



DOI: 10.22363/2313-2299-2022-13-4-1020-1043

УДК [811.161.1:811.133.1:811.512.162]’272:004.738.5

Научная статья / Research article

Отражение социокультурного контекста в русских, французских и азербайджанских интернет-мемах

Л.Д. Гусейнова, Н.М. Дугалич , О.В. Ломакина  ,
Н.Ю. Нелюбова , Ю.Н. Эбзеева 

Российский университет дружбы народов,
117198, Российская Федерация, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6

 lomakina-ov@rudn.ru

Аннотация. Интернет-тексты являются самым мобильным и эклектичным видом текста, поэтому методология их анализа носит интегративный и полипарадигмальный характер, а для адекватной интерпретации требуется рассматривать подобные образования с учетом современного социокультурного контекста и пресуппозитивных знаний. Новизна исследования заключается в том, что были выделены появившиеся в разных лингвокультурах под влиянием социокультурного контекста сюжеты, нашедшие отражение в русских, французских и азербайджанских интернет-мемах (на фоне белорусского сегмента), проведен анализ аутентичного материала с верификацией данных на материале сегмента синкретичного характера — байнета, испытывающего влияние западной и восточной европейских культур. Путем сплошной выборки из сетевых источников разных сегментов интернета была составлена авторская картотека, насчитывающая более 2500 единиц интернет-мемов, примеры из которой стали эмпирической базой исследования. При анализе материала использовался описательно-аналитический метод, предполагающий непосредственное наблюдение анализируемых явлений и их систематизацию, а также обобщение языкового материала, применялись элементы дискурсивного, семного и лингвопрагматического анализа. Сопоставительный анализ мемов, функционирующих в русском, французском и азербайджанском сегментах интернета, показал количественную асимметрию (преобладают русские мемы), с одной стороны, а с другой — различия в формах интернет-мемов (например, в рунете преобладают демотиваторы, во французском и азербайджанском сегментах — комиксы и карикатуры). В вербальной части интернет-мемов трех рассматриваемых лингвокультур функциональный потенциал реализуют как слова, так и фразеологические единицы разных разрядов. В ряде случаев происходит актуализация и полное переосмысление лексических, в том числе, прецедентных. Характер представления образов в визуальной части может быть связан с культурной традицией народа. В исследовании показано, что такие события-аттракторы XXI в., как миграция и угроза коронавирусной инфекции, отражаются в интернет-мемах вне зависимости от системы ценностей, вероисповедания, менталитета. При создании национальных образов и представлении артефактов

© Гусейнова Л.Д., Дугалич Н.М., Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю., Эбзеева Ю.Н., 2022



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

определяющую роль играют этнолингвомаркеры, воспринимаемые конкретным народом. Визуальный элемент также может актуализироваться в связи с происходящими социально-политическими событиями. Все это доказывает, что для адекватной интерпретации мемов необходимо обладать пресуппозитивными знаниями, тогда понимание такого поликодового образования, как интернет-мем, не станет коммуникативной неудачей. Мемы о трудовой миграции и коронавирусной пандемии в белорусском сегменте интернета, контент и формы которых обусловлены поликультурным своеобразием и социокультурной открытостью современной Беларуси, подтверждают и типологизируют основные положения о факторах, условиях, способах и мотивациях мемообразования в русской, французской и азербайджанской лингвокультурах.

Ключевые слова: интернет-текст, интернет-мем, современный социокультурный контекст, комикс, карикатура, демотиватор

Финансирование. Благодарности:

Публикация выполнена при поддержке Программы стратегического академического лидерства РУДН.

История статьи:

Дата поступления: 30.08.2022

Дата приема в печать: 15.09.2022

Для цитирования:

Гусейнова Л.Д., Дугалич, Н.М., Ломакина, О.В., Нелиубова, Н.Ю., Эбзеева Ю.Н. Отражение социокультурного контекста в русских, французских и азербайджанских интернет-мемах // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2022. Т. 13. № 4. С. 1020–1043. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1020-1043>

The Reflection of the Socio-Cultural Context in Russian, French and Azerbaijani Internet Memes

Lala D. Guseynova, Natalia M. Dugalich , Olga V. Lomakina  ,
Natalia Yu. Neliubova , Yulia N. Ebzeeva 

Peoples' Friendship University of Russia,
6, Miklukho-Maklaya St, Moscow, Russian Federation, 117198

 lomakina-ov@rudn.ru

Abstract. Internet texts represent the most mobile and eclectic type of a text. Therefore, the methodology of their analysis is integrative and polyparadigmatic; and for adequate interpretation it is required to consider them taking into account modern socio-cultural context and presuppositional knowledge. The article is devoted to the description of meme-creating components associated with modern sociocultural context in various forms of Internet memes: comics, demotivators, cartoons, presented in three segments of the Internet (Runet, French and Azerbaijani segments). The novelty of the research is based on the fact that for the first time, the meme-creating plots in the Russian, French and Azerbaijani segments of the Internet were identified and correlated; the authors carried out an analysis of the authentic material formed under the influence of the socio-cultural context — the influence of various external factors and cultural background. A continuous selection of network sources from various segments of the Internet allowed compiling an author's card-file containing more than 2 500 Internet memes, the examples from which became an empirical basis for the study. The material was analysed with the use of a descriptive and analytical method that involves direct observation of the phenomena under analysis and their systematization, generalization

of language material; we also used elements of discursive, componential and linguopragmatic analysis. A comparative analysis of memes in the Russian, French and Azerbaijani segments of the Internet showed, on the one hand, a quantitative asymmetry (Russian memes prevail), and on the other hand, differences in the forms of Internet memes (for example, demotivators prevail in Runet, comics and cartoons are commonly found in the French and Azerbaijani segments). The analyzed material showed that both words and phraseological units of different categories realize the functional potential in the verbal part of Internet memes of the three linguocultures under consideration. In a number of cases, there is an actualization and complete rethinking of lexical and precedent units. The nature of the presentation of images in the visual part may be associated with the cultural tradition of the nation. The study shows that such 21st century attraction events as migration and threat of coronavirus infection are reflected in Internet memes regardless of the system of values, religion and mentality. When creating national images and presenting artefacts, the role of ethno-linguistic markers perceived by a particular nation is decisive. The visual element can also be actualized in connection with ongoing socio-political events. All this proves that adequate interpretation of memes requires presuppositional knowledge, so that understanding such a polycode formation as an Internet meme does not become a communicative failure. Memes about labour migration and the coronavirus pandemic in the Belarusian segment of the Internet, content and forms of which are conditioned by the multicultural originality and socio-cultural openness of modern Belarus, confirm and typify the main provisions about the factors, conditions, methods and motivations of meme formation in Russian, French and Azerbaijani linguocultures.

Keywords: Internet text, Internet meme, modern sociocultural context, comics, cartoon, demotivator

Financing. Acknowledgement:

This paper has been supported by the RUDN University Strategic Academic Leadership Program.

Article history:

Received: 30.08.2022

Accepted: 15.09.2022

For citation:

Guseynova, L.D., Dugalich, N.M., Lomakina, O.V., Neliubova, N.Yu. & Ebzeeva, Yu.N. (2022). The Reflection of the Socio-Cultural Context in Russian, French and Azerbaijani Internet Memes. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 13(4), 1020–1043. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2022-13-4-1020-1043>

Введение. Постановка проблемы

Язык по своей природе социален: являясь средством общения, он мгновенно реагирует на изменения, происходящие в обществе. Запечатлевая действительность, язык получил характеристику *живой как жизнь* (К. Чуковский), ставшую крылатой единицей. Влияние культуры — коллективистской или индивидуальной — также оказывает большое внимание на язык [1]. Действительно, социокультурный контекст, под которым мы понимаем влияние различных внешних факторов и культурного фона, находит отражение в языке. Например, появлению нового русского ономастикона (*Нинель, Рэм, Октябрина* и др.) способствовали социально-политические события, происходящие в Советском Союзе. Крылатая единица *Je suis Charlie* (*Я — Шарли*), возникшая «через несколько часов после теракта в редакции французского сатирического еженедельника „Charlie Hebdo“», появилась во французском медиадискурсе в 2015 г. и вошла «во многие языки

в аутентичной форме» [2. С. 569], в качестве доказательства можно привести «широкий функциональный потенциал и лексикографическую фиксацию» выражения [3. С. 263].

Появление виртуальной среды как особой жанровой системы стало следствием возникновения и дальнейшего распространения интернета — «глобальной социально-коммуникационной компьютерной сети, предназначенной для удовлетворения личностных и групповых коммуникационных потребностей за счет использования телекоммуникационных технологий» [4. С. 208–209]. Даже в диалектной речи зафиксирована лексема *интернет* [5. С. 30], что доказывает экспансию всемирной сети. В зависимости от функций, выполняемых всемирной сетью, изучение интернет-дискурса лежит в плоскости исследователей разных областей научного знания: социологов, политологов, лингвистов, культурологов и др.

Интернет-пространство является местом появления текстов разных жанров: интернет-мемов, блогов, форумов, подкастов, чатов — и трансформации старых, давно закрепившихся в языке: проповедь преобразовалась в интернет-проповедь [6], комикс — в web-комикс [7], дневник — в интернет-дневник [8] и под. Соответственно, возникает необходимость в изучении механизмов текстопорождения и дальнейшем описании языковых особенностей текстов различных жанров, что дает основание Е.И. Горошко и Т.И. Поляковой выделить *виртуальное жанроведение* как раздел лингвистики и обозначить такие проблемные области, как «определение и описание виртуального жанра; соотношение и взаимодействие традиционных и виртуальных жанров; поиски и разработка критериев для классификации виртуальных жанров; описание специфических виртуальных жанров [9. С. 225–226].

Цель исследования — на основе анализа русских, французских и азербайджанских интернет-мемов представить, как отражается социокультурный контекст в интернет-мемах, выделить национальную специфику в интернет-мемах, относящихся к трем различным лингвокультурам: русской, французской и азербайджанской, верифицировать общие лингвокультурные особенности интернет-мемов на материале байнета. Выбор разных культур, отличающихся вероисповеданием их представителей, позволяет сравнить разные подходы к интерпретации одного и того же социокультурного явления. Белорусская лингвокультура выступает в роли объективного верификатора, поскольку исторически локализуется на разломе западного и восточного направлений развития христианской цивилизации, а также характеризуется на современном этапе взаимосвязью с азербайджанской лингвокультурой (в современной Беларуси становится более заметной социокультурная роль азербайджанской диаспоры, осуществляется лингвистическая поддержка межкультурной коммуникации [10]).

Методы и материал исследования

Ведущий принцип отбора материала — прием сплошной выборки из сетевых источников разных сегментов интернета — объясняется амбивалентностью используемого для анализа материала и сложностью его поиска. Кроме того, использовался описательно-аналитический метод, предполагающий непосредственное наблюдение анализируемых явлений и их систематизация, а также обобщение языкового материала, применялись элементы дискурсивного, семного и лингвопрагматического анализа.

Эмпирическая база исследования — авторская картотека, насчитывающая более 2500 единиц интернет-мемов. В качестве материала для статьи было отобрано более 20 наиболее репрезентативных и национально маркированных примеров из авторской картотеки.

История вопроса

Традиция изучения интернет-языка берет начало в зарубежном языкознании, что обусловлено экстралингвистически: признание интернета как информационной сети произошло в США в 1995 г. [11. С. 16]. Понятие „Internet Linguistics“ впервые предложено в одноименном докладе Д. Кристала, представленном на заседании American Association for the Advancement of Science в 2005 г., хотя теоретически обосновано было еще ранее в монографии „Language and the Internet“ [12].

Развитие цифровых технологий в России повлекло возникновение интереса к описанию языковых особенностей интернет-коммуникации (см., например, коллективные монографии: [13, 14]). Французский сегмент интернета изучался в русле дискурсологии (лингвистического, социопрагматического и дискурсивного анализа различных видов электронной коммуникации) [15]. Изучение языковой специфики белорусского интернет-дискурса [16–18] стремительно развивается в рамках такого нового научного направления, как информационная лингвистика [19]. Азербайджанское интернет-пространство с позиций лингвистики системно не изучалось.

Интернет-дискурсу как виртуальному средству общения присущи следующие признаки: «анонимность; выбор автором „маски“, максимально удобной в рамках данной коммуникативной ситуации; невозможность использования параязыковых средств и, как следствие, недостаточность информации об авторе текста» [20. С. 254–255]. «Предмет изучения интернет-дискурса — полимодальный текст, представляющий собой 2D или 3D проекцию, „текст в тексте“, поэтому следует исследовать как вербальное наполнение и визуальный / аудиовизуальный ряд, так и скрытые смыслы» [21. С. 36].

Под интернет-мемом вслед за С.В. Канашиной будем понимать «комплексный феномен интернет-коммуникации, представляющий собой целост-

ную, завершённую единицу, с текстом и картинкой в квадратной рамке», направленный на реализацию прагматической функции [22. С. 85]

Исследователи выделяют следующие признаки мемов: «вирусность, реплицируемость, эмоциональность, серийность, мимикрию, минимализм формы, полимодальность, актуальность, юмористическую направленность, медийность, фантазийный характер» [22. С. 86], наличие аксиологической составляющей [21. С. 37]. Кроме того, интернет-мемы могут обладать воздействующей функцией, которая, прежде всего, реализуется в вербальной части посредством использования лозунговых формул, выраженных императивами.

Формы выражения мемов в каждой культуре различны. Как показывают наши наблюдения, для русской лингвокультуры более всего характерны демотиваторы, для французской — комиксы и карикатуры. В азербайджанском сегменте интернета количество мемов незначительно, однако, как и во французском сегменте, преобладают комиксы и карикатуры. Для белорусской лингвокультуры в силу ее трансграничного положения на разломе западной и восточной европейских цивилизаций, а также возрастающей социокультурной полинациональности одинаково характерны интернет-мемы как в форме демотиваторов, так и комиксов и карикатур, что позволяет использовать байнет в качестве надежного и объективного верификатора типологических лингвокультурных сходств интернет-мемов.

Представим определения разных типов мемов. Демотиватор — тип интернет-мема, включающий «1) изображение; 2) слоган или лозунг, набранный крупным шрифтом; 3) пояснительную надпись, набранную мелким шрифтом» [23. С. 260], которые необходимо рассматривать целостно, а в «их соотношении чаще всего лежит эффект обманутого ожидания: демотиватор нельзя воспринимать буквально, само изображение должно переосмысливаться в соотнесенности с текстом, а не восприниматься как руководство к действию» [24. С. 436]. Демотиваторы служат «для привлечения внимания к какой-либо социально значимой проблеме и побуждения к действию» [24. С. 435]. Вербальная часть демотиватора нередко опирается на пресуппозитивные знания и носит прецедентный характер: так, крылатые единицы, «источником образования которых является художественный текст, обладают высокой способностью к образованию мемов по сравнению с другими источниками — высказываниями известных людей, античными и библейскими выражениями» [21. С. 237]. Кроме того, в качестве слоганов нередко используются имена собственные, пословицы и антипословицы (при этом последние выделились в самостоятельную часть интернет-коммуникации [25]), а также афоризмы, которые широко представлены в языке массовой коммуникации [26. С. 394] и рассматриваются в современной лингвистике не только как речевые формулы [27], но и как языковые единицы [28].

Показательно, что именно вербальная составляющая демотиватора детерминирует восприятие его визуального компонента, что выразительно

представлено в рефлексивном белорусскоязычном демотиваторе «Малевіч. Першы накід дэматыватара» (рис. 1), который состоит из репродукции знаменитой картины Казимира Малевича «Черный квадрат» (1915) с подписью «Первый опыт демотиватора».



Рис. 1. Пример демотиватора
Fig. 1. Demotivator example

С.В. Канашина называет комикс, карикатуру и плакат прообразами современных интернет-мемов, своего рода стилизацией и одновременно его типами [30. С. 135]. Web-комикс — тип интернет-мема, включающий изображение с подписями, в основе которых лежит прием языковой игры, построенной на полисемии, употреблении различных разрядов фразеологизмов (идиомах, пословицах, поговорках, крылатых единицах). В.В. Соковнина выделяет следующие признаки, характерные web-комиксу: 1) отсутствие посредника (редактора); 2) законченность истории в рамках одного комикса; 3) массовость; 4) произвольный формат; 5) интерактивность [6. С. 97]. Кроме того, исследователь отмечает созависимость вербального и визуального компонентов, следствием чего является «непроницаемость системы для каких-либо структурных дополнений» [6. С. 101].

По форме web-комиксу близка карикатура — тип интернет-мема, включающий изображение на политическую тему с подписями и/или авторскими комментариями, в основе вербальной части — «использование семиотических кодов, грамматических и лексических текстовых средств» [31. С. 128]. Н.М. Дугалич к отличительным чертам политической карикатуры относит «злободневность фактов, гиперболу и сатиру в представлении иконического и вербального компонентов» [32. С. 23]. «Каждая политическая карикатура

посвящена определенному политическому событию или служит отправной точкой общественной дискуссии, актуализирующей существующую в социуме оценку сложившейся политической (экономической, социальной и др.) ситуации» [31. С. 129]. В отличие от web-комикса, карикатура становится предметом изучения политической лингвистики, поэтому при интерпретации материала необходимо учитывать политическую составляющую, которую можно считать элементом социокультурного контекста времени.

Социальные потрясения как фактор прецедентности в интернет-тексте

Как мы отмечали выше, интернет-мемы имеют национальную и социокультурную специфику. Действительно, выбор типа мема диктуется традициями, сложившимися в сегменте интернета той или иной страны, однако тематика мема может быть обусловлена глобальными проблемами в целом, которые формируют социокультурный контекст как отдельной страны, так и мира. Событиями-аттракторами мирового масштаба последнего десятилетия можно считать изменение миграционного потока, а последних трех лет — пандемию коронавирусной инфекции. Всемирная сеть является самым оперативным способом отражения социально-политических событий, а содержание интернет-мемов продиктовано современным социокультурным контекстом. Согласимся с мнением С.Т. Нефёдова и В.Е. Чернявской, считающих «экстралингвистический контекст основой для адекватной интерпретации смыслов и языковой деятельности вообще. Именно в точке взаимодействия конвенционального значения, идущего от системы языка, с релевантными параметрами контекста происходит семантизация языковых выражений и возникает актуальный, ситуативно обусловленный смысл» [32. С. 83–84].

Миграция как важный социально-политический фактор XXI в.: анализ интернет-мемов

Толерантность как современная категория гуманитарного знания стала своего рода культурным трендом современного общества, каждый из членов которого должен обладать этим качеством. Вместе с тем данное понятие нельзя считать новым: оно лишь актуализировалось в связи с проблемами восприятия дихотомии «свое — чужое», обострившимися при появлении мигрантов, хотя всемирная история содержит многочисленные факты миграционных процессов, первые из которых зафиксированы в Библии.

Начиная с нулевых годов XXI в., тема миграции стала топовой для России: поток трудовых мигрантов увеличивался с каждым годом из-за

привлекательности российского рынка труда «для трудоспособного населения из стран СНГ» [33. С. 3]. Военные действия в странах Ближнего Востока и североафриканских странах повлекли за собой потоки беженцев в страны Евросоюза, вызвав негативное отношение европейцев к нелегальным мигрантам, отождествляемым в языковом сознании с метафорой стихии и войны [34]. Таким образом, миграция как в России, так и в Европе стала социокультурным контекстом для появления интернет-мемов.

Рассмотрим российские демотиваторы, отражающие миграционную тематику.

Символами гастарбайтерского движения в России начала XXI в. стали главные герои юмористической передачи «Наша Russia» Равшан и Джамшуд, имена которых можно считать прецедентными. Прецедентным именем будем называть имя собственное, связанное с широко известным текстом <...>, способное употребляться интенционально (денотативно)» [35. С. 23]. «Из всего множества характеристик, присущих той реалии, на которую указывает прецедентное имя, вычленяется лишь очень ограниченный набор, который заключается в инвариант восприятия прецедентного феномена» и хранится в когнитивной базе [35. С. 24]. Прецедентные имена выполняют в лингвокультуре функцию этнолингвомаркеров — единиц, запечатлевающих национальное своеобразие, «культурную память» и не имеющих «прямых аналогов в другом языке, благодаря чему раскрывается этноспецифичность языкового знака» [36. С. 121].

Представим демотиваторы, построенные на этих прецедентных именах.

Вербальная часть демотиватора (рис. 2, а) основана на строчках из стихотворения В.В. Маяковского «Что такое хорошо и что такое плохо?», в котором произошло добавление компонентов с включением прецедентного имени *мальчика зовут «Джамшут»*: «Если мальчик // любит труд, // тычет // в книжку // пальчик, // про такого // пишут тут: // он // хороший мальчик». В основе демотиватора (рис. 2, б) — языковая игра, построенная на противопоставлении двух прецедентных имен *Пётр* и *Джамшут*, а также антонимии прецедентной единицы *прорубить окно в Европу*, ассоциирующейся с именем российского императора Петра I и глагола *заложить*, значение которого визуализировано. В уста Равшана авторы телесериала вложили фразу, ставшую крылатой и положенной в основу следующего демотиватора (рис. 2, в). Этот пример наглядно доказывает, что демотиваторы, с одной стороны, строятся на прецедентных феноменах, а с другой — служат дальнейшему процессу вхождения устойчивых единиц в язык, процессу прецедентности. Если в первом случае иконический компонент не несет смысловой нагрузки, так как представляет собой изображение героев юмористической передачи «Наша Russia» Равшана и Джамшуда, то в двух других случаях дополняет вербальный компонент, благодаря чему демотиватор обретает единство визуального компонента и слогана.

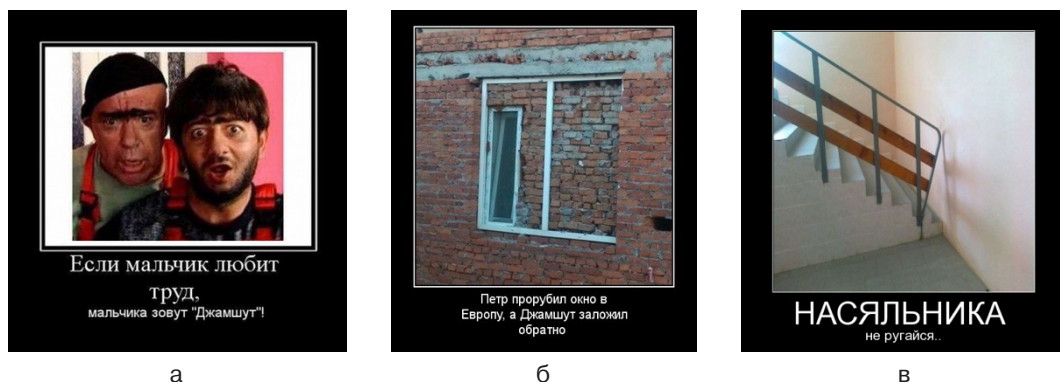


Рис. 2. Примеры демотиваторов
Fig. 2. Examples of Demotivators

Наряду с прецедентными антропонимами, в демотиваторах рассматриваемой тематической группы фигурируют топонимы. В основе вербальной части демотиватора (рис. 3, а) лежит пословица *Москва не сразу строилась*, написание которой содержит орфографические ошибки, которые в данном случае можно квалифицировать как имитацию языковой личности мигранта-гастарбайтера. Подобные ортологические трансформации используются для усиления экспрессивного потенциала слогана демотиватора. Визуальная часть, содержащая изображение Равшана на фоне портрета основателя Москвы Юрия Долгорукого, может восприниматься оскорбительно для москвичей, т.е. интолерантно по отношению к основному населению. Противопоставление Москвы и Ташкента (рис. 3, б) объясняется ассоциативно: мигранты — узбеки, а Ташкент — столица Узбекистана. Кроме того, здесь представлен образ Москвы, которая вместит всех желающих в ней жить (ср.: *Москва не резиновая*). В качестве визуального компонента используется коллективный портрет людей монголоидной расы.



Рис. 3. Примеры демотиваторов
Fig. 3. Examples of Demotivators

Как показывают примеры, в демотиваторах создается противоречивый образ мигранта: с одной стороны, это трудолюбивый человек (см. рис. 1), с другой — нерадивый работник (см. рис. 2, а, б). Приведенные примеры доказывают факт концептуализации определенного понятия (*застарбайтер*) посредством прецедентных имен (*Равшан, Джамиуд*), отождествляемых в русском языковом сознании с трудовыми мигрантами. В рунете, несмотря на ироничное отношение к мигрантам и некоторые отрицательные характеристики, мы не обнаружили негативной оценки этого явления, выражения речевой агрессии в вербальном компоненте, что можно объяснить свойствами русского национального характера быть терпимым и терпеливым. Показательна цитата, принадлежащая Д.С. Лихачёву: «Русская культура уже по одному тому, что она включает в свой состав культуры десятки других народов и издавна была связана с соседними культурами Скандинавии, Византии, южных и западных славян, Германии, Италии, народов Востока и Кавказа, — культура универсальная и терпимая к культурам других народов» [37. С. 3].

Проблема беженцев — вынужденных мигрантов — отражается во французских интернет-мемах. Герой карикатуры — нынешний президент Франции, 25-й президент Пятой республики Э. Макрон. Иконический компонент карикатуры (рис. 4, а) построен на противопоставлении двух колоративно обозначенных политически значимых для Франции явлений — мигрантах, отождествляемых с оранжевыми жилетами (цвет спецодежды работников жилищно-коммунальной сферы, где традиционно трудятся мигранты) и желтыми жилетами (одежда представителей протестного движения, демонстрантов, выступающих против президента Франции Э. Макрона; событие способствовало появлению устойчивой единицы *les Gilets jaunes*). Н.М. Дугалич отмечает наличие проблемы «декодирования визуального семантического знака для реципиента, так как в каждом языке цвет ассоциируется с различным спектром эмоций» [31. С. 155]. В данном случае можно говорить об интернациональной символике оранжевых жилетов, отождествляемых в различных странах с трудовыми мигрантами, которые выполняют низкооплачиваемую неквалифицированную работу.



а



б



в

Рис. 4. Примеры демотиваторов

Fig. 4. Examples of Demotivators

Когнитивно с предыдущей карикатурой связана и следующая (см. рис. 4, б): понимание мигрантов как малоквалифицированных работников подтверждает реплика героев-французов (средством идентификации выступает нарисованный цветными красками французский флаг): «Требуются двое водопроводчиков и трое токарей-фрезеровщиков. Остальные приходите завтра!» (*здесь и далее перевод наш — Л.Г., Н.Д., О.Л., Н.Н., Ю.Э.*). Визуальный компонент представляет собой аллюзию на библейскую историю о спасении Ноя: мигранты могут быть спасены только при получении работы.

Французская карикатура (см. рис. 4, в) носит провокационный, интолерантный по отношению к коренному населению характер, выражающийся в реплике героини:

- Ты знаешь, что такое красно-бело-синий флаг?
- Да, это французский флаг доисламской республики.

Иконический компонент информативно наполнен: диалог происходит в библиотеке, интерьерным элементом которой являются надписи на арабском языке, а все посетители — женщины в исламском облачении. Кроме того, показано непочтительное отношение к государственной символике — флагу, цвета которого читательница на карикатуре называет справа налево аналогично чтению на арабском языке, что поясняется в нижней части картинка. Автор предупреждает об исламской экспансии, следствием которой станет исламизация страны, когда цвета флага будут восприниматься в обратном порядке.

Проанализированные карикатуры французского сегмента сети, несмотря на тематическую близость, разноплановы. Мигрант показан как низкоквалифицированный работник (см. рис. 4, а, б), представляющий опасность для республики, как и Движение желтых жилетов (см. рис. 4, а). В отличие от русского сегмента интернета, французский содержит пример, показывающий эволюционное следствие процесса миграции — изменение конституционного строя страны.

Для азербайджанского общества проблема миграции не стоит так остро, как для России и стран Евросоюза, чем и объясняется незначительный количественный состав интернет-мемов. В основе карикатуры (рис. 5) под названием «Место мигранта в обществе» лежит разоблачение иммигрантского бизнеса. Вербальный компонент полностью иллюстрирует иконический: знаменитый стадион (там проводились митинги, где желающие уехать получали рекомендации от партий), Германия как страна вербовки и обозначение партии — организатора торговли людьми.

Типологически общим лингвокультурным контентом интернет-мемов, которые посвящены миграции, является ее глубоко имплицитное неприятие, скрытое в иронии и прикрытое внешне политкорректным восприятием трудовых мигрантов. Это неприятие основано на общем для различных лингвокультур отторжении чужого (а гастарбайтеры-мигранты являются носителями чужих, часто глубоко непонятных и поэтому с трудом прини-

маемых этнокультур). В Беларуси нет трудовых мигрантов, но сами белорусы часто выезжают на заработки в Россию и европейские страны (Польшу, Германию и др.), поэтому глубоко социокультурно интегрированы в проблему негативного восприятия трудовых мигрантов, что выразительно отражено в интернет-мемах с комментариями об актуальности сегрегации по этническому признаку (рис. 6, а) и национальным различиям, выраженным в визуальном и вербальном компонентах (коннотативно окрашенная лексема *выродок* соответствует изображенной на фото банке Pepsi как главному конкуренту напитку Coca Cola) (рис. 6, б).

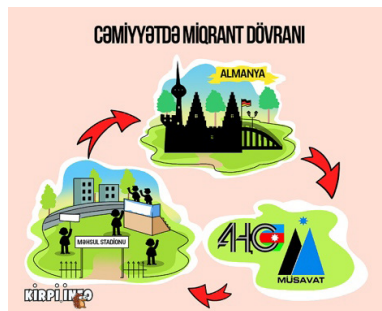


Рис. 5. Примеры демотиваторов
Fig. 5. Examples of Demotivators

Свет з роўнымі правамі і без
ніякага расізму гэта толькі



а



б

Рис. 6. Примеры демотиваторов
Fig. 6. Examples of Demotivators

Отражение COVID-19 в интернет-мемах

Главным событием-аттрактором, информационным поводом, формирующим социокультурный контекст всего мирового сообщества в 2020 г., является пандемия коронавирусной инфекции. По этой причине проблема здоровьесбережения, в том числе от инфекционных болезней, является общечеловеческой, а здоровье и жизнь в целом в различных текстах выдвигаются как абсолютные ценности.

Пандемия коронавируса повлияла не только на систему ценностей народов, но на различные сферы жизни человека: язык, традиции. Например, «пересмотру и модификации подверглись основные составляющие повседневной жизни мусульман: соблюдение строгого карантина потребовало отказа от массовых собраний, проведения семейных и общинных праздников, а также запрет совершения пятничного коллективного намаза и хаджа» [38. С. 23]. Лексемы семантического поля «коронавирус» вошли в ряд языков [подробнее: 39–41], появился «Словарь русского языка коронавирусной эпохи» [44].

В.Ю. Леденева и Н.А. Безвербная называют сформированные в интернет-СМИ разных стран две тенденции, негативно повлиявшие на развитие этой инфекции: 1) отрицание и дезинформация о вирусе COVID-19, которые усугубляли его распространение и замедляли ответ на пандемию; 2) киберзапугивание, приведшее «к распространению дезинформации и фейковых данных» [43. С. 96]. Действительно, ложно сформированное представление о каком-либо предмете может пагубно повлиять на дальнейший ход истории.

Здоровье относится к числу базовых ценностей человечества, это одна из ценностных констант каждого человека, что находит отражение в языке, в т.ч. в паремиологическом фонде языка (см., например [44–46]), где оно «осмыслялось как сущность, имеющая ценностную значимость» [45. С. 230].

В ситуации пандемии интернет стал самым востребованным средством информации, с одной стороны, а с другой — местом мгновенного реагирования на события, происходящие в социуме и языке.

Вербальная часть как демотиваторов, представленных в рунете, так и французских и азербайджанских комиксов включает слова и устойчивые фразы, появившиеся и актуализированные во время пандемии. Наглядным примером влияния социокультурного контекста на лексико-фразеологический состав языка является появление новых слов и лексико-семантических вариантов, антиполовиц, зафиксированных в «Словаре русского языка коронавирусной эпохи», среди которых существительные *удалёнка* [42. С. 243] и *самоизоляция* [42. С. 229], включенных в слоганы демотиваторов (рис. 7, а, б). Иконический компонент (рис. 7, а) представляет собой гиперболизированную форму обозначенной в вербальной части *работы на удалёнке*. Кроме лексемы, относящейся к т.н. коронавирусной лексике, в основе вербальной части демотиватора (рис. 7, б) — прецедентная единица *Ударим велопробегом по бездорожью, разгильдяйству* из романа И. Ильфа и Е. Петрова «Золотой теленок». После замены компонентов происходит полная деформация с изменением значения: вариант прецедентной единицы *Ударим новыми знаниями по коронавирусу и самоизоляции* в вербальной части получает положительную оценку, однако возникает противоречие с визуальной частью: изображение втулки от туалетной бумаги апеллирует к обыденным проблемам чело-

века, находящегося на самоизоляции и не имеющего возможность приобрести новые товары, иллюстрирует ажиотажный спрос на туалетную бумагу, обозначенный как *феномен туалетной бумаги* [42. С. 243]. Необходимость иметь продовольственные и непродовольственные запасы — ведущая тема следующего демотиватора (рис. 7, в). В демотиваторе сохранена визуальная патетика, однако вербальная часть представляет собой вариант надписи, выраженной в виде вопроса *А ты затарился гречкой?*, где происходит полное обесценивание пресуппозитивного содержания плаката за счет актуализации высказывания (гречка была в списке продуктов, которые раскупали россияне перед надвигающейся пандемией) и выбора разговорного глагола *затариться*.

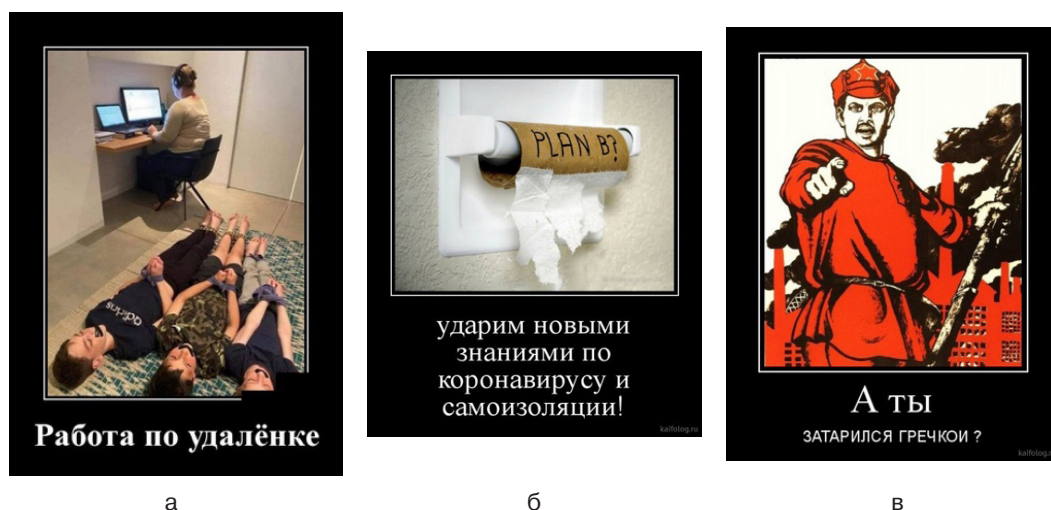


Рис. 7. Примеры демотиваторов
Fig. 7. Examples of Demotivators

В азербайджанском (рис. 8, а) и французском (рис. 8, б) комиксах употреблено актуальное для пандемийной лексики различных языков слово *карантин*. Азербайджанский комикс апеллирует к американскому анимационному фильму про Рапунцель, волосы которой наделены волшебной силой. В условиях пандемии первоначально ношение маски, поэтому объясним диалог героев: «Он: *Волосы отпусти, Рапунцель*. Она: *Еще карантин не закончился...*». В ожидании окончания карантина живет и герой французского комикса (рис. 8, а). Вербальная часть носит констатирующий характер: французы готовятся к снятию карантина, покупая двухметровые багеты, что красноречиво доказывает реплика героя. По наблюдениям Б.Б. Нарынбаевой, «в традиционной карикатуре на француза обязательно обозначены берет на голове и багет под мышкой» [47. С. 78]. В данном примере багет выступает этнолингвомаркером.

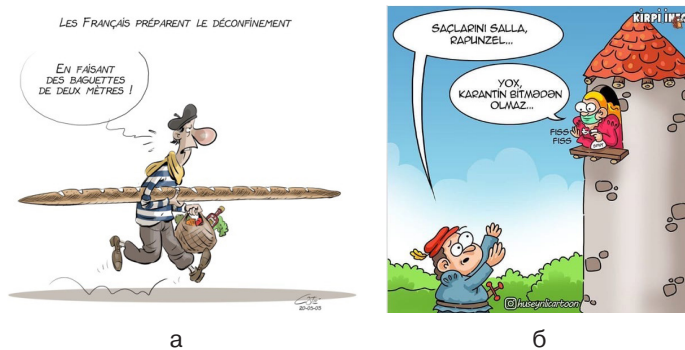


Рис. 8. Примеры демотиваторов
Fig. 8. Examples of Demotivators

В азербайджанском комиксе (рис. 9, а) этнолингвомаркером выступает кизилковое варенье, которое является проверенным средством от всех болезней. Визуальная часть показывает, что банка с вареньем одерживает победу над коронавирусом. Вербальный компонент на английском языке (*This is Azerbaijan*) указывает на локализацию.



Рис. 9. Примеры демотиваторов
Fig. 9. Examples of Demotivators

Смысловой доминантой ряда азербайджанских и французских интернет-мемов являются семейные отношения. Вне зависимости от культуры и уклада жизни героем комиксов (рис. 9) незримо выступает теща. В азербайджанском меме (рис. 9, б) реплику жены насчет источника появления коронавируса («Слышишь, говорят, вирус человеку от змеи передался») муж экстраполирует на внутрисемейные отношения: «От твоей матери никому нет пользы», а мать жены ассоциируется с пресмыкающимся животным. Французский комикс (рис. 9, в) также высвечивает внутрисемейные коллизии, муж радуется, что не увидит тещу:

– Из-за режима изоляции моя мама не сможет прийти на ужин в выходные.

– Хоть бы подольше это продолжалось.

Иконический материал двух примеров совпадает, как и смысловое наполнение вербальной части. Для азербайджанской культуры как мусульманской культуры семейные ценности являются незыблемыми (например, по Корану мусульманин должен быть щедрым по отношению к родным), ироничное отношение к теще в данном случае говорит о влиянии европейской традиции на азербайджанское общество.

В белорусской лингвокультуре проявляется типологическая общность как форм интернет-мемов, посвященных COVID-19, так и их содержания. Контент белорусских мемов COVID-19 направлен на непосредственное восприятие как самого вируса и его последствий для здоровья (рис. 10, а, б), так и его лечения и противодействия ему (вакцинации) (рис. 10, в, г), что обусловлено весьма смягченными требованиями в Беларуси (как и в Швеции) к карантину и самоизоляции, а также сравнительно небольшим распространением работы в условиях удаленности. Это выразилось в экспликации ироничного восприятия пандемии в белорусских интернет-мемах, которое в и разной степени и различной форме имплицировано в интернет-мемах русской, французской и азербайджанской лингвокультурах.



Рис. 10. Примеры демотиваторов
Fig. 10. Examples of Demotivators

В белорусских интернет-мемах широко используются прецедентные фразы как из национального фонда (рис. 10, в: *Смачна есці* как пожелание Приятного аппетита), так и (в переводе на белорусский) из русского языка (рис. 10, г: *І мы гэта вылечым* как трансформа популярной крылатой фразы *И тебя вылечат, и меня вылечат* из к/ф „Иван Васильевич меняет профессию“), что свидетельствует о преимущественно прецедентном характере слоганов в интернет-мемах.

Заключение

Интернет-пространство оперативно реагирует на события, происходящие в социуме. Интернет-тексты являются самым мобильным и эклектичным видом текста, поэтому методология их анализа носит интегративный

и полипарадигмальный характер, а для адекватной интерпретации требуется рассматривать подобные образования с учетом современного социокультурного контекста.

Сопоставительный анализ различных жанров интернет-мемов русского, французского и азербайджанского сегментов интернета и верификация на материале байнета показали, что, несмотря на жанровые различия (в рунете преобладают демотиваторы, во французском и азербайджанском сегментах — комиксы и карикатуры), выбор тематики напрямую связан с животрепещущими для данного социума событиями. Миграционная тематика, актуальная (начиная с нулевых годов XXI в.) для России и связанная с приездом трудовых мигрантов, спустя десятилетие стала частью европейской истории, что нашло отражение во французских интернет-мемах. Единичная представленность данной темы в азербайджанской сети позволяет сделать вывод о том, что для азербайджанского общества тема миграции не является значительной. Тема здоровья, ставшая необычайно важной для всего общества в связи с началом пандемии коронавируса, не просто повлияла на интернет-пространство, но и показала актуальные для человечества проблемы: обострение семейных противоречий во время самоизоляции (карантина), поиск лекарства от коронавируса, покупка товаров впрок и под.

Такие события-аттракторы XXI в., как миграция и угроза коронавирусной инфекции, отражаются в интернет-мемах вне зависимости от системы ценностей, вероисповедания, менталитета. При создании национальных образов и представлении артефактов определяющую роль играют этнолингвомаркёры, воспринимаемые конкретным народом (багет во французской культуре, кизилковое варенье — в азербайджанской). Образы мигрантов Джемшута и Равшана концептуализировались в сознании русских и стали прецедентными именами. Визуальный элемент также может актуализироваться в связи с происходящими социально-политическими событиями. Все это доказывает, что для адекватной интерпретации мемов необходимо обладать пресуппозитивными знаниями, тогда понимание такого поликодового образования, как интернет-мем, не станет коммуникативной неудачей.

Мемы о трудовой миграции и коронавирусной пандемии в белорусском сегменте интернета, контент и формы которых обусловлены поликультурным своеобразием и социокультурной открытостью современной Беларуси, подтверждают и типологизируют основные положения о факторах, условиях, способах и мотивациях мемообразования в русской, французской и азербайджанской лингвокультурах.

Перспективой исследования является многоаспектное изучение интернет-мемов. В частности, с позиции неофразеологии интересны и поэтические демотиваторы как зеркало народных умонастроений и формирования нового

типа языковой личности. Анализ новой лексики в вербальной части позволит определить место неологизмов и потенциальных слов в системе языка. Сравнительно-сопоставительные исследования подобных текстов позволяют установить факторы мемообразования, специфичность визуального и вербального компонентов.

Библиографический список

1. *Tamimy M., Setayesh Zarei L., Khaghaninejad M. S.* Collectivism and individualism in US culture: An analysis of attitudes to group work // *Training, Language and Culture*. 2022. № 6 (2). P. 20–34. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-2-20-34>
2. *Макарова А.С.* Амбивалентность функционального потенциала крылатого выражения Я — Шарли // *Вопросы теории и практики журналистики*. 2017. № 6 (4). С. 566–577. <https://doi.org/10.17150/2308-6203>
3. *Ломакина О.В., Мокиенко В.М.* Крылатика в современном культурном контексте // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика*. № 10 (2). С. 256–272. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-256-272>
4. *Соколов А.В.* Общая теория социальной коммуникации. СПб.: Михайлов, 2002.
5. *Демешкина Т.А.* Трансформация диалектной коммуникации под воздействием СМИ // *Вестник Томского государственного университета*. 2016. № 413. С. 29–33. <https://doi.org/10.17223/15617793/413/4>
6. *Макарова А.С.* Языковые особенности православной интернет-проповеди // *Славянские лингвокультуры в пространстве и временном континууме: сборник научных статей / Е.В. Ничипорчик (гл. ред.). Гомель: ГТУ им. Ф. Скорины*. 2019. С. 48–62.
7. *Соковнина В.В.* Языковая игра в web-комиксах // *Филология и человек*. 2016. № 3. С. 96–102.
8. *Усачева О.Ю.* К определению понятия «жанр интернета» и построению модели жанра в среде интернет // *Мир русского слова*. 2010. № 1. С. 51–57.
9. *Горошко Е.И., Землякова Е.А.* Виртуальное жанроведение: становление теоретической парадигмы // *Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации»*. 2011. №. 24 (1(63)). С. 225–237.
10. *Белорусско-азербайджанский словарь / ред. В.Д. Старичонок, Т.Г. Шукурбейли*. Минск: Белорусская наука, 2015.
11. *Горошко Е.И.* Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры // *Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова*. М.: ФЛИНТА: Наука, 2018. С. 9–52.
12. *Crystal D.* *Language and the Internet*. Cambridge University Press, 2001.
13. *Скворцов О.Г., Лазарева Э.А., Горина Е.В.* *Дискурс Интернета: монография*. Екатеринбург: ИМС, 2009.
14. *Интернет-коммуникация как новая речевая формация: колл. монография / науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова*. М.: ФЛИНТА: Наука, 2018.
15. *La langue du cyberspace: de la diversité aux normes*. Paris: L'Harmattan, 2008.
16. *Баркович А.А.* *Лінгвіаінфармацыйная спецыфіка камп'ютарна-апасродкаванага дыскурсу*. Мінск: БДУ, 2015.
17. *Важнік С.А.* Тры стыхіі Байнэта, або Праява нацыянальнай моўнай самаідэнтыфікацыі. Серыя «Лекцыі па Інтэрнэт-лінгвістыцы». Вып. 1. Мінск: Права і эканоміка, 2007.
18. *Баркович А.А.* Сацыялінгвістычная спецыфіка беларускага інтэрнэт-дыскурсу // *Труды БГТУ*. 2018. № 2 (4). С. 94–99.

19. Баркович А.А. Информационная лингвистика: Метаописания современной коммуникации. М.: ФЛИНТА: Наука, 2017.
20. Ломакина О.В. Крылатика в интернет-дискурсе: функционально-прагматический аспект // Полипарадигмальные контексты фразеологии в XXI веке: материалы междунар. науч. конф. Тула: ТППО, 2018. С. 254–260.
21. Ломакина О.В., Нелюбова Н.Ю. Текст художественной литературы как основа для Интернет-мема: из опыта анализа современных рецептов // Вестник Томского государственного университета. 2018. № 437. С. 36–44. <https://doi.org/10.17223/15617793/437/5>
22. Канашина С.В. Что такое интернет-мем? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: гуманитарные науки. 2017. Т. 36. № 28 (277). С. 84 — 90.
23. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Роль крылатики в Интернет-дискурсе: к постановке проблемы // Фирсовские чтения. Лингвистика в XXI веке: Междисциплинарные парадигмы: материалы докладов и сообщений Международной научно-практической конференции. Москва, 14–15 ноября 2017 г. М.: РУДН, 2017. С. 247–254.
24. Амелина Н.В. Демотиваторы рунета: опыт лингвоэкологического анализа // IV Фирсовские чтения. Язык в современных дискурсивных практиках: материалы докладов и сообщений Международной научно-практической конференции. Москва, 22–23 октября 2019 г. М.: РУДН, 2019. С. 435–443.
25. Иванов Е.Е. Антипословицы Рунета: типология и словарь. Серия «Лекции по Интернет-лингвистике». Вып. 3. Минск: Право и экономика, 2009.
26. Иванов Е.Е. Аспекты эмпирического понимания афоризма // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 2. С. 381–401. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401>
27. Иванов Е.Е. О рекуррентности афористических единиц в современном русском языке // Русистика. 2019. Т. 17. № 2. С. 157–170. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170>
28. Иванов Е.Е. Афоризм как объект лингвистики: основные признаки // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2020. № 11 (4). С. 659–706. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706>
29. Канашина С.В. Интертекстуальность как текстовая категория в интернет-мемах // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2019. № 7 (140). С. 133–138.
30. Эбзеева Ю.Н., Дугалич Н.М. Методика анализа креолизованного текста политической карикатуры на арабском и французском языках // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. № 1. С. 127–133. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2018-23-1-127-133>
31. Дугалич Н.М. Политическая карикатура и её коды. М.: Флинта, 2021.
32. Нефёдов С.Т., Чернявская В.Е. Контекст в лингвистическом анализе: прагматическая и дискурсивно-аналитическая перспектива // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2020. № 63. С. 83–97.
33. Рязанцев С.В. Трудовая иммиграция в Россию: старые проблемы и новые подходы к регулированию // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2013. Сер. 5 Вып. 1. С. 3–14.
34. Новикова В.П. Миграция: метафора «стихий» и «войны» или библейская история // Когнитивные исследования языка. 2016. № 26. С. 687–691.
35. Красных В.В., Гудков Д.Б., Захаренко И.В. Теоретические положения. Принципы описания // Русское культурное пространство: Лингвокультурол. слов. Под ред. И.В. Захаренко. Вып. 1: Зооморфные образы. Прецедентные имена. Прецедентные тексты. Прецедентные высказывания. М.: Гнозис, 2004. С. 7–54.
36. Ломакина О.В., Мокиенко В.М. Познавательный потенциал русинских паремий на фоне русского и украинского языков // Русин. 2016. № 3 (45). С. 119–128. <https://doi.org/10.17223/18572685/45/9>

37. Лихачёв Д.С. О национальном характере русских // Вопросы философии. 1990. № 4. С. 3–7.
38. Музыкина Е.В. Сценарии будущего мусульманского мира после COVID-19 // Исламоведение. 2020. № 11 (2). С. 18–29.
39. Голованова Е.И., Маджаева С.И. О словаре эпохи пандемии коронавируса // Вестник Челябинского государственного университета. Филологические науки. 2020. Т. 121. № 7 (441). С. 48–55.
40. Мишуткина И.И. Новая лексика немецкого языка как отражение новой действительности (по материалам немецких СМИ о COVID-19) // Оригинальные исследования (ОРИС). 2020. № 8. С. 103–107.
41. Al-Salman, S. & Ahmad S. Haider. COVID-19 trending neologisms and word formation processes in English // Russian Journal of Linguistics. 2021. № 25 (1). P. 24–42. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-24-42>
42. Словарь русского языка коронавирусной эпохи. / сост. Х. Вальтер, В.М. Мокиенко и др. СПб: Институт лингвистических исследований РАН, 2021.
43. Леденёва В.Ю., Безвербная Н.А. Формирование образа мигранта в СМИ и социальных сетях на фоне эпидемии COVID-19 (по результатам контент-анализа Интернет изданий) // Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право. 2020. № 3. С. 95–105. <https://doi.org/10.26653/2076-4650-2020-3-08>
44. Нелюбова Н.Ю., Семина П.С., Казлаускаене В. Гурманство в иерархии ценностей французов и бельгийцев (на материале пословиц и поговорок) // Russian Journal of Linguistics. 2020. Т. 24. № 4. С. 969–990. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990>
45. Ничипорчик Е.В. Здоровье как ценность в паремиологической картине мира (на материале русских и итальянских пословиц и поговорок) // Проблемы истории, филологии, культуры. 2012. № 3 (37). С. 218–232.
46. Ivanov E., Petrushevskaja Ju. Etymology of English Proverbs // Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. 2015. № 8 (5). P. 864–872.
47. Нарынбаева Б.Б. Основные продукты питания во фразеологической картине французского и кыргызского языков // Новая наука: от идеи к результату. 2015. № 5 (2). С. 78–81.

References

1. Tamimy, M., Setayesh Zarei, L., & Khaghaninejad, M.S. (2022). Collectivism and individualism in US culture: An analysis of attitudes to group work. *Training, Language and Culture*, 6(2), 20–34. <https://doi.org/10.22363/2521-442X-2022-6-2-20-34>
2. Makarova, A.S. (2017). Ambivalence of functional potential of the winged unit Je suis Charlie. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 6(4), 566–577. [https://doi.org/10.17150/2308-6203.2017.6\(4\).566-577](https://doi.org/10.17150/2308-6203.2017.6(4).566-577) (In Russ.).
3. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2019). Winged words in a modern cultural context. *RUDN Journal of Language Studies. Series: Theory of Language. Semiotics. Semantics*, 10(2), 256–272. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-256-272> (In Russ.).
4. Sokolov, A.V. (2002) *Obshchaya teoriya social'noj kommunikacii: uch. posobie [General Theory of Social Communication: Text Edition]*. Saint-Petersburg: Mikhailov. (In Russ.).
5. Demeshkina, T.A. (2016). The transformation of dialect communication under the mass media influence. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 413, 29–33. <https://doi.org/10.17223/15617793/413/4> (In Russ.).
6. Makarova, A.S. (2019). Yazykovye osobennosti pravoslavnoj internet-propovedi [Linguistic Features of the Orthodox Internet Sermon]. In: *Slavic Linguocultures in Space and Time Continuum: a Collection of Scientific Papers*. Gomel: Francisk Skorina Gomel State University. pp. 48–62. (In Russ.).

7. Sokovnina, V.V. (2016). Yazykovaya igra v web-komiksakh [The Language Game in Webcomics]. *Filologiya i chelovek*, 3, 96–102. (In Russ.).
8. Usacheva, O.Yu. (2010). Towards Definition of Concept “Internet Genre” and Creation of Genre Model in the Internet Area. *World of Russian word*, 1, 51–57. (In Russ.).
9. Goroshko, E.I. & Zemlyakova, E.A. (2011). Theory of Virtual Genres: Paradigm Development. *Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Philology. Social Communications*, 24(1), 225–237. (In Russ.).
10. Belarusian-Azerbaijani dictionary (2015). V.D. Starichonok, T.G. Shukurbejli (eds.). Minsk: Belorusskaja nauka.
11. Goroshko, E.I. (2018). Modern Internet Communication: Structure and Main Parameters. In: T.N. Kolokoltseva, O.V. Lutovinova (eds.) *Internet Communication as a New Speech Formation*. Moscow: FLINTA: Nauka. pp. 9–52. (In Russ.).
12. Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
13. Gorina, E.V., Lazareva, E.A. & Skvortsov, O.G. (2009). *Internet Discourse*. Ekaterinburg: Institute of International Relations. (In Russ.).
14. Kolokoltseva, T.N. & Lutovinova, O.V. (eds.). (2018). *Internet Communication as a New Speech Formation*. Moscow: FLINTA: Nauka. (In Russ.).
15. La langue du cyberspace: de la diversité aux norms (2008). Paris: L’Harmattan. (In Franch).
16. Barkovich, A.A. (2015). *Linguo-informational specificity of computer-mediated discourse*. Minsk: BDU Publ. (In Belarus.).
17. Vazhnik, S.A. (2007). Three Elements of Bynet, or Manifestation of National Linguistic Self-Identification. Minsk: Prava i jekonomika. (In Belarus.).
18. Barkovich, A.A. (2018). Sacyjalingvistychnaja specyfika belaruskaga intjernjet-dyskursu [Sociolinguistic Specificity of Belarusian Internet Discourse]. *Trudy BGTU*, 2(4), 94–99. (In Belarus.).
19. Barkovich, A.A. (2017). *Informacionnaja lingvistika: Metaopisanija sovremennoj kommunikacii [Information Linguistics: Meta Descriptions of Modern Communication]*. Moscow: FLINTA: Nauka. (In Belarus.).
20. Lomakina, O.V. (2018). Krylatika v internet-diskurse: funkcional’no-pragmaticeskij aspekt [Wings in the Internet Discourse: Functional and Pragmatic aspect]. In *Polyparadigmatic Contexts of Phraseology in the XXI Century: Materials of the International Scientific Conference*. Tula: TPPO. 254–260. (In Russ.).
21. Lomakina, O.V. & Nelyubova, N. Yu. (2018). Fictional text as a basis for the Internet meme: based on the study of modern receptions. *Tomsk State University Journal*, 437, 36–44. <https://doi.org/10.17223/15617793/437/5> (In Russ.).
22. Kanashina, S.V. (2017). What is an internet meme? *Nauchnye vedomosti Belgorodskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: gumanitarnye nauki*, 36(28), 84–90. (In Russ.).
23. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2017). The Role of Krylatka in the Internet Discourse: to the Formulation of the Problem. In: Firsov’s Readings. *Linguistics in the XXI century: Interdisciplinary Paradigms: materials of reports and messages of the International Scientific and Practical Conference. Moscow, November 14–15, 2017*. Moscow: RUDN Publ. pp. 247–254. (In Russ.).
24. Amelina, N.V. (2019). Runet Demotivators: Experience of Lingvoecological Analysis. In: *IV Firsova Readings. Language in Modern Discursive Practices: Materials of Papers and Reports of the International Scientific-practical Conference*. Moscow: RUDN publ. pp. 435–443. (In Russ.).
25. Ivanov, E.E. (2009). *Runet anti-words: typology and dictionary*. Serija: Lekcyi pa Intjernjet-lingvistycy. Iss. 3. Minsk: Pravo i jekonomika. (In Russ.).
26. Ivanov, E.E. (2019). Aspects of empirical understanding of aphorism. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(2), 381–401. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2019-10-2-381-401> (In Russ.).

27. Ivanov, E.E. (2019). Aphoristic units recurrence in modern Russian language. *Russian Language Studies*, 17(2), 157–170. <https://doi.org/10.22363/2618-8163-2019-17-2-157-170> (In Russ.).
28. Ivanov, E.E. (2020). Aphorism as an object of linguistics: the main properties. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 11(4), 659–706. <https://doi.org/10.22363/2313-2299-2020-11-4-659-706> (In Russ.).
29. Kanashina, S.V. (2019). Intertextuality as a text category in Internet meme. *Izvestija Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 7(140), 133–138. (In Russ.).
30. Ebzeeva, Yu.N. & Dugalich, N.M. (2018). Methodology for analyzing creolized text of political cartoon in the Arabic and French languages. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 23(1), 127–133. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2018-23-1-127-133> (In Russ.).
31. Dugalich, N.M. (2021). *Political caricature and its codes* [monograph]. Moscow: Flinta. (In Russ.).
32. Nefedov, S.T. & Chernyavskaya, V.E. (2020). Context in Linguistics: Pragmatic and Discourse Analytical Dimensions. *Tomsk State University Journal of Philology*, 63, 83–97. (In Russ.).
33. Ryazantsev, S.V. (2013). Labor immigration into Russia: old problems and new approaches to regulation. *Vestnik of St. Petersburg University*, 5(1), 3–14. (In Russ.).
34. Novikova, V.P. (2016). Migration: metaphor of “elements” and “war” or a biblical story? *Cognitive Studies of Language*, 26, 687–691. (In Russ.).
35. Krasnykh, V.V., Gudkov, D.B. & Zakharenko, I.V. (2004). Theoretical Positions. Principles of Description. In: Zakharenko I.V. (ed.) *Russian Cultural Space: Linguocultural Dictionary. I.S. Brilyova, N.P. Volskaya, D.B. Gudkov [and others]; Zoomorphic images. Precedent Names. Precedent texts. Precedent statements*. Vol. 1. Moscow: Gnosis. pp.7–54 (In Russ.).
36. Lomakina, O.V. & Mokienko, V.M. (2016). Cognitive potential of Rusin proverbs compared with those in the Russian and Ukrainian languages. *Rusin*, 3, 119–128. <https://doi.org/10.17223/18572685/45/9> (In Russ.).
37. Likhachev, D.S. (1990). About the National Character of Russians. *Problems of Philosophy*, 4, 3–7. (In Russ.).
38. Muzykina, Ye.V. (2020). Futures Scenarios of Muslim World after COVID-19. *Islamovedenie*, 11(2), 18–29. (In Russ.).
39. Golovanova, E.I. & Madzhaeva, S.I. (2020). On the vocabulary of the coronavirus pandemic epoch. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Philological Sciences*, 121, (7(441)), 48–55. (In Russ.).
40. Mishutkina, I.I. (2020). New Vocabulary of the German Language as a Reflection of the New Reality (based on German Media Materials on COVID-19). *Journal of Original Research (O RIS)*, 8, 103–107. (In Russ.).
41. Al-Salman, S. & Ahmad S.H. (2021). COVID-19 trending neologisms and word formation processes in English. *Russian Journal of Linguistics*, 25(1), 24–42. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2021-25-1-24-42>
42. Val'ter, H., Mokienko, V.M. et al. (eds.). (2021). *A dictionary of the Russian language of the coronavirus era*. St. Peterbourg: Institut lingvisticheskikh issledovaniy RAN. (In Russ.).
43. Ledeneva, V.Yu. & Bezverbnaya, N.A. (2020) Forming the image of a migrant in the media and social networks against the background of the COVID-19 epidemic (based on the results of content analysis of online publications). *Scientific Review. Series 1. Economics and Law*, 3, 95–105. <https://doi.org/10.26653/2076-4650-2020-3-08> (In Russ.).
44. Neljubova, N.Ju., Semina, P.S. & Kazlauskene, V. (2020). Gourmandise in the hierarchy of values: a case study of French and Belgian proverbs and sayings. *Russian Journal of Linguistics*, 24(4), 969–990. <https://doi.org/10.22363/2687-0088-2020-24-4-969-990> (In Russ.).
45. Nichiporchik, E.V. (2012). Health as a value in a paremiological world image (based on Russian and Italian proverbs and sayings). *Journal of Historical, Philological and Cultural Studies*, 3(37), 218–232. (In Russ.).

46. Ivanov, E. & Petrushevskaja, Ju. (2015). Etymology of English Proverbs. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences*, 8(5), 864–872.
47. Narynbayeva, B.B. (2015). Basic Foodstuffs in the Phraseological View of the French and Kyrgyz Languages. *New Science: from Idea to Result*, 5–2, 78–81. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Гусейнова Лала Джанишир, лаборант кафедры иностранных языков филологического факультета РУДН; *e-mail*: guseynova-ld@rudn.ru

Дугалич Наталья Михайловна, кандидат филологических наук, заведующая кафедрой иностранных языков Медицинского института РУДН, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета; *e-mail*: dugalich-nm@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-1863-2754.

Ломакина Ольга Валентиновна, доктор филологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов; *e-mail*: lomakina-ov@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-0298-5678.

Нелубова Наталья Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков филологического факультета Российского университета дружбы народов; *e-mail*: nelubova-nv@rudn.ru
ORCID: 0000-0002-6538-8267.

Эбзеева Юлия Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедрой иностранных языков филологического факультета, первый проректор — проректор по образовательной деятельности Российского университета дружбы народов; *e-mail*: ebzeeva-yun@rudn.ru
ORCID: 0000-0002-0043-7590.

Information about the authors:

Lala D. Guseynova, Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University; *e-mail*: guseynova-ld@rudn.ru

Natalia M. Dugalich, Candidate of Philology, Head of Department of Foreign Languages, Institute of Medicine, RUDN University, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University; *e-mail*: dugalich-nm@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-1863-2754.

Olga V. Lomakina, Doctor of Philology, Professor, Leading Research Scientist, Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University; *e-mail*: lomakina-ov@rudn.ru
ORCID: 0000-0003-0298-5678.

Natalia Yu. Neliubova, Candidate of Philology, Associate Professor, Associate Professor, Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, RUDN University; *e-mail*: nelubova-nv@rudn.ru
ORCID: 0000-0002-6538-8267.

Yulia N. Ebzeeva, Candidate of Philology, Associate Professor, Head of Department of Foreign Languages, Faculty of Philology, First Vice Rector — Vice Rector for Education; *e-mail*: ebzeeva-yun@rudn.ru
ORCID: 0000-0002-0043-7590