

Научная статья  
УДК 821.161.1  
DOI: 10.20323/2499-9679-2022-4-31-37-43  
EDN: IRMJBS

### Дифференциация «смеховых» интернет-жанров

**Семен Валерьевич Лопухов**

Аспирант кафедры стилистики русского языка факультета журналистики ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова». 125009, Москва, Моховая ул., д. 9, стр. 1  
semlop@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5012-9801>

**Аннотация.** В современном коммуникативном пространстве существуют жанры, возникшие в эпоху интернета и не имеющие аналогов в прошлом. Среди них выделяются те устойчивые формы текстов, которые нацелены, в первую очередь, на вызывание у пользователя смеховых эмоций. Данные жанры могут распространяться с вирусной скоростью, отличаются большой популярностью и способностью распространять различные идеи, однако в научном дискурсе они отличаются слабой классификацией и терминологическим однообразием, хотя и регулярно становятся объектом различных научных работ. Так, например, по нашему мнению, неоправданно размыто понятие мема: старейшего и самого популярного смехового интернет-жанра. Из-за безусловной значимости данного жанра мемом часто называют и все остальные комические жанры сети: как в быту, так и в академическом дискурсе, что сильно расширяет понятие мема, изначально имеющего конкретные жанровые характеристики, которые выделяли еще первые исследователи мема как явления. Автор конкретизирует понятие мема, а также приводит удобную классификацию возможных вариантов данного жанра по семиотическому признаку (креолизованный, вербальный, визуальный), объясняя, как происходит распространение произведений данного жанра в интернете посредством репликации, что и является одним из жанрообразующих признаков мема. В данной статье также вводятся в оборот новые термины, такие как «комический скриншот», «пикча» и «бугурт». Большинство вводимых терминов существует в бытовом интернет-общении, но автор полагает удобным использовать их и в научном дискурсе для жанровой конкретизации. Автор также рассматривает варианты конвергенции данных жанров (скриншота с мемом, бугурта с мемом), поскольку жанры сети отличаются гибкостью, и современная интернет-сеть полна примеров жанровой эклектики.

**Ключевые слова:** интернет-жанр; мем; смеховая культура; пикча; бугурт; скриншот; сатирическая новость

**Для цитирования:** Лопухов С. В. Дифференциация «смеховых» интернет-жанров // Верхневолжский филологический вестник. 2022. № 4 (31). С. 37–43. <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-4-31-37-43>. <https://elibrary.ru/IRMJBS>

Original article

### Differentiation of «laughter» genres in the Internet

**Semyon V. Lopukhov**

Postgraduate student, department of the russian language stylistics, faculty of journalism, M. V. Lomonosov Moscow state university. 125009, Moscow, Mokhovaya st., 9, bld. 1  
semlop@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5012-9801>

**Abstract.** There are genres in today's communication space that emerged in the Internet era having no analogues in the past. Those steady text forms stand out among them, which are aimed primarily at evoking laughter emotions in the user. These genres can spread with viral speed, are very popular and have the ability to spread different ideas. However, in scientific discourse they are characterized by poor classification and terminological uniformity, despite regularly being the subject of various scientific works. For example, in our opinion, the notion of a meme, the oldest and most popular online laughter genre, is unduly blurred. Because of the undeniable importance of this genre, all other online comic genres are often referred to as memes: both in everyday life and in academic discourse, which greatly expands the concept of the meme, which originally had specific genre characteristics identified by the first researchers of the meme as a phenomenon. The author specifies the meme concept and provides a convenient classification of possible variants for this genre according to the semiotic marker (creolized, verbal, visual), explaining the spread of this genre on

the Internet through replication, which is one of the genre-forming features of the meme. This article also introduces new terms such as «comic screenshot», «picture» (pikcha) and «butthurt» (buhurt). Most of the introduced terms exist in everyday Internet communication, but the author considers it convenient to use them in scientific discourse for genre specificity. The author also considers convergence of these genres (screenshot with meme, butthurt with meme), because online genres are flexible, and the modern Internet is full of genre eclecticism examples.

**Key words:** internet genre; meme; laugh culture; picture; butthurt; screenshot; satirical news

**For citation:** Lopukhov S. V. Differentiation of «laughter» genres in the Internet. *Verhnevolzhski philological bulletin*. 2022;(4):37–43. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.20323/2499-9679-2022-4-31-37-43>. <https://elibrary.ru/IRMJBS>

## Введение

Развитие интернета влечет за собой возникновение новых жанров, бытующих в специфических условиях Сети. К существованию новых устойчивых форм текста привела мультимедиальность – возможность сочетать визуальный, текстовый, видео- и аудиоконтент.

Большой популярностью (количество позитивных реакций, цитирование, репликация) пользуются те материалы, которые выполнены в определенной манере и нацелены на «всплеск смеховых эмоций» – это комические интернет-жанры. Данная группа жанров требует особого внимания, так как в академическом дискурсе не хватает терминологии, чтобы описать её достаточно полно и объективно. Вероятно, это связано с кажущейся «несерьезностью» многих новейших жанров, хотя область человеческой культуры, связанная со смехом, всегда была существенна в рамках европейской цивилизации [Бахтин, 1990].

Необходимо уточнить, что понимается в статье под «жанром», поскольку в современном дискурсе, в том числе и научном, также существует термин «формат». Эти два термина схожи по семантике, но иногда используются как синонимы [Качкаева, 2010, с. 43], а иногда противопоставляются [Лащук, 2010, с. 36].

Мы принимаем традиционное определение жанра как устойчивой формы текстового произведения [Тертычный, 2000, с. 4]. В контексте данной статьи текст подразумевается не в лингвистическом, а семиотическом смысле (любая последовательность знаков), поскольку в интернет-среде обычно производятся мультимодальные лаконичные тексты, далекие от традиционных знаковых систем. Что касается дихотомии жанр / формат, мы согласны с исследователями, считающими жанр более узким понятием по отношению к формату [Николаева, 2010, с. 30]. Формат – это особенность использования тех или иных жанров в различных изданиях, а в контексте нашей работы – на различных интернет-площадках, в зависимости от идеологической и стилистической ориентации площадки. Например, мем – важней-

ший интернет-жанр, по-разному оформляется и подается аудитории в разных интернет-сообществах, на разных площадках.

Важным понятием в контексте данной статьи также является понятие «интернет-жанра». Это жанр текста, бытующего в интернете и включающего в себя связанные с цифровыми условиями особенности, которые технологически невозможны для классического жанра: подвижность границ, мультимедиальность [Клушина, Николаева, 2020, с. 195].

Среди многочисленных интернет-жанров существует группа, которую мы назвали «смеховыми интернет-жанрами». Хотя текст в любом жанре может вызывать смеховые эмоции, жанры из названной группы нацелены на смеховую реакцию и оформлены определенным образом.

## Мем

Среди смеховых интернет-жанров важнейшим является мем. Это текст, базирующийся на идее и состоящий из неизменяемой части (инварианта – чаще всего это картинка) и изменяемой части (варианта – обычно это текст). Мемы размножаются в сети в различных вариантных версиях при сохранении неизменяемого компонента. Мем может быть звуковым, вербальным, визуальным и креолизованным (сочетать изображение с вербальным текстом). Последняя форма наиболее распространена.

Термин «креолизованный текст», принадлежит Ю. А. Сорокину и Е. Ф. Тарасову, которые определяют его как «текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей (вербальной языковой (речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, 1990, с. 180].

Исследователи, использующие данный термин [Щурина, 2012, с. 83], отмечают, что креолизованный текст является сложным образованием, в котором вербальные и невербальные элементы образуют сложное целое, направленное на комплексное воздействие на интернет-пользователя. Информационное наполнение креолизованных

текстов часто выше, чем у вербальных или визуальных.

Пример креолизованного мема – мем «Негр-умник». Визуальный инвариант мема – кадр из британского сериала «Hood Documentary», на котором африканец крутит пальцем у виска. Идея мема – нахождение простых и в то же время глуповатых решений для сложных проблем. Неизменяемой частью является изображение и идея. А изменяемой – вербальный текст, который меняется в зависимости от тематики и контекста применения мема. Соответственно, на визуальный инвариант (кадр из сериала) пользователи накладывают различные текстовые вариации, и мем таким образом реплицируется в тысячи вариантов и распространяется в сети.

Поскольку мем содержит неизменяемую часть, которая быстро становится известной интернет-пользователям, в основе этого жанра лежит явление прецедентности. А из прецедентности следует способность мемов не только развлекать, но и успокаивать пользователя: он видит текст, который видел ранее, что способствует психологическому комфорту [Клушина, Николаева, 2020, с. 132].

Данный смеховой интернет-жанр один из самых популярных, а также один из самых старых. Иногда и в академической среде [Smirnova, Denissova, Svitich et al., 2020] мемами называют все смеховые жанры сети. Зачастую под мемом понимают любое комическое изображение либо креолизованный текст [Вешнякова 2016, с. 34].

Такое обобщение, с одной стороны, размывает понятие мема, а с другой – мешает точному определению других смеховых интернет-жанров. Данное выше определение мема восходит к работе Р. Докинза [1976], который и ввел данный термин. Докинз пополнил научный лексикон новым понятием, которое намеренно созвучно слову «ген». Так британский исследователь указывал на способность мема *реплицироваться* – то есть распространяться в новых вариантах с сохранением неизменяемой части. Несмотря на то, что Докинз говорил о меме не как о жанре, но рассматривал его шире: как культурное явление (работа Докинза была написана еще до распространения интернета), он точно определил принцип размножения посредством репликации по аналогии с генетикой.

Поэтому мы полагаем, что называть все смеховые изображения сети мемами не вполне корректно. Мем – это жанр, имеющий уникальную возможность распространяться с огромной скоростью посредством репликации, обрастать новыми

изменяемыми элементами при сохранении основной идеи. Подобных жанров не существовало в доинтернетную эпоху. Например, анекдот, хотя еще в XX веке мог распространиться из одного конца СССР в другой меньше, чем за сутки (вирусно распространиться), все-таки является текстом, составляющие которого весьма статичны и почти неизменяемы. То есть мем, кроме того, что не имеет аналогов в доинтернетную эпоху, сегодня является единственным жанром, способным распространяться посредством репликации.

Стоит отметить, что несмотря на наиболее распространенную креолизованную форму мема, существуют и другие типы произведений в данном жанре, хотя некоторые отечественные исследователи [Щурина, 2012, с. 82] считают, что мем – исключительно креолизованный текст. Безусловно, подобный подход суживает мем по его возможным семантическим формам. Так, весьма распространены визуальные мемы, в которых инвариантной частью является определенное изображение, как и в случае с креолизованными мемами, но здесь различные варианты создаются не с помощью новых вербальных текстовых наборов, а посредством других визуальных частей. Как пример – мем «Свидетель из Фрязино», инвариантной частью которого является фото равнодушного мужчины. Данный мем реплицируется посредством вставки данного фото в различные визуальные контексты (свидетель с Папой Римским, с президентом Путиным и т. д.).

Что касается других смеховых интернет-жанров, они заслуживают не меньше внимания и, соответственно, требуют иного определения, чем мем.

### Пикча

Пикча – (от англ. «picture») – изображение) визуальный либо визуально-текстовой (креолизованный) текст, вызывающий смеховые эмоции. Предшественниками пикчи в доинтернетную эпоху являлись лубочные картинки и карикатуры. В отличие от мема, произведения в этом жанре статичны. Произведения в жанре пикчи – это отдельные самостоятельные креолизованные либо визуальные тексты, которые не имеют множества репликаций и существуют в единственном варианте.

### Комический скриншот

Комический скриншот – снимок экрана, демонстрирующий поведение других пользователей интернета. Обычно в комических скриншотах запечатлены комментарии. Этот жанр очень попу-

лярен, поскольку комментарии, как правило, оставляют реальные люди. Если позиция этих людей или метод ее выражения вызывает смеховые эмоции у других пользователей, то комментарии попадают в скриншоты и публикуются. Комический скриншот – это жанр, не имевший аналогов до существования интернета. Популярное в быту и академической среде обобщение, с которым мы полемизируем, – это определение скриншотов, пикчей и мемов под единым понятием мема. Но это разные жанры, которые объединяет разве что креолизованная форма и бытование в интернете.

### Бугурт-тред

Бугурт-тред – (от англ. «butt hurt» – боль в седалище и «thread» – нить) вербальный текст из коротких предложений, набранный заглавными буквами при написании символа «@» с каждой новой строки. Каждая строка обозначает новый ход мысли оппонента, над которым хочет посмеяться автор бугурт-треда. Иногда после данного текста следует изображение так называемой головы-йоббы (самостоятельный визуальный мем в виде желой кругообразной головы). Таким образом, бугурт-тред по семантическому признаку может быть вербальным либо креолизованным. Этот жанр также появился исключительно в эпоху интернета. Смысл жанра – показать возмущение по какому-либо поводу и подчеркнуть абсурдность чего-либо.

### Сатирическая новость

Сатирическая новость – информационная заметка, которая, в отличие от фейковой новости (цель которой ввести в заблуждение), прямо подразумевает недостоверность и является сатирой. Существуют интернет-сообщества, публикующие контент исключительно в этом жанре, в первую очередь, «Информационное агентство Панорама». У «Панорамы» есть доменный сайт, пародирующий интернет-СМИ, в котором публикуются сатирические новости в расширенном виде, с вымышленными цитатами. Также сообщество с недавнего времени публикует анонсы вымышленных книг. Пример сатирической новости:

*«Индекс Хириша для российских учёных заменят индексом Луначарского. Рабочая группа при Минобрнауки завершила подготовку программы по полному выходу России из Болонского процесса. Последняя редакция*

*документа была посвящена оценке продуктивности деятельности отечественных учёных. Если ранее для этого использовался h-индекс (индекс Хириша) – наукометрический показатель, предложенный физиком Хорхе Хиришем, то после его обнуления и удаления публикаций россиян из ведущих научных изданий мира, возникла дискуссия об импортозамещении в этой отрасли»*

Другим крупнейшим сообществом, публикующим сатирические новости является телеграм-канал «Пездюза» (более 270 тыс. подписчиков). Данное сообщество работает с жанром сатирической новости в более лаконичной форме, что обусловлено форматом площадки, и публикует только заголовки вымышленных новостей, например: *«Владельцев британских кошек и немецких овчарок проверят на степень иностранного влияния».*

Предком данного жанра можно считать любую сатиру. Его появление в наши дни было вполне закономерно, поскольку жанр новостной заметки – сегодня самый востребованный в интернет-СМИ.

Если определение мема нам пришлось конкретизировать и дополнить, а жанры комического скриншота, пикчи и бугурта определить для академического дискурса впервые (хотя они используются в бытовом интернет-общении), то феномен сатирической новости уже неоднократно описывался и получал точное определение в академическом сообществе [Александрова, Славкин, 2021]. Таким образом, сатирическая новость – единственный смеховой интернет-жанр, который не был обделен точным научным определением.

Также стоит отметить, что мем, бугурт, комический скриншот не имели аналогов в досетевую эпоху. Для пикчи и сатирической новости, наоборот, можно найти условных «предков». Мы подчеркиваем этот момент, поскольку в условиях упомянутой выше терминологической размытости, можно встретить подход, согласно которому предком мема является лубочная картинка [Вешнякова 2016]. Мы настаиваем на том, что ряд смеховых интернет-жанров, в том числе мем, не имеют аналогов в прошлом, хотя для пикчи и сатирической новости можно, при желании, найти предшественников.

Наконец, в условиях интернет-среды все перечисленные жанры могут конвергироваться. Пример жанровой эклектики – комический

скриншот в сочетании с мемом. Скриншот воспроизводит комичный комментарий, а вместе со скриншотом (на котором пользователь комично написал нечто вызывающее либо смешное) публикуется визуальный мем. Например, мем «плачущий думер» (карикатурное мужское лицо, залитое слезами).

### Заключение

Таким образом, если говорить о смеховых интернет-жанрах, на данный момент можно выделить пять отдельных устойчивых форм, довольно разных по форме, одинаково нацеленных на всплеск смеховых эмоций, а также способных к конвергенции. Старейшим и наиболее важным жанром является мем, из-за чего под мемом в быту и даже академической среде часто понимают те тексты, которые мы определяем как пикчи и комические скриншоты. Наиболее распространенной семантической формой всех смеховых интернет-жанров является креолизованный текст, поскольку сочетание вербальных и визуальных знаков облегчает восприятие информационно перегруженному интернет-пользователю. Все представленные жанры обладают способностью распространяться с вирусной скоростью в сети. Их отличает подвижность границ и мультимедийность, из-за чего возникают эклектические тексты, сочетающие жанровые черты, например, различных форм интернет-текстов.

### Библиографический список

1. Александрова И. Б. Сайт сатирических новостей «Панорама»: ирония как интенция и как лингвистическое средство выражения комического // И. Б. Александрова, В. В. Славкин. Медиалингвистика, 2021. С. 69–73.
2. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва : Художественная литература, 1965. 500 с.
3. Белкина Ю. А. Мем как часть интернет-дискурса // Ю. А. Белкина, Е. В. Куценко Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2014. № 4. С. 77–78.
4. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. Москва : Поколение, 2007. 304 с.
5. Вакурова Н. В. Мемы, меметика, мемотип // Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин Заметки ученого. 2018. № 6. С. 56–68.
6. Громовая М. И. Интернет-мем как лингвокультурема современного филологического анализа // Мо-ва. 2015. № 23. С. 27–31
7. Вешнякова А. В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 6–4. С. 34–40.
8. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. 2007. № 21. С. 75–80
9. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
10. Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 42–51.
11. Клушина Н. И. Введение в интернет-стилистику: учебник / Н. И. Клушина, А. В. Николаева. Москва : Флинта, 2020. 240 с.
12. Кронгауз М. А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. 2012. № 11. С. 127–132.
13. Кэмпфа-Фигура Д. Интернет-мем как новый медиажанр. Постановка вопроса. Медиалингвистика, № 6. С. 103–121.
14. Лашук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 36–41.
15. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2017. Т. 10. №. 4. С. 410–424.
16. Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник / Л. В. Балахонская, А. А. Беловодская, А. В. Болотнов [и др.]; под ред. Л. Р. Дускаевой. Москва : ФЛИНТА, 2018. 438 с.
17. Николаева А. В. Речевые жанры как новый формат текстовой журналистики // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. 2022. № 6. С. 30–35.
18. Олешкова А. М. Интернет-мем как способ воспроизводства культуры // Общество: философия, история, культура. № 8. 2017 С. 164–166.
19. Попова Т. И. Комические жанры интернет-коммуникации. Медиалингвистика в терминах и понятиях : словарь-справочник. Москва : Флинта, 2018. С. 384–392.
20. Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. Санкт-Петербург : Аллетейя, 1997. 282 с.
21. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Культура в современном мире. 2013. № 3. С. 3.
22. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры. Москва : Языки славянской культуры, 2002. 542 с.
23. Сатирическое издание «Панорама». URL: <https://panorama.pub/> (дата обращения: 13.11.2022).
24. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Оптимизация речевого воздействия. Москва : Высшая школа. 1990. С. 180–186.
25. Телеграм-канал «Пездуза». URL: <https://t.me/pezduzalive> (дата обращения: 13.11.2022)
26. Тертыйный А. А. Жанры периодической печати. Москва : Аспект Пресс, 2000. 310 с.
27. Шомова С. А. Мемы как они есть : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2019. 136 с.

28. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. №3. С. 161–173.

29. Щурина Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации // Вестник Новгородского Государственного Университета № 57. Новгород. 2012. С. 82–86.

30. Щурина Ю. В. Интернет-мем как жанр и «нюсмейкер» в современном медиапространстве // Щурина Ю. В., Харохорина М. Б. Медиалингвистика. 2020. Т. № 2. С. 253–265

31. Ягодкина М. В. Мемы в интернет-коммуникации // Art logos. 2019. №2 (7). С. 142–151.

32. Dawkins R. The selfish gene. Oxford University Press. 1976. 224 p.

33. Duskaeva L. R. Humour as an information-influencing resource in mass media. The European Journal of Humour Research. 2021. № 9 (1). P. 29–43.

34. Smirnova O. V., Denissova G. V., Svitich L. G., Lin C., Steblovskaia S. B., Antipova A.S. Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China. Psychology in Russia: State of the Art. 2020. №13 (4), P. 148–167.

#### Reference list

1. Aleksandrova I. B. Sajt satiricheskikh novostej «Panorama»: ironija kak intencija i kak lingvisticheskoe sredstvo vyrazhenija komicheskogo = Satirical news site Panorama: irony as an intention and as a linguistic means of expressing the comic // I. B. Aleksandrova, V. V. Slavkin. Medialingvistika, 2021. S. 69–73.

2. Bahtin M. M. Tvorchestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura Srednevekov'ja i Rennessansa = François Rabelais and the popular culture of the Middle Ages and the Renaissance. Moskva : Hudozhestvennaja literatura, 1965. 500 s.

3. Belkina Ju. A. Mem kak chast' internet-diskursa = Memes as part of the Internet discourse // Ju. A. Belkina, E. V. Kucenko Azimut nauchnyh issledovanij: pedagogika i psihologija. 2014. № 4. С. 77–78.

4. Broudi R. Psihicheskie virusy. Kak programirujut vashe soznanie = Mental viruses. How they program your mind. Moskva : Pokolenie, 2007. 304 s.

5. Vakurova N. V. Memy, memetika, memotip = Memes, memetics, memotype // N. V. Vakurova, L. I. Moskovkin Zametki uchenogo. 2018. № 6. S. 56–68.

6. Gromovaja M. I. Internet-mem kak lingvokul'turema sovremennogo filologicheskogo analiza = The Internet meme as a linguocultural term in modern philological analysis // Mova. 2015. № 23. S. 27–31

7. Veshnjakova A. V. Lingvokreativnyj aspekt internet-memov = The linguistic-creative aspect of Internet memes // Aktual'nye problemy gumanitarnyh i estestvennyh nauk. 2016. № 6-4. S. 34–40.

8. Voroshilova M. B. Kreolizovannyj tekst: aspekty izuchenija = Creolized text: aspects of research // Politicheskaja lingvistika. 2007. № 21. S. 75–80

9. Karaulov Ju. N. Russkij jazyk i jazykovaja lichnost' = The Russian language and linguistic personality. Izd. 7-e. Moskva : Izdatel'stvo LKI, 2010. 264 s.

10. Kachkaeva A. G. Zhanry i formaty sovremennogo televidenija. Posledstvija transformacii = Genres and formats of modern television. Consequences of transformation // Vestnik MGU. Serija 10. Zhurnalistika. 2010. № 6. S. 42–51.

11. Klushina N. I. Vvedenie v internet-stilistiku = An introduction to the Internet stylistics : uchebnik / N. I. Klushina, A. V. Nikolaeva. Moskva : Flinta, 2020. 240 s.

12. Krongauz M. A. Memy v Internetе: opyt dekonstrukcii = Memes in the Internet: experience of deconstruction // Nauka i zhizn'. 2012. № 11. S. 127–132.

13. Kjempa-Figura D. Internet-mem kak novyj mediazhanr. Postanovka voprosa = The Internet meme as a new media genre. Setting the question. Medialingvistika, № 6. S. 103–121.

14. Lashhuk O. R. Termin «format» v massovoj kommunikacii = The term «format» in mass communication // Vestnik MGU. Serija 10. Zhurnalistika. 2010. № 6. S. 36–41.

15. Lysenko E. N. Internet-memy v kommunikacii molodezhi = Internet memes in youth communication // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologija. 2017. T. 10. №. 4. S. 410–424.

16. Medialingvistika v terminah i ponjatijah = Media-linguistics in terms and concepts : slovar'-spravochnik / L. V. Balahonskaja, A. A. Belovodskaja, A. V. Bolotnov [i dr.]; pod. red. L. R. Duskaevoj. Moskva : FLINTA, 2018. 438 s.

17. Nikolaeva A. V. Rechevye zhanry kak novyj format tekstovoj zhurnalistiki = Speech genres as a new textual journalism format // Vestnik MGU. Serija 10. Zhurnalistika. 2022. № 6. S. 30–35.

18. Oleshkova A. M. Internet-mem kak sposob proizvodstva kul'tury = The Internet meme as a way to represent culture // Obshestvo: filosofija, istorija, kul'tura. № 8. 2017 S. 164–166.

19. Popova T. I. Komicheskie zhanry internet-kommunikacii. Medialingvistika v terminah i ponjatijah = Comic genres of Internet communication. Media linguistics in terms and concepts : slovar'-spravochnik. Moskva : Flinta, 2018. S. 384–392.

20. Propp V. Ja. Problemy komizma i smeha = Problems of the comical and laughter. Sankt-Peterburg : Allet-ejja, 1997. 282 c.

21. Savickaja T. E. Internet-memy kak fenomen massovoj kul'tury = The Internet meme as a phenomenon of mass culture // Kul'tura v sovremennom mire. 2013. № 3. С. 3.

22. Sannikov V. Z. Russkij jazyk v zerkale jazykovoj igry = The Russian language in the mirror of the language game. Moskva : Jazyki slavjanskoj kul'tury, 2002. 542 s.

23. Satiricheskoe izdanie «Panorama» = The satirical publication Panorama. URL: <https://panorama.pub/> (data obrashhenija: 13.11.2022).

24. Sorokin Ju. A. Kreolizovannye teksty i ih komunikativnaja funkcija = Creolized texts and their communicative function // Sorokin Ju. A., Tarasov E. F. Optimizacija rechevogo vozdejstvija. Moskva: Vysshaja shkola. 1990. S. 180–186.
25. Telegram-kanal «Pezduza» = Telegram channel Pezduza. URL: <https://t.me/pezduzalive> (data obrashhenija: 13.11.2022)
26. Tertychnyj A. A. Zhanry periodicheskoj pečati = Genres of periodicals. Moskva: Aspekt Press, 2000. 310 s.
27. Shomova S. A. Memy kak oni est' = Memes as they are: uchebnoe posobie. Moskva: Aspekt Press, 2019. 136 s.
28. Shhurina Ju. V. Internet-memy kak fenomen internet-kommunikacii = Internet memes as a phenomenon of the Internet communication // Nauchnyj dialog. 2012. №3. S. 161–173.
29. Shhurina Ju. V. Komicheskie kreolizovannye teksty v internet-kommunikacii = Comic creolized texts in the Internet communication // Vestnik Novgorodskogo Gosudarstvennogo Universiteta № 57. Novgorod. 2012. S. 82–86.
30. Shhurina Ju. V. Internet-mem kak zhanr i «n'jusmejker» v sovremennom mediaprostranstve = The Internet meme as a genre and «newsmaker» in contemporary media space // Shhurina Ju. V., Harohorina M. B. Medialingvistika. 2020. T. № 2. S. 253–265
31. Jagodkina M. V. Memy v internet-kommunikacii = Memes in the Internet communication // Art logos. 2019. №2 (7). S. 142–151.
32. Dawkins R. The selfish gene. Oxford University Press. 1976. 224 p.
33. Duskaeva L. R. Humour as an information-influencing resource in mass media. The European Journal of Humour Research. 2021. № 9 (1). P. 29–43.
34. Smirnova O. V., Denissova G. V., Svitich L. G., Lin C., Steblovskaia S. B., Antipova A.S. Psychological and Ethnocultural Sensitivities in the Perception of COVID-19 Memes by Young People in Russia and China. Psychology in Russia: State of the Art. 2020. №13 (4), P. 148–167.

Статья поступила в редакцию 23.09.2022; одобрена после рецензирования 15.10.2022; принята к публикации 17.11.2022.

The article was submitted on 23.09.2022; approved after reviewing 15.10.2022; accepted for publication on 17.11.2022.