

УДК 81'42

Ли Вэньгэ<sup>1✉</sup><sup>1</sup>Харбинский политехнический университет  
г. Харбин, Китайская Народная Республика<sup>1</sup>yuqili@126.comПетрова Татьяна Евгеньевна<sup>2</sup>, Чжан Тун<sup>3</sup><sup>2,3</sup>Санкт-Петербургский государственный университет  
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

## Интернет-мем как креативный тип поликодового текста (на материале русскоязычных мемов о пандемии Covid-19)

### Аннотация

Цель статьи заключается в выявлении особенностей интернет-мема как креативного жанра поликодового текста и способов реализации креативности. Материалом для исследования послужили русскоязычные интернет-мемы о пандемии Covid-19, извлечённые методом сплошной выборки из аутентичных контекстов интернет-пространства по ключевым словам *мем, пандемия, ковид, коронавирус* в период с января 2021 по май 2022 года (всего 450 единиц). Структурные и лексико-семантические особенности отобранных единиц изучены с помощью описательного метода, контекстуального и структурного анализа, а также статистических методов. Выявлено три основных способа образования интернет-мема, определена частота их встречаемости: «фотожаба» (83,6%), использование гиперссылок (20,4%), трансформации вербальной составляющей на фонетическом, морфологическом и лексическом уровнях (5,8%). Полученные результаты позволяют говорить об интернет-меме как об особом типе поликодового текста, обладающем гипертекстуальностью, симметричностью, возможностью креативного изменения изобразительной и вербальной составляющих и способностью к трансформации языковых единиц на разных лингвистических уровнях.

**Ключевые слова:** интернет-мем, поликодовый текст, вербальный компонент, невербальный компонент, креативность

© Ли В., Петрова Т. Е., Чжан Т. 2024

**Для цитирования:** Ли Вэньгэ и др. Интернет-мем как креативный тип поликодового текста (на материале русскоязычных мемов о пандемии Covid-19) // Теоретическая и прикладная лингвистика. 2024. Вып. 10, № 1. С. 86–99.

Li Wenge<sup>1✉</sup><sup>1</sup>Harbin Institute of Technology  
Harbin, China<sup>1</sup>yuqili@126.comTatiana E. Petrova<sup>2</sup>, Zhang Tong<sup>3</sup><sup>2,3</sup>St Petersburg State University  
St Petersburg, Russian Federation

## Internet meme as a creative type of polycode text (Based on Russian memes about the Covid-19 pandemic)

### Abstract

This article aims to identify the features of internet memes as a genre of polycode text creation and methods for achieving creativity. Russian internet memes related to the COVID-19 pandemic were selected by continuous sampling from authentic contexts of the Internet space using the keywords *мем, пандемия, ковид, коронавирус*

(=meme, pandemic, covid, coronavirus) in the period from January 2021 to May 2022. A total of 450 units were selected. The analysis of the structural and lexico-semantic features of the selected units using the descriptive method, contextual and structural analysis, statistical methods enabled to identify three major ways of Internet meme formation and determine the frequency of occurrence of each of them: photoshop (83.6%), the use of hyperlinks (20.4%), transformations of the verbal component at the phonetic, morphological and lexical levels (5.8%). The results obtained enable to interpret the internet meme as a special kind of polycode text characterized by hypertextuality, symmetry, the ability to creatively transform images and text as well as by the ability to transform certain language units on different levels of the language.

**Keywords:** internet memes, polycode text, verbal component, nonverbal component, creativity

© Li W., Petrova T. E., Zhang T. 2024

**For citation:** Li, W., Petrova, T. E., Zhang, T. (2024). Internet-mem как kreativnyy tip polikodovogo teksta (na materiale russkoyazychnykh memov o pandemii Covid-19) [Internet meme as a creative type of polycode text (Based on Russian memes about the Covid-19 pandemic)]. *Teoreticheskaya i prikladnaya lingvistika [Theoretical and Applied Linguistics]*, 10 (1), 86–99.

## 1. Введение [Introduction]

По мере развития информационного общества Интернет перестал быть простым инструментом передачи и поиска информации, а превратился в «демонстратора», отражающего действительность в жизни человека и тем самым в создателя её электронного аналога, охватывающего разные аспекты обыденной жизни людей [Горина, 2010], которые воплощаются в интернет-мемах в виде спонтанного лавинообразного распространения информации в интернет-среде [Ксенофонтова, 2009].

Актуальность данной работы обусловлена, с одной стороны, тем, что у лингвистов возрастает интерес к изучению поликодовых текстов, совмещающих в себе знаки из разных семиотических систем, а интернет-мем как относительно недавно зародившийся тип поликодового текста заслуживает особого внимания; с другой стороны, тем, что интернет-мем как объект лингвистического исследования был малоизучен, фундаментальные исследования интернет-мема на материале русского языка практически отсутствуют.

Термин «интернет-мем» восходит к понятию «мема» (англ. *Meme*, от греч. *Mimeme*), впервые введённому Р. Докинзом в 1976 г. в своей работе «Эгоистичный ген» («*The Selfish Gene*»), где автор рассматривает мем как аналог гена в аспекте культуры [Цит. по: Denisova 2019], считая его подобным биологическим генам производным геном культуры, эволюционирующим через репликацию, имитацию, мутации и отбор [Dawkins 2006]<sup>1</sup>. Интернет-мем зародился и существует именно в среде интернета, которому учёные начали уделять внимание совсем недавно. В связи с этим, изучение интернет-мема в основном сосредоточено на определении его понятия, характеристик, структуры, прагматической функции, жанровых разновидностей. Как указано в работе Л. К. Бёрзея, большинство определений интернет-мема основаны на концепции эволюционной биологии, предложенной Р. Докинзом [Börzsei 2013]. С учётом роли интернет-мема как носителя культуры и единицы информации определение интернет-мема было модернизировано на основе теории меметики и специфики современного коммуникативного пространства, что дало возможность рассматривать его как «хранилище культурных кодов сетевого сообщества» [Марченко, 2013, с. 113], «отклик на актуальные события современной действительности» [Горобцова, Киселёва, 2014, с. 141] и «зеркало общественных настроений и тенденций» [Блинова, 2019, с. 80], а также как разновидность цифровой информации, намеренно созданной несколькими участниками и рас-

---

<sup>1</sup> Третье издание (30 лет со дня выхода книги).

пространяющейся онлайн [Shifman, 2014]. К настоящему времени исследователями проанализированы особенности этапов становления, распространения, использования и угасания интернет-мемов [Кронгауз, 2014], прагматический потенциал интернет-мема [Лысенко, 2017; Ковалевич, Корсакова, 2018; Левченко, Изгаршева, 2018; Марченко, 2019; Костоглотов, 2021 и др.] с такими функциями, как фактическая, номинативная, информирующая, коммуникативная, познавательная, побудительная, репрезентирующая, идентифицирующая, пропагандирующая, эстетическая, эмоционально-экспрессивная и аксиологическая. Изучена особая структура интернет-мема как особого типа поликодового текста, или креолизованного текста<sup>2</sup>, состоящего из естественного языкового кода и кода другой семиотической системы [Щурина, 2010; Качмазова, 2016; Канашина, 2017 а, б; Никитина и др., 2018; Карташова, Ахмедзянова, 2019]. Рассматривая Интернет как среду порождения и функционирования поликодовых текстов, исследователи отмечают, что будучи комическим речевым жанром интернет-коммуникации интернет-мемы обладают жанровым многообразием – среди многочисленных видов поликодового текста в Интернете к числу интернет-мемов относят следующие жанровые разновидности: демотиватор, эдвайс, карикатура, интернет-комикс, саркастические открытки, пост, интернет-цитаты и др. [Щурина, 2010; Качмазова, 2016; Левченко, Изгаршева, 2018; Скворцова, Петрова, 2021]. Активно изучается вопрос о типологии интернет-мемов: по принципу дихотомий [Зиновьева, 2015], по принципу технологий создания и с позиций структурно-семиотической организации [Марченко, 2019], на основе описания разных способов образования мема (текстовый мем, мем-изображение, медиамем, гифы, креолизованный мем) [Щурина, 2014, с. 86–87].

Ранее выявлено наличие семантической спаянности невербальной (картинки) и вербальной составляющих как дифференциального признака интернет-мема [Чжан, 2023]. В данной работе будут рассмотрены статичные креолизованные мемы, в которых вербальная составляющая (текстовый мем) и невербальная составляющая (мем-изображение) используются как шаблон или основа создания поликодового мема, имеют особую семантическую нагрузку и/или эмоциональную окраску и являются важными для понимания интернет-мема. Мы предлагаем называть текстовый мем «текстовым шаблоном», или «шаблоном-надписью», а мем-изображение – «шаблоном-изображением», или «шаблоном-рамкой». Цель нашего исследования – выявить особенности интернет-мема как креативного жанра поликодового текста и описать способы реализации креативности.

## 2. Эксперимент [Experiment]

### 2.1. Материал и методика исследования [Material and methods]

Материалом данного исследования послужили русскоязычные интернет-мемы на тему пандемии Covid-19, выложенные в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук» (Facebook) (дата обращения: 17.02.2022). Методом сплошной выборки было отобрано 501 мем по указанной теме. Далее применялся метод направленной выборки с опорой на следующие критерии: 1) наличие поликодовой структуры – вербальной составляющей в форме надписи, текста и т. п. и статичного изображения или нескольких изображений в качестве невербальной составляющей; 2) отсутствие нецензурных выражений; 3) отсутствие невербальных компонентов, включающих неприличные картинки; 4) отсутствие оскорбительного, клеветнического отношения к какой-либо стране, в частности к Китаю, где были выявлены первые случаи заболевания коронавирусом. В результате выяснилось, что 41 из 501 мема

<sup>2</sup> Поликодовый текст – это текст, в котором «сочетается естественный языковой код с кодом какой-либо иной семиотической системы (изображение, музыка и т. п.)» [Ейгер, Юхт, 1974, с. 105]. Это термин, введенный Г. В. Ейгером и В. Х. Юхтым, а креолизованный текст, использованный Ю. А. Сорокиным и Е. Ф. Тарасовым, рассматривается в нашей статье как его синоним.

не соответствовали вышеперечисленным критериям, поэтому они были исключены из дальнейшего анализа и количество отобранных единиц сократилось до 460.

В работе были использованы: 1) описательный метод для описания структуры интернет-мемов, 2) метод контекстуального анализа при описании шаблона-рамки и контекстуально обусловленных этой рамкой текстовых фрагментов интернет-мема, 3) метод структурного анализа для изучения трансформации единиц разных лингвистических уровней, 4) статистические методы анализа данных.

## 2.2. Обсуждение результатов [Results and discussion]

### 2.2.1. «Фотожаба» [Photoshopped image]

Интернет-мем считается креативным жанром поликодового текста, популярным форматом интернет-коммуникации, характеризующимся лаконичной формой, содержательной насыщенностью, высокой степенью зависимости содержания вербальных и невербальных компонентов и юмористической направленностью, сглаживающей остроту восприятия той или иной ситуации [Ребрина, 2022]. Креативность интернет-мема определяется способностью создателя мема, хорошо владеющего языком, захватить фокус события и творчески переосмыслить и обработать изображение. Анализ материала показал, что «доля креативности» при размещении поликодового мема в интернете очень высока – 97,8%. Лишь 10 интернет-мемов из 460 рассмотренных нельзя считать креативными (они представляли собой лишь фото-копии других поликодовых объявлений, инструкций, образов и изображений, которые понравились автору, но он их творчески не переработал). В остальных 450 интернет-мемах наблюдались те или иные способы реализации креативности.

При создании мема его автор может изменить любую часть интернет-мема для того, чтобы реципиент смог легче и точнее интерпретировать заложенную в меме мысль. В этом плане важную роль играет так называемая фотожаба – обработанное изображение, выполненное в графическом редакторе «Adobe Photoshop» или при помощи другого удобного приложения-редактора [Щурина, 2012; Ковалевич, Корсакова, 2018], с помощью которого интернет-пользователи могут создавать разнообразные мемы, изображающие состояние человека, его мнение по тому или иному вопросу, отношение к различным событиям и ситуациям, различные эмоции.

Анализ материала показал, что фотожаба – это наиболее частотный и вариативный шаблон интернет-мема. Она была использована в 376 из 450<sup>3</sup> рассмотренных интернет-мемов (83,6%). Выявлены следующие способы реализации креативности с использованием фотожабы в интернет-меме:

1. Добавление к оригинальному невербальному тексту универсальных, выделительных элементов. Например, известное во всём мире произведение живописи Леонардо да Винчи «Джоконда» служит шаблоном-рамкой для невербальной составляющей мема на тему «коронавирус» (рис. 1). С помощью фотожабы улыбающейся Моне Лизе придаётся элемент «маска» – изображается пандемическая ситуация в мире. К картинке добавляется письменный текст, выступающий в качестве своего рода совета – в выделенной ярким цветом вербальной части «НОСИШЬ МАСКУ – ВСТРЕТИШЬ ПАСХУ» используется синтаксическая структура обобщённо-личного предложения.

2. Изменение текстовой части интернет-мема, сопровождающей изображение. Например, в мемах, появившихся в сети в мае 2020 г., посвящённых майским праздникам (рис. 2), в качестве невербальной части используется флаг в форме красной маски, которая символизирует эпидемиологическую ситуацию. Вербальные составляющие

---

<sup>3</sup>Здесь и далее для вычисления процента от общего количества исследуемых единиц будут учитываться 450 интернет-мемов, в которых так или иначе была реализована креативность их создателя.

щие мемов сильно различаются: слева использовано уходящее из употребления слово «товарищи», заставляющее реципиента ассоциировать красную маску с флагом СССР, что создаёт комический эффект и вызывает у читателя смех; а справа автор мема изменяет вербальную часть шаблона-рамки: текст «Мир закрыт. Труд запрещён. Май взапёрти», состоящий из трёх односоставных предложений, описывает неприятную жизненную ситуацию в период борьбы с коронавирусом, отражает негативное отношение автора мема и его потенциальных читателей к происходящему.

### **НОСИШЬ МАСКУ - ВСТРЕТИШЬ ПАСХУ.**



Р и с у н о к 1. Мем в стиле «Джоконды»  
[Figure 1. Gioconda-style meme]

**С ПРАЗДНИКОМ, ТОВАРИЩИ!**



**МИР ЗАКРЫТ, ТРУД  
ЗАПРЕЩЁН, МАЙ ВЗАПЕРТИ**



Р и с у н о к 2. Вариации мема в стиле 1 мая  
[Figure 2. First-of-May-style meme variations]

3. Использование разных картинок для иллюстрации одного и того же текстового фрагмента. Например, в мемах на рисунках 3–4 вербальный компонент представлен одним и тем же текстом: в диалоге описывается, почему у персонажа картинки такие большие уши. В меме на рисунке 3 в качестве невербального компонента используются кадры из фильма «Волшебная страна», в меме на рисунке 4 – фотография обезьянки с большими ушами. Несмотря на то, что используются разные картинки, общее смысловое содержание мемов полностью совпадает благодаря идентичной семантике их невербальных частей, а именно идентичной семантике шаблонов-изображений.

Если смысл шаблона-изображения понятен пользователю (адресату мема), получившему этот мем от другого пользователя (адресанта), то он может его переосмыслить и создать новый мем с помощью того же набора картинок – тогда он превращается из получателя / потребителя / адресата информации в отправителя / создателя / адресанта, проявляющего свою креативную способность. Таким образом, те, кто намеренно используют интернет-мем в коммуникативном процессе, становятся креативными субъек-

тами, имеющими право решать, что удалить или что добавить к первоначальному мему. Рассмотрим ряд примеров таких видоизменений.



Р и с у н о к 3. Шаблоны с одним и тем же текстом: вариант 1  
[F i g u r e 3. Templates with the same text: Variant 1]



Р и с у н о к 4. Шаблоны с одним и тем же текстом: вариант 2  
[F i g u r e 4. Templates with the same text: Variant 2]

4. Видоизменение невербальной части интернет-мема в зависимости от содержания текстового компонента. Например, в мемах на рисунках 5–7 использована одна и та же типичная картинка-шаблон – обезьяна с «косящимися глазами». Серия последовательных картинок описывает состояние субъекта коммуникации (автора мема или его реципиента / адресанта): картинка слева означает «я в шоке», «меня пугает что-либо», картинки справа – «что же делать?», «я растерян». В зависимости от вербального компонента мема картинка видоизменяется. На рисунке 5 речь идёт о ситуации в магазине, когда кто-то из покупателей чихнул, обезьянке пририсована маска как обязательное средство защиты от вируса в период пандемии. На рисунке 6 шаблон-изображение остаётся прежним, к нему не добавляются никакие другие элементы, мем представляет собой реакцию на содержание вербальных высказываний о случае неожиданной проверки работы в дистанционном режиме. На рисунке 7 описывается болезненное состояние автора посредством добавления элемента «красных глаз» как возможного симптома заражения коронавирусом. Комический эффект здесь достигается за счёт неоднозначности картинки: красные глаза могут быть как симптоматическим показателем первых стадий заболевания коронавирусом, так и синдромом усталости от длительного сидения за компьютером.



Р и с у н о к 5. Использование одинаковой картинка-шаблона: вариант 1  
[F i g u r e 5. The use of similar picture template: Variant 1]

**\*работа на удалёнке\***

**босс в рабочем чате: "пришли тот отчет СРОЧНО"**

**я, стою в очереди на кассу в Ашане с полной тележкой продуктов:**



**Р и с у н о к 6. Использование одинаковой картинка-шаблона: вариант 2**

[F i g u r e 6. The use of similar picture template: Variant 2]

"Красные и слезящиеся глаза могут быть ранним симптомом заражения коронавируса, об этом говорит растущее число жалоб инфицированных пациентов на красноту, зуд, слезоточивость", - цитирует медиков издание Bild.

**Я, ЦЕЛЫМИ ДНЯМИ СИДЯЩИЙ ЗА КОМПЬЮТОМ:**



**Р и с у н о к 7. Использование одинаковой картинка-шаблона: вариант 3**

[F i g u r e 7. The use of similar picture template: Variant 3]

На наш взгляд, в этом типе интернет-мемов проявляется наибольшая степень креолизации между вербальной и невербальной составляющими текста, что может объясняться тем, что иконическое сообщение иногда имеет несколько вариантов прочтения, а вербальное даёт контекст, то есть его уточняет, конкретизирует. Это значит, что вербальная и невербальная составляющие интернет-мемов взаимосвязаны и взаимообусловлены.

### 2.2.2. Использование гиперссылок [The use of hyperlinks]

Интернет-мем может рассматриваться как гипертекст, который служит важной технологией при организации пространства Интернета. В большинстве случаев гипертекст реализуется за счёт использования гиперссылок как его неотъемлемых составляющих. В интернет-меме нередко «замаскированно» существует прецедентный феномен, которым может служить как текст, так и картинка. Интернет-пользователь при создании интернет-мема выражает своё мнение или эмоцию с помощью короткого текста с картинкой, отсылающего читателя к его прошлому коммуникативному опыту, к известной ему информации. В результате такого соединения гипертекст в меме рассматривается уже не как способ связи, а как креативный «продукт со специфической организацией» мысли субъекта коммуникации [Мичурин, 2014, с. 31]. И это неудивительно, ведь в коммуникативном пространстве Интернета «сложилась особая среда, в которой всякий пользователь получил возможность выступить не только потребителем информации <...> но и её источником, создателем» [Мичурин, 2014, с. 31]. В нашем материале было найдено 92 примера (20,4%) использования мема как гипертекста.

Так, в меме на рисунке 8 изображён волк, который попадает в полную растерянность, когда понимает, что он уже не пугает овец. Смысл этого поликодового текста – русские не боятся коронавируса. При создании мема его автор намеренно сначала картинкой привлекает внимание других интернет-пользователей к устоявшимся отношениям между овцами и волками, которые являются прецедентной ситуацией для носителей русского языка. С помощью реплики одной из овец – словосочетания «коллективный иммунитет» (как одного из способов борьбы с коронавирусом) – автор мема заставляет читателя сопоставить фактическую ситуацию с прецедентной и успешно интерпретировать смысл текста. В данном случае интернет-мем служит «гиперссылкой» на реальное событие и отношение пользователей к нему.



Р и с у н о к 8. Мем как гипертекст: волк и овцы  
[F i g u r e 8. Meme as hypertext: A wolf and sheep]

### 2.2.3. Трансформация вербальной составляющей [Verbal content transformation]

Творческий потенциал пользователей интернет-мемов проявляется не только в оформлении графической части мема, но и в трансформации вербальной составляющей мема на разных лингвистических уровнях. Анализ материала позволил выделить три типа трансформации – трансформация на фонетическом, на морфологическом и на лексическом уровнях. Всего было зафиксировано 26 случаев трансформации (5,8%). Рассмотрим примеры трансформации на разных уровнях.

1. Трансформация на фонетическом уровне. Мем на рисунке 9 представляет собой шуточный «QR-код», который служит одной из административных ограничительных мер в период развития пандемии. Процедура оформления QR-кода сложная, поэтому многие жители больших городов негативно относятся к обязательности его получения. Неизвестный интернет-пользователь создал данный юмористический мем, чтобы выразить свою отрицательную эмоцию: квадратный QR-код представлен в виде улыбающегося кота, внизу зафиксирована соответствующая данной трансформации надпись «QR-кот», которая образуется за счёт языковой (в данном случае – фонетической) игры на основе омофонии: фонемный состав слов-омофонов *кот* и *код* одинаков, в то время как пишутся они по-разному. Такое средство относится к способам фонетической деформации.

2. Трансформация на морфологическом уровне. В меме на рисунке 10 представлен поликодовый анекдот следующего содержания: через два года дистанционки мальчик уже забыл все правила русского языка и разучился правильно писать. Картинка в меме играет роль декоративного элемента, не имеющего семантической нагрузки. Таким образом, смысл мема образуется только на основе текста. В тексте выделены слова «КАКАЕШЬ» и «КАКАИШЬ» прописными буквами: оба слова содержат в себе два типа морфем – корень вопросительного прилагательного *какой* (*как-*) и суффикс формы склонения глагола настоящего времени второго лица единственного числа (*-ешь* и *-ишь*). Одно из сочетаний приводит к появлению грамматически неверной, ненормативной словоформы, смысл использования которой – показать неэффективность дистанционного режима, который привёл к низкому уровню владения родным языком. Такая трансформация – намеренно неверное сочетание морфем – называется морфологической деформацией.

3. Трансформация на лексическом уровне. В меме на рисунке 11 прописными буквами выделена номинация объекта мема и внизу – его толкование. Под ядерным словом мема «COVКулы» подразумевается указ правительства России об установлении

нерабочих дней в период с 30-го октября по 7-е ноября 2021 года в целях недопущения дальнейшего распространения коронавируса. Такая трансформация получила название окказионализм, или авторский неологизм, который представляет собой необычное слово, придуманное автором интернет-мема в особый период.

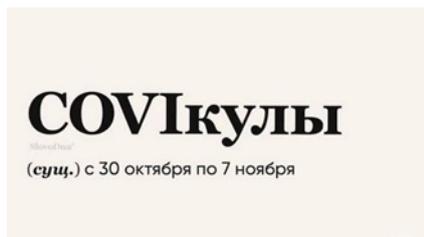


Р и с у н о к 9. Трансформация «код – кот»  
[Figure 9. “Kod – kot” transformation (= code – cat)]

Шёл второй год дистанционного обучения....



Р и с у н о к 10. Морфологическая деформация  
[Figure 10. Morphological deformation]

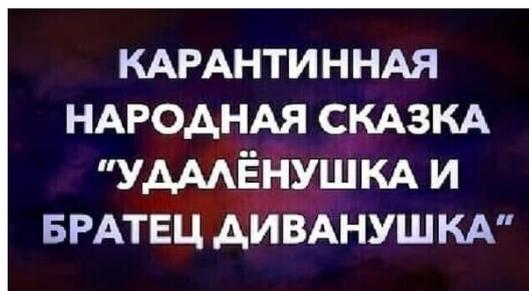


Р и с у н о к 11. Лексическая трансформация  
[Figure 11. Lexical transformation]

#### 2.2.4. Одновременное использование нескольких средств в интернет-меме [Simultaneous use of several means in an Internet meme]

Возможно одновременное использование нескольких способов реализации креативности при создании интернет-мема. Приведём пример. На рисунке 12 в меме сочетаются все три средства. Во-первых, с помощью фотожабы к вербальной части прилагается фон с тёмно-пурпурным цветом, придающим таинственную и гнетущую атмосферу всему изображению. Во-вторых, в вербальном фрагменте мема появляются два авторских неологизма «удалёнушка» и «диванушка», под которыми подразумеваются состояния человека в карантинный период («учёба и работа в удалённом режиме» и «дома нечего делать, кроме как лежать на диване»). В-третьих, вербальный текст, выделенный особым шрифтом и заглавными буквами, вызывает у реципиентов ассоциации с названием русской народной сказки «Сестрица Алёнушка и братец Иванушка». Юмористический эффект от данного мема достигается за счёт гиперссылок и трансформации вербальной части, а подавленное настроение людей в период карантина передаётся с помощью установленного фотожабой тёмного фона.

Анализ исследуемых интернет-мемов позволил выявить 88 случаев смешанного использования разных средств креативности: «фотожаба + гиперссылка» (73 случая, 83%), «фотожаба + трансформация» (13 случаев, 14,8%) и «фотожаба + гиперссылка + трансформация» (2 случая, 2,3%).



Р и с у н о к 12. Одновременное использование средств  
«фотожаба + гиперссылка + трансформация»

[F i g u r e 12. Simultaneous use of means of «Photoshop + hyperlink + transformation»]

### 3. Заключение [Conclusion]

Анализ 450 поликодовых русскоязычных интернет-мемов позволяет сделать вывод о том, что интернет-мем, в отличие от текстов традиционной массовой коммуникации с однонаправленным информированием, носит симметричный характер: он служит не только средством воздействия на реципиента, но и удобным средством для последующего создания реципиентом новых мемов. Таким образом, пользователь при создании поликодового текста в системе Интернета из пассивного реципиента превращается в креативного «мастера».

Анализ материала позволил выявить вариативность использования различных средств при создании интернет-мемов. Креативность создания интернет-мемов во многом обусловлена изменяемостью и вариативностью шаблонов, которые используются для создания интернет-мемов, таких как «фотожаба» (83,6%), добавление к оригинальному невербальному тексту универсальных, выделительных элементов, изменение текстовой части интернет-мема, использование разных картинок для иллюстрации одного и того же текстового фрагмента, видоизменение невербальной части интернет-мема в зависимости от содержания текстового компонента, а также использование гиперссылок (20,4%) и трансформации вербальной составляющей интернет-мема (5,8%). Возможно и одновременное функционирование нескольких средств в интернет-меме.

Выявленные средства создания интернет-мема как универсального феномена массовой интернет-коммуникации позволяют говорить о нём как об особом типе поликодового текста, обладающем гипертекстуальностью, симметричностью, возможностью креативного изменения вербальной и изобразительной составляющих в зависимости от целей участников коммуникации и способностью к трансформации языковых единиц на разных лингвистических уровнях, получившей название языковой игры. Именно в данных характеристиках интернет-мема закреплена его креативность.

### Благодарности [Acknowledgments]

Работа выполнена при финансовой поддержке СПбГУ, проект № ID 94034584 «Механизмы чтения и интерпретации текста на родном и неродном языках: междисциплинарное экспериментальное исследование с использованием методов регистрации движения глаз, визуальной аналитики и технологий виртуальной реальности».

### Библиографический список

- Блинова, 2019 – Блинова О.А. Мультимодальность в сетевом политическом дискурсе: интернет-мемы о независимости Шотландии // Научный диалог. 2019. № 10. С. 79–93. <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-10-79-93>
- ВКонтакте, 2022 – ВКонтакте. URL : <https://vk.com/> (дата обращения : 20.02.2022).

- Горина, 2010 – Горина Е. В. Когнитивное взаимодействие как конституирующий признак Интернет-дискурса // Известия Уральского гос. ун-та. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. 2010. № 1 (71). С. 58–66.
- Горобцова, Киселёва, 2014 – Горобцова И. В., Киселёва Н. Ю. Речевой жанр интернет-мема в современном англоязычном сетевом пространстве // Современные тренды развития социогуманитарного знания: сб. тр. IV Междунар. науч.-практ. конф. Ростов-на-Дону: Международный исследовательский центр «Научное сотрудничество», 2014. С. 140–151.
- Ейгер, Юхт, 1974 – Ейгер Г. В., Юхт В. Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Горького. Ч. 1. М., 1974. С. 103–109.
- Зиновьева, 2015 – Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–201.
- Канашина, 2017 а – Канашина С. В. Интернет-мем как поликодовый текст // Языковое бытие человека и этноса: материалы XIII Березинских чтений (Москва, 15 мая 2017 г.). Вып. 19 / под ред. В. А. Пищальниковой. М.: ИНИОН РАН, 2017. С. 106–112.
- Канашина, 2017 б – Канашина С. В. Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. Сер.: Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277). С. 84–90.
- Карташова, Ахмедзянова, 2019 – Карташова Е. П., Ахмедзянова А. Р. Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего» // Вестник Марийского гос. ун-та. 2019. Т. 13, № 3. С. 426–430.
- Качмазова, 2016 – Качмазова А. У. Креолизованный текст как жанр интернет-дискурса // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2016. № 3. С. 108–110.
- Ковалевич, Корсакова, 2019 – Ковалевич Е. П., Корсакова В. А. К вопросу о модели интернет-мема // Вестник Армавирского гос. пед. ун-та. 2019. № 2, Т. 1. С. 117–127.
- Костоготов, 2021 – Костоготов Д. А. Историческое сознание в интернет-мемах: к постановке проблемы // Вестник РГГУ. Сер.: Литературоведение. Языкознание. Культурология. 2021. № 9. С. 126–138.
- Ксенофонтова, 2009 – Ксенофонтова И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор: сб. ст. М.: Гос. респ. центр русского фольклора, 2009. С. 285–294.
- Левченко, Изгаршева, 2018 – Левченко М. Н., Изгаршева А. В. Креолизованный текст в системе «Интернет» // Вестник Московского гос. обл. ун-та (электронный журнал). 2018. № 4. С. 200–216. URL : <https://www.evestnik-mgou.ru>
- Лысенко, 2017 – Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодёжи // Вестник СПбГУ. Сер.: Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2017.403>
- Марченко, 2013 – Марченко Н. Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества // Казанская наука. 2013. № 1. С. 113–115.
- Марченко, 2019 – Марченко Т. В. Интернет-мем как феномен медиакommunikации: типологические характеристики и потенциал прецедентности // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сб. науч. тр. Вып. 16 / отв. ред. А. Г. Пастухов. Орел: ООО «Горизонт», 2019. С. 209–220.
- Мичурин, 2014 – Мичурин Д. С. Прецедентный поликодовый текст в вербально-изобразительной коммуникации Интернет-сообществ (на материале русскоязычных имидж-форумов): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2014. 162 с.
- Никитина, и др., 2018 – Никитина О. А., Гудкова О. А., Зандер Ф. Интернет-мем как мультимодальный феномен немецкоязычного интернет-дискурса // Язык и культура. 2018. № 43. С. 74–87. <https://doi.org/10.17223/19996195/43/5>
- Ребрина, 2022 – Ребрина Л. Н. Интернет-мемы как актуальный феномен политической интернет-коммуникации в Германии: тематическая группа «Большая коалиция» // Научный диалог. 2022. Т. 11, № 4. С. 239–257.
- Скворцова, Петрова, 2021 – Скворцова Д. Е., Петрова Т. Е. Текст, звук, изображение: какие интернет-мемы интересны современным подросткам? // Язык-Музыка-Жест: информационные перекрестки (LMGIC-2021): материалы междунар. конф., Санкт-Петербург, 19–21 апреля 2021 года. СПб: ООО «Скифия-принт», 2021. С. 110–111.

- Щурина, 2012 – Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. С. 160–172.
- Щурина, 2014 – Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого гос. ун-та. 2014. № 6. С. 85–89.
- Щурина, 2010 – Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестник Новгородского гос. ун-та. 2010. № 57. С. 82–86.
- Кронгауз, 2014 – Кронгауз М. А. Мем в русскоязычном интернете: опыт деконструкции // Русский язык и новые технологии / под ред. М. В. Ахметовой, В. И. Беликова. М.: Новое лит. обозрение, 2014. С. 87–95.
- Börzsei, 2013 – Börzsei L. K. Makes a meme instead: A concise history of internet memes // New Media Studies Magazine. 2013. №. 7. P. 1–28. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54915682>
- Dawkins, 2019 – Dawkins R. The Selfish Gene. Oxford : Oxford University Press, 2006. 360 p.
- Denisova, 2019 – Denisova A. Internet Memes and Society : Social, Cultural, and Political Contexts. Routledge : New York Press, 2019. 203 p.
- Facebook, 2022 – Facebook. [Электронный ресурс]. URL : <https://www.facebook.com/> (дата обращения : 17.02.2022)
- Shifman, 2014 – Shifman L. Memes in Digital Culture. Cambridge MA : The MIT Press, 2014. 200 p.

### References

- Blinova, O. A. (2019). Mul'timodal'nost' v setevom politicheskom diskurse: internet-memy o nezavisimosti Shotlandii [Multimodality in online political discourse: Internet memes about Scottish independence]. *Nauchnyy dialog [Scientific Dialogue]*, 10, 79–93. (In Russ.). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2019-10-79-93>
- VKontakte, 2022 – VKontakte. Retrieved February 20, 2020 from <<https://vk.com/>>.
- Gorina, E. V. (2010). Kognitivnoe vzaimodeystvie kak konstituiruyushchiy priznak Internet-diskursa [Cognitive interaction as a constituting feature of Internet discourse]. *Izvestiya Ural'skogo gos. un-ta. Ser. 1. Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury [Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1. Issues in Education, Science and Culture]*, 1 (71), 58–66. (In Russ.).
- Gorobtsova, I. V., Kiseleva, N. Yu (2014). Rechevoy zhanr internet-mema v sovremennom angloyazychnom setevom prostranstve [The speech genre of internet-meme in modern English-language net space]. *Sovremennye trendy razvitiya sotsiologicheskogo znaniya [Modern trends of developing knowledge in Social sciences and Humanities] : Proc. IV International. conf.* (pp. 140–151). Rostov-on-Don : Nauchnoe sotrudnichestvo Press.
- Eyger, G. V., Yukht, V. L. (1974). K postroeniyu tipologii tekstov [Developing the typology of texts]. *Lingvistika teksta [Text linguistics] : Conf. proc.* (Ch. 1, pp. 103–109). Moscow : The Maurice Thorez Institute of Foreign Languages.
- Zinovieva, 2015 – Zinovieva, N. A. Vozdeystvie memov na internet-pol'zovateley: tipologiya internet-memov [Impact of memes on Internet users: Typology of Internet-memes]. *Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii [The Review of Economy, the Law and Sociology]*, 1, 195–201.
- Kanashina S. V. (2017 a). Internet-mem kak polikodovyy tekst [Internet meme as a multimodal text]. In V. A. Pishchal'nikova (Ed.), *Yazykovoye bytie cheloveka i etnosa [Language being of a human and ethnos] : Proc. XIII Berezinskie readings*, Moscow, May 15, 2017 (Vol. 19, pp. 106–112). Moscow : INION RAS Press.
- Kanashina S. V. (2017 b). Chto takoe internet-mem? [What is an Internet meme]. *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gos. un-ta. Ser.: Gumanitarnye nauki [Belgorod State University Scientific Bulletin. The Humanities]*, 28 (277), 84–90.
- Kartashova, E. P., Akhmedzyanova, A. R. (2019). Internet-mem kak osnovnoy vid kreolizovannogo teksta v samoprezentatsii «cheloveka tvoryashchego» [Internet meme as the basic type of creolized texts in self-presentation of the “creative human”]. *Vestnik Mariyskogo gos. un-ta [Vestnik of the Mari State University]*, 13 (3), 426–430. (In Russ.).

- Kachmazova, A. U. (2016). Kreolizovannyi tekst kak zhanr internet-diskursa [Creolized text as a genre of internet discourse]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoy lingvistiki [Current Issues in Philology and Pedagogical Linguistics]*, 3, 108–110. (In Russ.).
- Kovalevich, E. P., Korsakova, V. A. (2019). K voprosu o modeli internet-mema [To the question of the model of Internet meme]. *Vestnik Armavirskogo gos. ped. un-ta [The Bulletin of Armavir State Pedagogical University]*, 2 (1), 117–127. (In Russ.).
- Kostoglotov, D. A. (2021). Istoricheskoe soznanie v internet-memakh: k postanovke problemy [Historical consciousness in internet memes: towards a problem statement]. *Vestnik RGGU. Ser.: Literaturovedenie. Yazykoznanie. Kul'turologiya [RGGU Bulletin. "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies"]*, 9, 126–138. (In Russ.).
- Ksenofontova, I. V. (2009). Spetsifika kommunikatsii v usloviyakh anonimnosti: memetika, imidzhbordy, trolling [The specifics of anonymous communication: Memetics, imageboards, trolling]. *Internet i fol'klor [Internet and Folclore]: A collection of papers* (pp. 285–294). Moscow: Gos. resp. tsentr russkogo fol'klora Press.
- Levchenko, M. N., Izgarsheva A. V. (2018). Kreolizovannyi tekst v sisteme «Internet» [Creolized text in the internet-system]. *Vestnik Moskovskogo gos. obl. un-ta [Moscow Region State University]*, 4, 200–216. (In Russ.). URL: <https://www.evestnik-mgou.ru>
- Lysenko, E. N. (2017). Internet-memy v kommunikatsii molodezhi [Internet memes in youth communication]. *Vestnik SPbGU. Ser.: Sotsiologiya [Vestnik SPbSU. Sociology]*, 10 (4), 410–424. (In Russ.). <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2017.403>
- Marchenko, N. G. (2013). Internet-mem kak khranilishche kul'turnykh kodov setevogo soobshchestva [Internet-meme like storage of the cultural code of internet-community]. *Kazanskaya nauka [Kazan Science]*, 1, 113–115. (In Russ.).
- Marchenko, T. V. (2019). Internet-mem kak fenomen mediakommunikatsii: tipologicheskie kharakteristiki i potentsial pretsedentnosti [Internet Meme as a Phenomenon of Media Communication: Typological Features and Precedence Potential]. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom diskurse [Genres and types of text in scientific and media discourse]: A collection of papers* (Vol. 16, pp. 209–220). Orel: Gorizont Press.
- Michurin, D. S. (2014). Pretsedentnyy polikodovyy tekst v verbal'no-izobrazitel'noy kommunikatsii Internet-soobshchestv (na materiale russkoyazychnykh imidzh-forumov) [Precedent multimodal text in verbal and artistic communication in Internet communities: Based on Russian image forums]. PhD in Philological sci. diss. Tver.
- Nikitina, O. A., Gudkova, O. A., Zander, F. (2018). Internet-mem kak mul'timodal'nyy fenomen nemetskoyazychnogo internet-diskursa [Internet meme as a multimodal phenomenon of the german Internet-discourse]. *Yazyk i kul'tura [Language and culture]*, 43, 74–87. (In Russ.). <https://doi.org/10.17223/19996195/43/5>
- Rebrina, L.N. (2022). Internet-memy kak aktual'nyy fenomen politicheskoy internet-kommunikatsii v Germanii: tematicheskaya gruppa «Bol'shaya koalitsiya» [Internet memes as a current phenomenon of political Internet communication in Germany: Grand coalition thematic group]. *Nauchnyy dialog [Scientific Dialogue]*, 11 (4), 239–257. (In Russ.). <https://doi.org/10.24224/2227-1295-2022-11-4-239-257>
- Skvortsova, D. E., Petrova, T. E. (2021). Tekst, zvuk, izobrazhenie: kakie internet-memy interesny sovremennym podrostkam? [Text, language, picture: what Internet-meme interesting for modern teenagers] *Yazyk-Muzyka-Zhest: informatsionnye perekrestki (LMGIC-2021) [Language-Music-Gesture: Informational Crossroads (LMGIC-2021)]: International conf. proc., St Petersburg, April 19–21, 2021* (pp. 110–111). St Petersburg: Skifiya-print. (In Russ.).
- Shchurina, Yu. V. (2012). Internet-memy kak fenomen internet-kommunikatsii [Internet meme as a phenomenon of Internet communication]. *Nauchnyy dialog [Scientific Dialogue]*, 3, 160–172. (In Russ.).
- Shchurina, Yu. V. (2014). Internet-memy: problema tipologii [Internet memes: Typology problem]. *Vestnik Cherepovetskogo gos. un-ta [Cherepovets State University Bulletin]*, 6, 85–89. (In Russ.).
- Shchurina, Yu. V. (2010). Komicheskie kreolizovannyye teksty v internet-kommunikatsii [Comic creolized texts in Internet communication]. *Vestnik Novgorodskogo gos. un-ta [Vestnik NovSU]*, 57, 82–86.

- Krongauz, M. A. (2014). Mem v russkoyazychnom internete: opyt dekonstruktsii [Meme in the Russian-language Internet: Deconstruction experience]. In M. V. Akhmetova, V. I. Belikov (Eds), *Russkiy yazyk i novye tekhnologii [The Russian language and new technologies]* (pp. 87–95). Moscow : Novoe lit. obozrenie Press.
- Börzsei, L. K. (2013). Makes a meme instead: A concise history of internet memes. *New Media Studies Magazine*, 7, 1–28. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54915682>
- Dawkins, R. (2006). *The Selfish Gene*. Oxford : Oxford University Press, 360 p.
- Denisova, A. (2019). *Internet Memes and Society : Social, Cultural, and Political Contexts*. Routledge : New York Press, 203.
- Facebook. (n. d.). Retrieved February 17, 2022 from <<https://www.facebook.com/>>.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Cambridge MA : The MIT Press.

Статья поступила в редакцию 21.11.2023; одобрена после рецензирования 19.02.2024; принята к публикации 28.02.2024.  
The article was submitted 21.11.2023; approved after reviewing 19.02.2024; accepted for publication 28.02.2024.