематические доминанты медиапространства (Олимпиада, Евровидение) [26]. Интересно отметить, что автор использует термин «мем», к которому относит первые три приведенные разновидности, говоря не только о видеороликах. Таким образом, существующие типологизации ИМ могут иметь принципиальные различия.

В диссертационном исследовании А. В. Изгаршевой, посвященном лингвистической интерпретации ИМ, подчеркивается важность взаимовлияния вербального и визуального компонентов. Автор выделяет четыре базовые модели: 1) вербально-визуальная модель с превалирующими свойствами вербального компонента – визуальный фрагмент при этом совпадает и «гармонирует» с вербальным; 2) визуально-вербальная модель, лидирующую позицию в которой занимает визуальный фрагмент, при этом либо «смягчает» вербальное воздействие, либо «ожесточает» его, либо полностью заменяет; 3) вербально-нулевая модель, в которой визуальный фрагмент не несет в себе никаких функций или полностью отсутствует; 4) визуально-нулевая модель, в которой вербальный компонент не определен и не выполняет никаких функций по заявленным категориям либо полностью отсутствует, но при этом все функции успешно выполняются визуальным фрагментом [14]. В рамках работы Е. А. Изгаршева выделяет дополнительные шаблоны ИМ: «строка поиска», «диаграмма», «Мем-картина», «Стоп-кадр», «сообщение/переписка», «Твит», «Мем-изображение», отмечая лингвистические особенности, присущие каждому шаблону [14].

Н. А. Зиновьева предлагает типологию, основанную на принципе дихотомий, «претендующую на описание любого интернет-мема и его воздействия на аудиторию».

1. Источник мема. Дихотомия истина–ложь. Здесь автор противопоставляет «истинные/самозарождающиеся мемы» (созданные пользователями Интернета и получившие популярность естественным путем) «ложным» мемам (созданным с коммерческой, рекламной целью, распространяемым искусственным образом). К данному типу мемов автор относит большую часть современных ИМ. Интересно отметить, что, согласно Н. А. Зиновьевой, использование самозародившихся мемов в маркетинговых целях, а также создание рекламных и PR-посланий в форме мемов можно назвать ложными мемами. Намеренное распространения истинных мемов с целью извлечения коммерческой выгоды получило название «форсирование».

2. Объект реальности, требующий отражения. Дихотомия персонаж–событие (идея). Данный тип мемов основывается на конкретном персонаже или событии, репрезентация которых позволяет пользователям получить интерпретацию какой-либо идеи, взглянуть на событие под другим углом.

3. Апелляция к уровню включенности в культуру. Дихотомия традиция–инновация. В одном случае данный тип мемов отсылает адресата к «некому общему прошлому или новостям»: фразам из фильмов, типичному опыту людей определенного поколения. Для понимания таких мемов необходимо разделять их опыт или иметь соответствующие культурные знания. Такие мемы заставляют пользователей вспомнить свой собственный опыт или уже укорененные стереотипы. Во втором случае мем репрезентирует актуальное событие, внезапный флешмоб, фразы из новых фильмов.

4. Смысловые доминанты. Дихотомия фон–фигура. Данный вид использует изображения представителей интернет-культуры, вызывающие определенные ассоциации, или различные фоны для придания смысла вербальной составляющей мема.

5. *Форма отображения. Дихотомия изображение–текст.* «Смысл этой дихотомии не в определении смысловых доминант, а в определении того, что именно является мемом – реплицирующимся, узнаваемым элементом культуры» [27, с. 199].

6. *Эффект воздействия. Дихотомия мысль или действие.* Последний тип мемов разделяется на «мемы-мысли», целью которых является выражение отношения к происходящему, и «мемы-действия», побуждающие адресата повторить изображенное в меме действие [27, с. 197].

Исследователь цифровых медиа и популярной культуры Л. Шифман разделяет мемы на фото и видео (по форме выражения) и на эмоциональные реакции, персонажей и фотоколлажи (по форме содержания) [5, р. 367]. В последнее десятилетие зарубежные исследователи отдельно выделяют форму ИМ, называемую *Image macros* (макрос изображения) – неподвижные графические изображения, сопровождаемые вербальной составляющей, проводя таким образом разграничение между общим понятием «интернет-мем», включающим в себя разнообразные формы выражения (фото, гиф-изображение, аудио, видео, и т. д.) и непосредственно изображением с наложенным на него текстом [28]. В отечественных работах данный тип мема соотносится с типом «мем-изображения» [13].

В результате обзора работ, освещающих типологию ИМ, можно выдвинуть предположение, что создание унифицированной типологии, с одной стороны, представляет актуальную проблему, а с другой – представляется весьма маловероятным в силу многоаспектности и быстрой изменчивости ИМ. Анализ работ отечественных исследователей демонстрирует тенденцию к учету многофакторности при выделении разных типов мемов, что менее характерно для зарубежных классификаций. Стоит отметить, что необходимость создания единой типологии может оказаться под вопросом, так как ИМ могут изучаться для решения различных задач, с использованием разных методов, в связи с чем может быть целесообразной разработка классификации для каждого конкретного анализа.

Завершая обзор типологий ИМ, следует отметить, что зарубежные исследователи подчеркивают важность создания *методологии* для осуществления визуального и дискурс-анализа ИМ. Д. Джорджи посвящает проблеме типологии и анализа ИМ главу в книге «Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society» [28]. По мнению исследователя, сегодня существует мало рекомендаций по эмпирическому изучению мемов. Другой проблемой в их изучении, по мнению Д. Джорджи, является быстрое устаревание информации, а также фокус на изучении «вручную отобранных» примеров («cherry-picked examples»), что затрудняет обзор всех форм ИМ, существующих в Сети [28, р. 627]. Д. Джорджи предлагает комбинированный подход к изучению ИМ, включающий в себя: 1) цифровые методы; 2) визуальные методы; 3) дискурс-анализ. В рамках предложенного подхода все ИМ делятся на восемь категорий в зависимости: 1) от темы (открытая категория, указывающая на тематическую принадлежность ИМ); 2) общего строения («однокомпонентный», «многокомпонентный»); 3) наличия или отсутствия текста; 4) текстового шаблона; 5) степени модификации (изображения или текста); 6) визуальных отсылок; 7) текстовых отсылок; 8) иронии (семантической или эхоичной) [28, р. 636].

Одним из наиболее актуальных направлений исследований в русле лингвокогнитивного подхода является дальнейшая *разработка типологий ИМ с учетом области их функционирования* (политический, рекламный, научный или повседневный дискурс) и постоянно меняю-

щихся трендов в образовании ИМ. Язык интернет-коммуникации может по праву считаться одним из самых активных видов дискурса, что делает его актуальной областью изучения для разных областей лингвистики. Б. Дэнсижер и Л. Ванделанотте в статье «Internet memes as multimodal constructions» отмечают, что наиболее подходящим фреймворком для анализа и типологизации ИМ является грамматика конструкций (Construction Grammar/C&G), так как данный фреймворк имеет потенциал для расширения с учетом рассматриваемых мультимодальных свойств мема [8, р. 566]. Грамматика конструкций – это синтаксическая теория, одним из базовых принципов которой является отрицание «четкой границы между грамматикой и словарем», а также «перенесение центра внимания на подвижность, изменчивость лексического значения отдельных единиц словаря под воздействием их непосредственного окружения» [29, с. 8]. По утверждению Д. О. Добровольского, в рамках теории C&G следует отказаться от статичного подхода к языку, согласно которому высказывания строятся из лексических единиц с фиксированным значением по определенным грамматическим правилам. В противоположность данному взгляду грамматика конструкций подчеркивает динамический характер порождения высказывания, т. е. «неэлементарные составляющие строятся из элементов, с одной стороны, чувствительных к своему окружению, а с другой – влияющих на сам способ построения синтаксических групп» [29, с. 8]. Такой подход к языку превращает в основные единицы языка не лексемы и правила, а конструкции разной сложности. Грамматика конструкций всегда изучалась в тесной связи с теорией фразеологии и синтаксисом, и на сегодняшний день существует большое количество подходов к трактовке данной теории. По мнению Д. О. Добровольского, грамматика конструкций является полезным инструментом для исследования языковых явлений, которые «плохо поддаются анализу в рамках традиционных подходов» [29, с. 8]. Таким образом, вербальная составляющая интернет-мема или макроса изображения, несомненно, становится одним из актуальных объектов изучения грамматики конструкций по причине переменчивости и зависимости от окружающих конструкций.

Б. Дэнсижер и Л. Ванделанотте утверждают, что мемы создают новые лингвистические (мультимодальные) конструкции и, таким образом, могут быть определены как *конструкции* в рамках теории грамматики конструкций [8, р. 565]. В зависимости от окружения конструкции (в ИМ окружением будут являться изображения, отдельные слова, словосочетания или высказывания) значение отдельных лексем может меняться: от первичного для понимания до малозначимого (по причине передачи основного смысла с помощью графических средств). Согласно описанию Б. Дэнсижер и Л. Ванделанотте, типичный мем (Image macros) состоит из трех элементов: фоновое изображение, верхний текст (top text или ТТ), являющийся, как правило, шаблонным и легко узнаваемым, и нижний текст (bottom text или ВТ), который часто передает заключительную фразу (punch line) мема. В качестве примера подобных ИМ Б. Дэнсижер и Л. Ванделанотте в своей статье рассматривают следующие лингвистические шаблоны: *Said no one ever*, *One does not simply*, *Good girl Gina*, *Scumbag Steve* и *The when*, в которых значение элементов напрямую зависит от их взаимосвязи [8, р. 568].

Необходимость исследования лингвистических структур и шаблонов ИМ объясняется теми же причинами, по которым следует исследовать компьютерно-опосредованный дискурс в целом. Поликодовые тексты надолго закрепились на всех уровнях интернет-дискурса. Большая часть ИМ создается в англоязычном медиaprостранстве, что, с одной стороны, мо-

жет отражать процессы реальных и гипотетических изменений в языке, с другой стороны, расширяет и без того значительное влияние английского на другие языки мира. Нельзя переоценить значение использования ИМ для направленного воздействия на участников коммуникации в сфере рекламы и политики. Помимо этого, ИМ предоставляют возможность получения практически мгновенного ответа от аудитории, что, в свою очередь, помогает выявить наиболее эффективные дискурсивные модели для их дальнейшего использования.

В эссе «“I has seen Image Macros!” Advice Animals memes as visual-verbal jokes» М. Дайнел рассматривает прагмакогнитивные механизмы, подкрепляющие юмористическую составляющую мемов, которую автор относит к категории Advice Animals (подвид макроса изображения, содержащий изображение животного и вербальную составляющую) [30, р. 661]. М. Дайнел описывает одну из основных отличительных черт, рассматриваемых ИМ, выделяющую его среди иных составляющих интернет-дискурса – употребление намеренно искаженных слов, просторечий и грамматически неверных конструкций, и отмечает, что подобная особенность может являться ключевым элементом ИМ [30, р. 661]. В эссе затрагивается проблема разграничения ИМ и так называемого вирусного контента (*viral*). Основываясь на определениях ИМ, данных Л. Шифман и другими исследователями, М. Дайнел подчеркивает, что возможность трансформироваться и модифицироваться с целью дальнейшего распространения является главной отличительной характеристикой ИМ, так как вирусный контент (фото или видео) распространяется в медиапространстве в неизменной форме и относительно быстро теряет актуальность.

Основой для типологизации и выбора верного метода исследования ИМ, помимо сферы функционирования, могут стать выполняемые мемом функции и базовые характеристики. Одной из ключевых особенностей ИМ является невозможность его существования вне глобальной сети Интернет. Отечественные и зарубежные исследователи сходятся во мнении, что ИМ является частью медиадискурса и, следовательно, обладает функциями и характеристиками, присущими данному виду дискурса. С. В. Канашина в автореферате «Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации» проводит анализ прагматических функций мема и описывает аффективную, когнитивную, манипулятивную, образовательную и развлекательную функции ИМ, отмечая, что «облигаторными функциями для интернет-мема являются аффективная и когнитивная функции, а остальные функции – опциональные» [10, с. 12].

А. В. Изгаршева выделяет гипертекстуальность, полимодальность, подвижность и диалогичность среди важнейших типичных признаков текстов в Интернете [14]. Помимо первостепенных признаков, для ИМ характерна «подвижность, гипертекстуальность, постепенно переходящая в интертекстуальность, полимодальность, монологичность/диалогичность» [14, с. 10]. По мнению А. В. Изгаршевой, ИМ относится к элементу коммуникации фольклорного типа, в связи с чем обладает особенностями, присущими народному творчеству: «Безавторство, широкая распространенность, выражаемая в функционировании различных форм фольклора (вариантов), вариативность, творчески-эстетическая основа» [14, с. 10]. С. В. Канашина также относит ИМ к медиатекстам и отмечает такие характеристики, как вирусность, реплицируемость, эмоциональность, серийность, мимирию, минимализм формы, полимодальность, актуальность, юмористическую направленность, медийность,

фантазийный характер ИМ [10, с. 14]. В данном контексте стоит упомянуть, что, в отличие от традиционного письменного текста, являющегося законченным произведением, ИМ представляет собой текст, открытый к преобразованиям как вербальной, так и невербальной его составляющей. С развитием и изменением компьютерно-опосредованной коммуникации ИМ может приобретать дополнительные особенности и характеристики.

Одной из основополагающих характеристик ИМ, отмечаемой подавляющим большинством исследователей, является интертекстуальность. С. В. Канашина рассматривает интертекстуальную природу ИМ в статье «Интертекстуальность как текстовая категория в Интернет-мемах». По мнению автора, «в отличие от художественного дискурса, в котором интертекстуальность тесно связана с эстетикой текста, в компьютерно-опосредованном дискурсе интертекстуальность выступает функциональной категорией, обеспечивающей бытование множества интернет-текстов, переплетенных интертекстуальными связями в рамках гигантского гипертекста – интернета» [11, с. 134].

Е. А. Уварова в статье «Интертекстуальность как структурно-композиционная основа интернет-мема» [31] рассматривает основные приемы выражения интертекстуальности в ИМ, используя понятийный аппарат, разработанный В. П. Москвиным [32]. Е. А. Уварова утверждает, что интертекстуальность является базовым структурным свойством современного интернет-мема наряду с поликодовостью. По словам автора, «традиционные приемы, формирующие интертекст, модифицируются под воздействием категории комического. Приемы, способствующие интертекстуальности, раскрываются в интернет-меме посредством вспомогательных стилистических приемов, самыми яркими из которых являются контраст, метафора, фотомонтаж» [31, с. 380]. В статье также отмечается образовательный потенциал ИМ, что является интересным аспектом для дальнейшего изучения.

Важно отметить, что любой структурный компонент ИМ может содержать интертекстуальные отсылки: имя собственное, название, фото, фрагмент видео или аудио. В ходе непрерывной трансформации интернет-контента некоторые ИМ могут становиться источником возникновения новых мемов. Е. В. Троценкова в статье «Реутилизация старых мемов в контексте новых инфоповодов» рассматривает деконтекстуализацию ИМ и возможность повторного использования мемов в иных/новых контекстах, что, в свою очередь, превращает мем в прецедентный текст [1, с. 31]. В работе ставится вопрос об определении «границ мема как отдельной поликодовой сущности, бытующей в современном медиадискурсе» и утверждается необходимость изучать ИМ как открытую систему компьютерно-опосредованного дискурса, а не как отдельную единицу коммуникативного процесса [1, с. 41]. Таким образом, каждый новый ИМ, создаваемый отдельным интернет-пользователем или группой пользователей, может отсылать адресата не только к событиям или явлениям, но и к другим мемам. Помимо этого, «пользователь может использовать мем, созданный кем-то как реакцию на одно событие, в собственных комментариях по поводу совершенно иного события» [1, с. 34]. Согласно Е. В. Троценковой, основой развития мема являются «свойства принципиальной незавершенности и коллажности продукта», способствующие разнообразным трансформациям его формы и содержания, результатом которых становится «комплексная, развивающаяся во времени и самоподдерживающаяся языковая игра, вовлекающая большое количество разных пользователей, часто на различных коммуникативных площадках» [1, с. 41]. Изучение

упомянутых трансформаций, реутилизации старых ИМ, а также языковой игры, несомненно, является перспективным направлением для лингвокогнитивных исследований мемов.

Заключение. Проведенный анализ позволил установить, что первоначальное определение мема, возникшее вне какой-либо связи с компьютерно-опосредованным дискурсом, и современное понимание интернет-мема содержат единую идею передачи идеи, информации от человека к человеку путем имитации или копирования. Можно заключить, что интернет-мем как поликодовый текст является одним из аспектов многогранного концепта «мем», изучением которого занимаются такие науки, как психология, философия, социология, лингвистика и меметика. Мем и интернет-мем соотносятся как общее и частное. Анализ публикаций продемонстрировал, что разграничению понятий «мем» и «интернет-мем» уделяется мало внимания, что может послужить основой для расширения области исследования. Зарубежные ученые отмечают макрос изображения как главенствующий тип мема и подчеркивают важность разработки актуальных типологий и подходов к анализу вербальной и невербальной составляющих ИМ. Классификации ИМ, предлагаемые отечественными исследователями, в целом более детальны. Наиболее продуктивными методами изучения ИМ можно считать дискурс-анализ и грамматику конструкций. К перспективным направлениям исследования ИМ можно отнести структуру и способы образования наиболее продуктивных языковых моделей, зависимость лингвистических конструкций от невербальной составляющей, влияние преднамеренного использования грамматических и синтаксических ошибок на эффективность воздействия мема. Особо стоит выделить актуальность изучения интертекстуальности, которая является центральным смысловым компонентом ИМ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Троценкова Е. В. Реутилизация старых мемов в контексте новых инфоповодов // Язык. Коммуникация. Общество: электрон. науч. журн. 2023. № 4 (4). С. 31–42.
2. Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н. Фоминой. М.: АСТ: CORPUS, 2013.
3. Hofstadter D. R. Metamagical Themas: Questing for the Essence of Mind and Pattern. NY: Basic Books, 1985.
4. The History of "Meme" // Merriam-Webster Dictionary. URL: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/meme-word-origins-history> (дата обращения: 12.10.2024).
5. Shifman L. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker // J. of Computer-Mediated Communication. 2013. Vol. 18, iss. 3. P. 362–377. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
6. Blackmore S. The meme machine. Oxford: Oxford Univ. Press, 1999.
7. Зиновьева Н. А. Трансляция социокультурных кодов в создании информационного продукта: анализ интернет-мемов: автореф. дис. ... канд. социол. наук // СПб. СПбГУ, 2016.
8. Dancygier B., Vandelandotte L. Internet memes as multimodal constructions // Cognitive Linguistics. 2017. Vol. 28, no. 3. P. 565–598. DOI: 10.1515/cog-2017-0074.
9. Канашина С. В. Что такое интернет-мем? // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277), вып. 36. С. 84–90.
10. Канашина С. В. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Моск. гос. лингвист. ун-т. М., 2016.
11. Канашина С. В. Интертекстуальность как текстовая категория в Интернет-мемах // Известия ВГПУ. 2019. № 7 (140). С. 133–138.
12. Глазкова Е. А. Мем как форма репрезентации реальности // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы: материалы XI Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 12 нояб. 2020 г. / РУДН. Москва, 2020. С. 221–226.

13. Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестн. Черепов. гос. ун-та. 2014. № 6 (59). С. 85–89.
14. Изгаршева А. В. Лингвистическая интерпретация интернет-мема: автореф. дис. ... канд. филол. наук / МГОУ. М., 2021.
15. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / пер. с англ. Л. В. Афанасьевой. М.: Поколение, 2007.
16. Dennett D. Memes and the exploitation of imagination // J. of Aesthetics and Art Criticism. 1990. Vol. 48, no. 2. P. 127–135. DOI: <https://doi.org/10.2307/430902>.
17. Менегетти А. Онтопсихология и меметика / пер. с итал. А. Менегетти. М.: НФ «Антонио Менегетти», 2016.
18. Castaño Díaz C. Defining and characterizing the concept of Internet Meme // CES Psicología. 2013. Vol. 16, no. 2. P. 82–104.
19. Кронгауз М. А. Мемы в интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. 2012. № 11. С. 127–132.
20. Zdunkiewicz-Jedynak D. Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach // Poznańskie Spotkania Językoznawcze. 2016. Iss. 32. P. 57–73. DOI: [10.14746/psj.2016.32.5](https://doi.org/10.14746/psj.2016.32.5).
21. Олешкова А. М. Интернет-мем как способ воспроизводства культуры // Общество: философия, история, культура. 2017. № 8. С. 164–166. DOI: [10.24158/fik.2017.8.36](https://doi.org/10.24158/fik.2017.8.36).
22. Мигранова Л. Ш., Кромина Е. И. Интернет-мем как особое средство коммуникации // Вопросы современной филологии и проблемы методики обучения языкам: материалы III междунар. науч.-практ. конф., Брянск, 5–7 нояб. 2015 г. / БГИТА. Брянск, 2015. С. 239–243.
23. Wiggins B. E., Bowers G. B. Memes as genre: a structurational analysis of the memescape // New Media & Society. 2014. Vol. 17, iss. 11. P. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>.
24. Milner R. Memes are Dead. Long Live Memetics // Culture Digitally. 27.10.2015. URL: <https://culturedigitally.org/2015/10/01-memes-are-dead-long-live-memetics-by-ryan-m-milner/> (дата обращения: 02.05.2024).
25. Рогозина И. В., Бухнер М. Ю. Мем-дискурс как объект лингвокогнитивного моделирования // Дискурс. 2023. Т. 9, № 3. С. 165–172. DOI: <https://doi.org/10.32603/2412-8562-2023-9-3-165-175>.
26. Квят А. Г. Медиаем как инструмент политического PR: когнитивный подход // Медиа-скоп. 2013. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru/node/1254> (дата обращения: 12.10.2024).
27. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестн. экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–201.
28. Giorgi G. Methodological Directions for the Study of Memes // Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society / G. Punziano, A. D. Paoli (eds.). Hershey, PA: IGI Global, 2022. P. 627–663. DOI: [10.4018/978-1-7998-8473-6.ch036](https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8473-6.ch036).
29. Добровольский Д. О. Грамматика конструкций и фразеология // Вопросы языкознания. 2016. № 3. С. 7–21. DOI: [10.31857/S0373658X0000999-7](https://doi.org/10.31857/S0373658X0000999-7).
30. Dynel M. "I has seen Image Macros!" Advice Animals memes as visual-verbal jokes // Int. J. of Communication. 2016. Vol. 10. P. 660–688.
31. Уварова Е. А. Интертекстуальность как структурно-композиционная основа интернет-мема // Преподаватель XXI век. 2023. № 1. Ч. 2. С. 371–382. DOI: [10.31862/2073-9613-2023-1-371-382](https://doi.org/10.31862/2073-9613-2023-1-371-382).
32. Москвин В. П. Интертекстуальность: понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили. 2-е изд. М.: ЛИБРОКОМ, 2011.

Информация об авторах.

Сигаева Мария Сергеевна – аспирантка кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор 10 научных публикаций. Сфера научных интересов: когнитивные направления в лингвистике.

Степанова Наталия Валентиновна – кандидат филологических наук (2014), доцент (2018), профессор кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), ул. Профессора Попова, д. 5Ф, Санкт-Петербург, 197022, Россия. Автор более 50 научных публикаций. Сфера научных интересов: дискурсивный анализ, когнитивная лингвистика, стилистика, межкультурная коммуникация, теория перевода.

О конфликте интересов, связанном с данной публикацией, не сообщалось.
Поступила 28.12.2024; принята после рецензирования 28.01.2025; опубликована онлайн 21.04.2025.

REFERENCES

1. Troshchenkova, E.V. (2023), "Reutilization of Old Memes in the Context of Fresh Newsbreaks", *Language. Communication. Society: Digital scientific j.*, no. 4 (4), pp. 31–42.
2. Dawkins, R. (2013), *The Selfish Gene*, Transl. by Fomina, N., AST: CORPUS, Moscow, RUS.
3. Hofstadter, D.R. (1985), *Metamagical Themas: Questing for the Essence of Mind and Pattern*, Basic Books, NY, USA.
4. "The History of "Meme"", *Merriam-Webster Dictionary*, available at: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/meme-word-origins-history> (accessed 12.10.2024).
5. Shifman, L. (2013), "Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker", *J. of Computer-Mediated Communication*, vol. 18, iss. 3, pp. 362–377. DOI: <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
6. Blackmore, S. (1999), *The meme machine*, Oxford Univ. Press, Oxford, UK.
7. Zinovieva, N.A. (2016), "Translation of socio-cultural codes in the creation of an information product: analysis of Internet memes", Abstract of Can. Sci. (Sociology) dissertation, SPbSU, SPb., RUS.
8. Dancygier, B. and Vandelandotte, L. (2017), "Internet memes as multimodal constructions", *Cognitive Linguistics*, vol. 28, no. 3, pp. 565–568. DOI: 10.1515/cog-2017-0074.
9. Kanashina, S.V. (2017), "What is an Internet Meme?", *Belgorod State Univ. Scientific bulletin. Humanities*, no. 28 (277), iss. 36, pp. 84–90.
10. Kanashina, S.V. (2016), "Internet meme as a new type of polymodal discourse in Internet communication", Abstract of Can. Sci. (Philology) dis., MSLU, Moscow, RUS.
11. Kanashina, S.V. (2019), "Intertextuality as a text category in Internet meme", *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, no. 7 (140), pp. 133–138.
12. Glazkova, E.A. (2020), "Meme as a Form of Representation of Reality", *Mass Media in a Multipolar World: Problems and Prospects, Proc. of the XIV All-Russian Scientific and Practical Conf.*, Moscow, RUS, 12 Nov. 2020, pp. 221–226.
13. Shchurina, Yu.V. (2014), "Internet Memes: the Problem of Typology", *Cherepovets State Univ. Bulletin*, no. 6 (59), pp. 85–89.
14. Izgarsheva, A.V. (2021), "Linguistic interpretation of the Internet meme", Abstract of Can. Sci. (Philology) dissertation, Moscow State Regional Univ., Moscow, RUS.
15. Brodie, R. (2007), *Virus of the Mind*, Transl. by Afanas'eva, L.V., Pokolenie, Moscow, RUS.
16. Dennett, D. (1990), "Memes and the exploitation of imagination", *J. of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 48, no. 2, pp. 127–135. DOI: <https://doi.org/10.2307/430902>.
17. Meneghetti, A. (2016), *Onmopsicologia e Mememica*, Transl. by Menegetti, A., Moscow, NF Antonio Menegetti, RUS.
18. Castaño Díaz, C. (2013), "Defining and characterizing the concept of Internet Meme", *CES Psicología*, vol. 16, no. 2, pp. 82–104.
19. Krongauz, M.A. (2012), "Internet Memes: an Experience in Deconstruction", *Nauka i zhizn'* [Science and life], no. 11, pp. 127–132.
20. Zdunkiewicz-Jedynak, D. (2016), "Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach", *Poznańskie Spotkania Językoznawcze*, iss. 32, pp. 57–73. DOI: 10.14746/psj.2016.32.5.

21. Oleshkova, A.M. (2017), "Internet Meme as a Means of Cultural Reproduction", *Society: Philosophy, History, Culture*, no. 8, pp. 164–166. DOI: 10.24158/fik.2017.8.36.
22. Migranova, L.Sh. and Kromina, E.I. (2015), "Internet meme as a special means of communication", *Issues of Modern Philology and Problems of Language Teaching Methods: Proc. III Int. Scientific-Practical Conf.*, Bryansk, RUS, 5–7 Nov. 2015, pp. 239–243.
23. Wiggins, B.E. and Bowers, G.B. (2014), "Memes as genre: a structurational analysis of the memescape", *New Media & Society*, vol. 17, iss. 11, pp. 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>.
24. Milner, R. (2015), "Memes are Dead. Long Live Memetics", *Culture Digitally*, 27.10.2015, available at: <https://culturedigitally.org/2015/10/01-memes-are-dead-long-live-memetics-by-ryan-m-milner/> (accessed 02.05.2024).
25. Rogozina, I.V. and Buhner, N.Yu. (2023), "Meme Discourse as an Object of Linguocognitive Modelling", *DISCOURSE*, vol. 9, no. 3, pp. 165–175. DOI: 10.32603/2412-8562-2023-9-3-165-175.
26. Kvyat, A.G. (2013), "Media Meme as a Tool of Political PR: a Cognitive Approach", *Mediascope*, no. 1, available at: <http://www.mediascope.ru/node/1254> (accessed 12.10.2024).
27. Zinovieva, N.A. (2015), "Impact of Memes on Internet Users: Typology of Internet-memes", *The Review of Economy, the Law and Sociology*, no. 1, pp. 195–201.
28. Giorgi, G. (2022), "Methodological Directions for the Study of Memes", *Research on Advanced Research Methodologies for a Digital Society*, Punziano, G. and Paoli, A.D. (eds.), Hershey, PA, IGI Global, pp. 627–663. DOI: 10.4018/978-1-7998-8473-6.ch036.
29. Dobrovol'skij, D.O. (2016), "Construction Grammar and phraseology", *Voprosy Jazykoznanija*, no. 3, pp. 7–21. DOI: 10.31857/S0373658X0000999-7.
30. Dynel, M. (2016), "'I has seen Image Macros!' Advice Animals memes as visual-verbal jokes", *Int. J. of Communication*, vol. 10, pp. 660–688.
31. Uvarova, E.A. (2023), "Intertextuality as a structural and compositional basis of the internet-meme", *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, no. 1, part 2, pp. 371–382. DOI: 10.31862/2073-9613-2023-1-371-382.
32. Moskvina, V.P. (2011), *Intertekstual'nost': ponyatiinyi apparat. Figury, zhanry, stili* [Intertextuality: conceptual apparatus. Figures, genres, styles], 2nd ed., LIBROKOM, Moscow, RUS.

Information about the authors.

Maria S. Sigaeva – Postgraduate at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of 10 scientific publications. Area of expertise: cognitive and discursive directions in linguistics.

Nataliia V. Stepanova – Can. Sci. (Philology, 2014), Docent (2018), Professor at the Department of Foreign Languages, Saint Petersburg Electrotechnical University, 5F Professor Popov str., St Petersburg 197022, Russia. The author of over 50 scientific publications. Area of expertise: discourse analysis, cognitive linguistics, stylistics, intercultural (cross-cultural) communication, translation theory.

*No conflicts of interest related to this publication were reported.
Received 28.12.2024; adopted after review 28.01.2025; published online 21.04.2025.*