

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ, ПРИКЛАДНАЯ И СРАВНИТЕЛЬНО-СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ
ЛИНГВИСТИКА/THEORETICAL, APPLIED AND COMPARATIVE LINGUISTICS

DOI: <https://doi.org/10.60797/RULB.2026.73.1>

МЕМ КАК КОГНИТИВНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОНСТРУКТ МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА
СОВРЕМЕННОГО СОЦИУМА

Научная статья

Фесенко С.Л.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0008-0051-6484;

¹ Санкт-Петербургский государственный педиатрический медицинский университет, Санкт-Петербург, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (stellafes16[at]yandex.ru)

Аннотация

Наше исследование, выполненное в рамках когнитивной лингвистики, направлено на изучение мемов как культурно-когнитивных конструктов, функционирующих в медийном пространстве конкретного социума и характеризующихся своей агрессивной провокативной направленностью и яркой эмотивно-оценочной спецификой.

Использование различных методов анализа (например, лингвистического и этимологического описания, концептуального анализа и др.) позволило нам выявить как лингво-когнитивную основу, так и культурно-эмотивную составляющую наиболее ярких подклассов мемов, к примеру, музыкальных, бытовых, политических.

При классификации мемов мы исходили из жанровой специфики вербальных источников, их стилистической и синтаксической особенности, а также их прецедентной природы, что в итоге нивелирует роль образовательного уровня коммуникантов.

Проведенное исследование позволяет заключить, что прецедентное содержание лингво-культурного наследия конкретного социума, обусловленное его исторической и культурной памятью, определяет концептуальную основу мемов как культурно-когнитивных конструктов медийного пространства данного общества.

Ключевые слова: мем, культурно-когнитивный конструкт, медиадискурс, социум, нейронная сеть, прецедентная природа.

MEME AS A CULTURAL-COGNITIVE CONSTRUCT OF THE MEDIA SPACE OF MODERN SOCIETY

Research article

Fesenko S.L.^{1,*}

¹ ORCID : 0009-0008-0051-6484;

¹ St. Petersburg State Pediatric Medical University, Saint-Petersburg, Russian Federation

* Corresponding author (stellafes16[at]yandex.ru)

Abstract

Our research, carried out within the framework of cognitive linguistics, is aimed at studying memes as cognitive-cultural constructs functioning in the media space of a particular cultural-political society and characterized by their aggressive provocative orientation and vivid emotive-evaluative specifics.

The use of various methods of analysis (e.g., linguistic and etymological description, conceptual analysis, etc.) allowed us to identify both the linguistic-cognitive basis and the cultural-emotional component of the most vivid subclasses of memes, for example, musical, household, and political ones.

In the classification of memes, we considered the genre specifics of verbal sources, their stylistic and syntactic features, as well as their precedential nature, which ultimately minimizes the role of the educational level of recipients.

The conducted research allows us to conclude that the precedent content of the linguistic and cultural heritage of a particular society, determined by its historical and cultural memory, defines the conceptual basis of memes as cultural-cognitive constructs of the media space of that society.

Keywords: meme, cultural-cognitive construct, media discourse, society, neural network, precedent nature.

Введение

Для оптимального функционирования любого социума в современных условиях требуется по сути синхронизированная коммуникация всех членов данного социума, особенно в условиях широкого использования технических и медийных средств. Целью нашей статьи является изучение таких актуальных и в некоторой степени провокационных элементов медийного дискурса, как мемы. Широкое употребление мемов и прежде всего в интернет пространстве, а также их востребованность и прерогативность в современном коммуникативном пространстве делают данную тему особенно актуальной.

Рамки данной статьи не позволяют провести более глубокое изучение мемов из всех известных дискурсивных источников, ибо такая постановка проблемы для своего решения требует проведения более объемного научного исследования (к примеру, диссертационного). В предлагаемой статье мы обозначили в качестве первичной задачи рассмотрение медийного дискурса в качестве реального пространства функционирования мемов, доступных и знакомых широкому кругу наивных пользователей без особой конкретной профессиональной направленности, но

обладающих базовыми (универсальными) знаниями общего характера, что является достаточно убедительным маркером актуальности и востребованности заявленной проблематики.

Новизна нашей работы заключается в том, что мемы рассматриваются нами как культурно-когнитивные конструкты в плоскости когнитивной лингвистики и медиавистики и интерпретируются нами как проекция авторского концептуального и языкового сознания, что указывает не только на возможную теоретическую, но и большую практическую ценность нашей работы, ибо мемы, а также другие единицы как медийного, так и других дискурсов (политического, медицинского, технического, поэтического, геостратегического и др.) представляют собой аттрактивный объект дальнейших штудий в контексте как междисциплинарных, так и узкоспециализированных (медицинских, социальных, технических и др.) исследований.

Основными методами нашего исследования выступают такие известные и популярные в когнитивистике приемы, как когнитивный анализ, выявление концептуальной структуры и концептуального источника (напр. игра слов, медийные «ляпы» и пр.), а также лингвистическое сравнение, семантическое и этимологическое описание и др.

Основная часть

Как нами подчеркивалось выше, в реальном лингво-культурном сообществе на пике востребованности находится медийный дискурс, поскольку именно ему принадлежит активная роль в формировании, форматировании и консолидации воззрений, мнений, а также взглядов носителей данной лингвокультуры. Современный медиадискурс (в особенности интернет) является для нас аттрактивным объектом исследования в силу своей функциональной релевантности в любом реальном социальном пространстве.

Понятие медиадискурса (т.е. дискурса в медийном пространстве) включает в себя основные характеристики дискурса вообще. Мы остановимся на кратком изложении специфики дискурса, ибо он является базовым для нашей работы.

Нами отмечается полнота изученности теории дискурса в контексте различных научных интересов. К примеру, В.З. Демьянков [3, С. 7] дефинирует дискурс как «произвольный фрагмент текста, состоящий более чем из одного предложения или независимой части предложения. Часто, но не всегда концентрируется вокруг некоторого опорного концепта, создает общий контекст, описывающий действующие лица, объекты, обстоятельства, времена, поступки и т.п. {...} Элементы дискурса: излагаемые события, их участники, перформативная информация и «несобытия», т.е.

- а) обстоятельства, сопровождающие события;
- б) фон, поясняющий события;
- в) оценка участников событий;
- г) информация, соотносящая дискурс с событиями».

По мнению Н.Д. Арутюновой [2, С. 136–137], «дискурс (от франц. discours — речь) — это:

- связный текст в совокупности с экстралингвистическими, социокультурными, психологическими и другими факторами;
- текст, взятый в событийном аспекте;
- речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах).

Дискурс — это речь, "погружённая в жизнь"».

В контексте национальных дискурсов учеными выделяются такие специализированные дискурсы, как политический, социальный, поэтический, медийный, медицинский и др.

Исходя из заявленной в нашей статье проблематики, мы фокусируем наш интерес на медийном дискурсе, привлекавший к себе внимание как зарубежных исследователей (ср. Т. Ван Дейк, А. Белл, М. Монтгомери и др.), так и отечественных (С.И. Бернштейн, В.Г. Костомаров, Г.Я. Солганик, И.П. Лысакова, Т.Г. Добросклонская, А.А. Петрова, Н.Л. Шамне и др.).

Достаточно детально рассматривается медиадискурс в работах Т.Г. Добросклонской, которая интерпретирует его в своей работе [4, С. 47] как «функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия».

В свою очередь, Н.Ф. Алефиренко дефинирует [1, С. 52] медиадискурс как «речемыслеобразное образование событийного характера в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими, паралингвистическими и другими факторами, что, собственно, и делает его «привлекательным» и многообещающим для осмысления речетворческих стимулов в деятельности журналиста».

Более детализировано определение медиадискурса М.Р. Желтухиной [6, С. 132] как «связного, вербального или невербального, устного или письменного текста в совокупности в прагматических, социокультурными, психологическими и другими факторами, выраженного средствами массовой коммуникации, взятого в событийном аспекте, представляющего собой действие, участвующее в социокультурном взаимодействии и отражающего механизм сознания коммуникантов».

Достаточно общий характер носят интерпретации Н.А. Кузьминой [9, С. 7] медиадискурса как «динамической сложной единицы высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» и О.В. Ефимовой [5, С. 48], которая определяет медиадискурс как «активное пространство для сотворчества автора и реципиента».

Проведенное нами в данной работе исследование по дискурсивным проблемам позволяет нам интерпретировать дискурс как реализованное, реально функционирующее в определенном социуме текстовое пространство конкретной жанровой и профессиональной направленности (напр. поэтический дискурс, политический дискурс, медицинский дискурс, геостратегический дискурс, медийный дискурс и др.), вербально-концептуальное содержание которого обусловлено коллективной исторической и культурной памятью.

Опираясь на предложенное нами выше определение дискурса, мы рассматриваем медийный дискурс как эмоционально и эмпатически функционирующую «текстовую медиасферу», включающую широкий спектр профессиональных групп, которой присущи определенная «свобода» и широкая вариативность концептуально-вербальных средств, а также подвижность регламентирующих рамок при использовании коммуникативных способов.

Современная социо-политическая реальность немыслима без динамического функционирования различных видов дискурса, в частности, медийного дискурса, популярность которого обеспечивается агрессивностью его креативных медийных феноменов, к числу которых относятся мемы. В предлагаемой статье наш исследовательский интерес фокусируется на проблеме специфики образования и функционирования мемов как культурно-когнитивных единиц современного медийного пространства, охватывающего интернет, средства массовой информации и пр.

В различных штудиях отмечается что термин «мем» впервые был использован в научном пространстве английским ученым-биологом Ричардом Докинзом. Занимаясь генетическими исследованиями, он сформулировал теорию, согласно которой ген, являясь носителем определенной биологической информации и передаваясь от человека к человеку, в культурном поле имеет «двойника», которого Докинз, вероятно, для созвучности обозначил как мем, который также является носителем, но уже культурной информации, и сравнил эти феномены.

Среди зарубежных исследователей изучением мемов занимались С. Блэкмор, Ф. Хейлиген, К. Хиленс, Л. Шифман; из российских ученых следует отметить Т.Е. Савицкую, Ю.В. Щурину, С.А. Шомову, Е.И. Голованову и др., которые также исследовали данный феномен.

Т.Е. Савицкая [11] называет мем «явлением творческим и характерным для эпохи постмодернизма». Другие исследователи этого явления, например, Н.А. Зиновьева [7, С. 200] дефинирует мем как «семиотический комплекс, полимодальный феномен, характеризующийся особыми дискурсивными признаками». По мнению Ю.В. Щуриной [12, С. 160], «мем — это единица информации, объект, который получил популярность, как правило, спонтанно». Н.Г. Марченко [10, С. 113] определяет мем как «хранилище культурных кодов сетевого сообщества». В трактовке С.В. Канашиной [8, С. 108] мем является «феноменом интернет-коммуникации, передающим определенную культурную информацию и имеющим стандартизированную форму»

Мы не ставим своей целью в данной статье дать комплексный анализ теорий образования мемов, поскольку основной задачей нашей работы является определение и описание концептуальной основы «закрепленных» в социуме мемов в контексте когнитивной лингвистики, исходя из жанровой специфики их вербальных источников, стилистики и синтаксической структуры вербальных примеров и возможного влияния образовательного уровня коммуникантов, ибо когнитивный аспект данной проблемы представляется наиболее актуальным в силу своей недостаточной разработанности.

В контексте когнитивной лингвистики мы интерпретируем мем как культурно-когнитивный конструкт, функционирование которого в реальном социуме характеризуется повышенной оценочностью и эмпатичностью, выражающими различные общественные, политические, религиозные, социокультурные установки, нормы, правила, ритуалы и т.д. По характеру своего функционирования мемы могут быть вербальными, графическими, музыкальными и др.

Мем не существует отдельно от сознания, ибо он является порождением структуры сознания человека, единицей функционирования его нейронной сети. В силу этого мы можем рассматривать мемы не только как проекцию концептуального и вербального сознания человека, но и как единицы его культурной памяти, которые закреплены в его кратковременной и долговременной памяти.

Мемы, на наш взгляд, представляют собой креативный социальный феномен, интерпретационная база которого обусловлена контекстом его изучения (т.е. под каким углом зрения он выступает объектом исследования).

С позиций когнитивной лингвистики мы акцентируем культурно-когнитивные свойства мемов, ибо, на наш взгляд, когнитивная основа мемов определяется концептосферой членов социума, цементирующей широкий социальный резонанс и заразительный характер распространения мемов в реальном социо-политическом пространстве (т.е. пространстве без государственных границ).

В качестве иллюстративного материала мы используем для нашей статьи музыкальные, бытовые, политические и мультипликационные мемы как наиболее культурно репрезентативные в конкретном социуме, характеризующиеся отсутствием узкопрофессиональной направленности и в силу этого являющихся популярными и узнаваемыми для широкого круга коммуникантов.

Ограничение отбора практического иллюстративного материала вышеуказанными сферами обусловлено как целевой установкой нашей работы (классификационная релевантность таких показателей, как определенная структура мемов, отсутствие узкопрофессиональной направленности, универсальный образовательный уровень коммуникантов), так и спецификой нашего исследовательского интереса, фокусирующегося на мемах с нейтральным социо-культурным характером без резко очерченных профессиональных, конфессиональных, социальных рамок.

В круг задач нашей статьи не входит статистический анализ интересующих нас мемов, восходящих в большинстве своем к высказываниям из известных фильмов и мультфильмов, политическим, культурным и социальным событиям, которые и составляют, собственно, социо-культурное наследие общества и способствуют формированию культурных, социальных, политических традиций и норм данного лингво-культурного сообщества и объединению различных сфер его жизнедеятельности, поскольку проведение статистического анализа данных мемов в медийном пространстве не представляется возможным в рамках данной статьи.

Подытоживая вышесказанное, мы позволяем себе рабочее определение мема как культурно-когнитивного конструкта, порожденного функционированием нейронной сети индивида, являющегося проекцией его вербально-концептуального сознания и закрепленного в его культурной памяти.

Как мы уже упоминали, популярными в современном обществе являются мемы, возникшие на основе ставших частью культурной памяти и узнаваемых текстов, песен и прочих музыкальных произведений, например: «Фигаро тут, Фигаро там», «Люди гибнут за металл» и др.

В качестве музыкального мема наше внимание привлекла широко распространенная фраза «Фигаро тут, Фигаро там!» — это слова из каватины Фигаро, из оперы «Севильский цирюльник», написанной Россини в 1816 году по мотивам комедии О. Бомарше «Севильский цирюльник». В разное время эту каватину исполняли такие великие советские и российские оперные певцы, как М. Магомаев и Д. Хворостовский, что, несомненно, способствовало популяризации данного мема. Его эмоциональная окрашенность смещена в сторону ироничности, его семантика включает в себя такие компоненты, как ловкость и даже ловкачество, хитрость, мобильность, умение выпутываться из сложных ситуаций; так говорят о человеке, который способен одновременно «проворачивать» несколько разноплановых дел и параллельно выполнять зачастую противоречивые поручения.

Музыкальный мем «Люди гибнут за металл!» восходит к знаменитым «Куплетам Мефистофеля» из оперы Шарля Гуно «Фауст», созданной им в 1859 году.

Как и в предыдущих случаях, популяризации данного эллиптического образования способствовала в том числе широкая известность исполнителей, начиная с Ф. Шаляпина, М. Магомаева и заканчивая Академическим Ансамблем песни и пляски Российской армии имени А.В. Александрова, а также использование «Куплетов Мефистофеля» в знаковых советских фильмах, например, в фильме «Их знали только в лицо», где роль певца сыграл Александр Белявский.

Этот мем используется для описания ситуации, когда речь идет о том, что ради денег люди готовы рискнуть всем: любовью, дружбой и даже жизнью.

По-своему выразительны мемы, относящиеся к повседневной жизни.

К примеру, популярность комичного мема «Узбагойся» обеспечивается, на наш взгляд, многослойностью вербально-когнитивных приемов. Во-первых, внимание привлекает изображение лемура, который сидит в позе, напоминающей позу, принимаемую при медитации (в следующих вариантах мема изображение лемура было различным, неизменным оставалось лексическое наполнение), во-вторых, комичность высказыванию придают используемые элементы детской языковой игры, когда согласные в слове заменяются на противоположные по признаку звонкости/глухости (диссимиляция). Кстати, мы можем отметить, что здесь этот принцип выдержан не полностью, последняя согласная не подверглась замене, и семантика осталась прежней, что и у слова «успокойся».

Особенно популярны у носителей лингвокультуры также мемы, источником происхождения которых являются известные мультфильмы.

«Свободу попугаям!» — эта широко известная фраза из советского мультфильма «Возвращение блудного попугая» имеет комический оттенок относительно требований свободы и охотно цитируется в социуме в различных контекстах.

«Фигвам — индейское жилище» — представляет собой вариант реплики Шарика «Индийская национальная народная изба — фигвам называется», которая прозвучала в известном советском мультфильме «Зима в Простоквашино»; охотно используется в значении отказа при просьбе или при комментировании неудачи, что придает высказыванию оттенок ироничности. Отдельно заметим, что здесь также используются моменты языковой игры: в слове вигвам (жилище североамериканских индейцев) первый согласный звук изменяется по принципу звонкости/глухости и получается фигвам, что созвучно выражению фиг вам.

Необходимо отметить, что мемы, имеющие в качестве источника происхождения мультфильмы или популярные художественные фильмы, достаточно широко распространены в лингво-культурном сообществе.

Широкой популярностью пользуются такие мемы с эллиптической конструкцией, как «Надо, Федя, надо», «А вас я попрошу остаться», «Эта нога у того, у кого надо нога», «Уж лучше вы к нам» и др., которые охотно цитируются пользователями медийного пространства особенно социальных сетей и форумов. Причиной широкой известности данных мемов служит не только их краткая и многоемкая эллиптическая структура, но и любовь зрителей, читателей, слушателей и пр. к авторам и персонажам конкретных литературных и кинопроизведений, являющихся их источниками.

На наш взгляд, особой популярностью среди членов социума пользуются политические мемы, порождаемые реальными ситуациями и персонажами.

Известное выражение Министра иностранных дел РФ Сергея Викторович Лаврова «ДБ» слетело у него с кончика языка автоматически, вероятно, неосознанно, ибо было вызвано, скорее всего, некомпетентностью некоторых представителей журналистского сообщества; это подтверждает наше мнение о том, что феномен порождения мемов обусловлен долговременной культурной памятью, находится в ней в закапсулированном состоянии и «выплывает» на поверхность как своеобразный базовый субстрат русской народной вербальной культуры (его сниженного элемента). Данное высказывание очень быстро «ушло в народ», а отношение к Сергею Викторовичу не претерпело изменений в худшую сторону несмотря на достаточно неоднозначное выражение, озвученное им. Скорее, оно получило даже одобрение, поддержку, статус «народности» и стало мемом.

Фраза «Денег нет, но вы держитесь», озвученная Дмитрием Анатольевичем Медведевым в бытность им премьер-министром России в момент непосредственного общения с людьми, вызвала изначально резко негативную реакцию общества, но очень быстро стала мемом и начала применяться интернет-пользователями в ситуациях, которые иллюстрировали нежелание оказывать действенную помощь, поддержку, а также отражали отсутствие внимания к насущным проблемам и пр. Вероятно, в сознании русского общества, в его культурной памяти закреплено, что власть, которую олицетворял Д.А. Медведев, не должна отмахиваться от проблем народа; ей надлежит выказать участие, обещать помощь и поддержку, продемонстрировать желание улучшить ситуацию, но не заявить однозначно отрицательно: нет ни денег, ни помощи для населения.

Анналена Бербок (Annalena Baerbock), будучи Министром иностранных дел ФРГ, стала автором многих известных мемов, в частности «развернуться на 360 градусов». Можно с грустью отметить, что мем возник не благодаря находчивости и ментальной близости к немецкому народу, а из-за безграмотности А. Бербок. Шок от того, что столь высокопоставленное лицо настолько плохо образовано, что не понимает разницу между разворотом на 180 градусов и разворотом на 360 градусов, и сама комичность выражения применительно к контексту, в котором оно было использовано, привели к тому, что мем приобрел огромную популярность, а Анналена Бербок получила в политическом дискурсе — особенно российском и китайском — прозвище «Анналена 360 градусов».

Заключение

Подытоживая рассмотрение различных видов мемов в медийном пространстве в контексте когнитивной лингвистики, нам представляется возможным сделать следующие выводы:

1. Обзор различных штудий показывает, что культурно-концептуальная основа мемов как предмет изучения в рамках когнитивной лингвистики и концептологии является малоизученным феноменом, что определило выбор данной проблематики как объекта нашего исследования.

2. Мемы, являясь креативным социо-культурным и когнитивным феноменом, могут вариативно интерпретироваться учеными в зависимости от фокусирования их исследовательских интересов.

3. С позиций когнитивной лингвистики мы трактуем мем как креативный культурно-когнитивный конструкт, характеризующийся повышенной эмпатичностью и остротой сюжетов, транслирующий разнообразные политические, социокультурные, религиозные и др. правила, нормы, ритуалы, интерпретация которых может быть различной в зависимости от угла зрения исследователя. Являясь проекцией концептуального и вербального сознания индивида, мемы закреплены как в его индивидуальной памяти (кратковременной и долговременной), так и в коллективной культурной памяти социума.

4. Анализ вышеописанных мемов позволяет нам прийти к выводу, что их концептуальная основа базируется, как правило, на прецедентном содержании социокультурного наследия данного лингво-культурного сообщества, объединяющего различные сферы его жизнедеятельности (музыкальную, культурную, бытовую, политическую и пр.), что обусловлено исторической и культурной памятью данного общества.

Завершая рассмотрение заявленной нами в данной статье проблематики, нам хотелось бы отметить в качестве перспективного дальнейшее креативное изучение элементов медийного дискурса, например, концептуальной основы сленгового молодежного слоя (как, например, фейл, эпик, флексить, гиг и др.), что, несомненно, будет способствовать успешной коммуникации и консолидации медийного сообщества.

Конфликт интересов

Не указан.

Conflict of Interest

None declared.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Алефиренко Н.Ф. Медиадискурс и его коммуникативно-прагматическая сущность / Н.Ф. Алефиренко // Медиалингвистика. — 2016. — № 1(11). — С. 49–57.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. — Москва : Прогресс, 1990. — С. 5–32.
3. Демьянков В.З. Англо-русские термины по прикладной лингвистике и автоматической переработке текста / В.З. Демьянков // Методы анализа текста. Тетради новых терминов. — Москва : ВЦП, 1982. — Вып. 2. — 90 с.
4. Добросклонская Т.Г. Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики / Т.Г. Добросклонская // Медиалингвистика. — 2015. — № 1(6). — С. 45–57.
5. Ефимова О.В. Феномен «коллективного автора» в медиасреде / О.В. Ефимова // Ученые записки Новгородского государственного университета. — 2025. — № 1(56). — С. 46–57.
6. Желтухина М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ : дис. ... д-ра филол. наук / М.Р. Желтухина. — Москва, 2004. — 358 с.
7. Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на интернет-пользователей: типология интернет-мемов / Н.А. Зиновьева // Вестник экономики, права и социологии. — 2015. — № 1. — С. 195–200.
8. Канашина С.В. Интернет-мем как медиатекст / С.В. Канашина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. — 2019. — № 1. — С. 108–112.
9. Современный медиатекст : учебное пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. — Омск : Полиграфический центр «Татьяна», 2011. — 414 с.
10. Марченко Н.Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества / Н.Г. Марченко // Казанская наука. — 2013. — № 1. — С. 113–115.
11. Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры / Т.Е. Савицкая // Культура в современном мире. — 2013. — № 3. — С. 28–31.
12. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина // Филология. — 2012. — № 3. — С. 160–172.

Список литературы на английском языке / References in English

1. Alefirenko N.F. Mediadiskurs i ego kommunikativno-pragmaticheskaya sushchnost' [Media Discourse and Its Communicative-Pragmatic Essence] / N.F. Alefirenko // Medialingvistika [Media Linguistics]. — 2016. — № 1(11). — P. 49–57. [in Russian]
2. Arutyunova N.D. Metafora i diskurs [Metaphor and Discourse] / N.D. Arutyunova // Teoriya metafory [Theory of Metaphor]. — Moscow : Progress, 1990. — P. 5–32. [in Russian]
3. Dem'yankov V.Z. Anglo-russkie terminy po prikladnoy lingvistike i avtomaticheskoy pererabotke teksta [English-Russian Terms in Applied Linguistics and Automatic Text Processing] / V.Z. Dem'yankov // Metody analiza teksta. Tetradi novykh terminov [Methods of Text Analysis. New Terms Notebooks]. — Moscow : VTsP, 1982. — Iss. 2. — 90 p. [in Russian]
4. Dobroslonskaya T.G. Massmediynnyy diskurs v sisteme medialingvistiki [Mass Media Discourse in the System of Media Linguistics] / T.G. Dobroslonskaya // Medialingvistika [Media Linguistics]. — 2015. — № 1(6). — P. 45–57. [in Russian]
5. Efimova O.V. Fenomen «kollektivnogo avtora» v mediasrede [The Phenomenon of the "Collective Author" in the Media Environment] / O.V. Efimova // Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta [Scientific Notes of Novgorod State University]. — 2025. — № 1(56). — P. 46–57. [in Russian]
6. Zheltukhina M.R. Spetsifika rechevogo vozdeystviya tropov v yazyke SMI [The Specifics of Speech Influence of Tropes in the Language of Mass Media] : diss. PhD in Philological Sciences / M.R. Zheltukhina. — Moscow, 2004. — 358 p. [in Russian]
7. Zinovieva N.A. Vozdeystvie memov na internet-pol'zovateley: tipologiya internet-memov [The Impact of Memes on Internet Users: Typology of Internet Memes] / N.A. Zinovieva // Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii [Bulletin of Economics, Law and Sociology]. — 2015. — № 1. — P. 195–200. [in Russian]
8. Kanashina S.V. Internet-mem kak mediatekst [Internet Meme as a Media Text] / S.V. Kanashina // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistsika [Proceedings of Saratov University. New Series. Series: Philology. Journalism]. — 2019. — № 1. — P. 108–112. [in Russian]
9. Sovremennyy mediatekst [Contemporary Media Text] : A Textbook / ed. by N.A. Kuz'mina. — Omsk : Polygraphic Center "Tatyana", 2011. — 414 p. [in Russian]
10. Marchenko N.G. Internet-mem kak khranilishche kul'turnykh kodov setevogo soobshchestva [Internet Meme as a Repository of Cultural Codes of the Online Community] / N.G. Marchenko // Kazanskaya nauka [Kazan Science]. — 2013. — № 1. — P. 113–115. [in Russian]
11. Savitskaya T.E. Internet-memy kak fenomen massovoy kul'tury [Internet Memes as a Phenomenon of Mass Culture] / T.E. Savitskaya // Kul'tura v sovremennom mire [Culture in the Modern World]. — 2013. — № 3. — P. 28–31. [in Russian]
12. Shchurina Yu.V. Internet-memy kak fenomen internet-kommunikatsii [Internet Memes as a Phenomenon of Internet Communication] / Yu.V. Shchurina // Filologiya [Philology]. — 2012. — № 3. — P. 160–172. [in Russian]