

ФИЛОЛОГИЯ

(шифр научной специальности: 5.9.6)

Научная статья

УДК 81:373.48

doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-193-198

АНАЛИЗ ЯЗЫКОВЫХ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ КАК ФОРМЫ ЦИФРОВОГО ФОЛЬКЛОРА

© *Анна Викторовна Резникова¹, Галина Ивановна Радченко²*

^{1, 2}*Донской государственной технической университет, г. Ростов-на-Дону, Россия*

¹*annreznikova@yandex.ru*

Аннотация. Анализируются языковые и социокультурные особенности интернет-мемов как формы цифрового фольклора. Рассматривается проблема формулирования дефиниции понятия «мем-язык», взаимосвязь исходного языка и метаязыка; дается определение феномену «интернет-мем»; представлена классификация мемов.

Ключевые слова: метаязык, интернет-мем, креолизованные тексты, цифровой фольклор.

Для цитирования: Резникова А.В., Радченко Г.И. Анализ языковых и социокультурных особенностей интернет-мемов как формы цифрового фольклора // Гуманитарные и социальные науки. 2026. Т. 115. № 2. С. 193-198. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-193-198

PHILOLOGY

(specialty: 5.9.6)

Original article

Analysis of linguistic and socio-cultural features of internet memes as a form of digital folklore

© *Anna V. Reznikova¹, Galina I. Radchenko²*

^{1, 2}*Don State Technical University, Rostov-on-Don, Russian Federation*

¹*annreznikova@yandex.ru*

Abstract. The linguistic and socio-cultural features of internet memes as a form of digital folklore are analyzed. The problem of formulating a definition of the concept of “meme language”, the relationship between the source language and the metalanguage is considered; a definition of the phenomenon of “internet meme” is given; a classification of memes is presented.

Key words: metalanguage, Internet meme, creolized texts, digital folklore.

For citation: Reznikova A.V., Radchenko G.I. Analysis of linguistic and socio-cultural features of internet memes as a form of digital folklore. *The Humanities and Social Sciences*. 2026. Vol. 115. No 2. P. 193-198. doi: 10.18522/2070-1403-2026-115-2-193-198

Введение

За последнее десятилетие интернет-мемы получили широкое распространение в глобальной сети. Интернет превратил мемы в социальное явление, созданное, измененное и распространённое самими пользователями сети. Сегодня, мемы не только источник юмора и сарказма, но и источник внимания по отношению к острым культурным и политическим темам.

В современную эпоху термин «мем» используется пользователями Интернета для обозначения фрагментов информации, которые самовоспроизводятся в Интернете. Юмористический контент может играть решающую роль в распространении мемов, поскольку он поощряет взаимодействие пользователей и создает чувство внутригрупповой связи [5].

Культура использования мемов способствовала появлению новейшего социально-культурного направления, получившего название «цифровой фольклор».

Обсуждение

Мемы – это культурные композиционные материалы – идеи, символы и практики, которые распространяются в различных формах через имитацию и присвоение. Концепция мема была впервые применена биологом Ричардом Докинзом (1976) к эволюционной теории в 1970-х гг. для объяснения того, как культурная информация (например, нормы, отношения, ценности и убеждения) распространялась от человека к человеку [9].

По словам ученого Ричарда Докинза, культурные мемы характеризуются тремя основными элементами: репликация, вариация и отбор.

Механизм репликации: изменение образа, например, с помощью текста, для представления конкретной ситуации. Данный механизм очень актуален при создании мема, в котором иногда текст не может существовать без изображения и наоборот. Вариация имеет большое значение в распространении мемов: появление новых мемов, освещающих одно и то же событие показывают общественный интерес и соревнуются за право быть замеченными пользователями, распространяясь в едином интернет-сообществе. Наконец, отбор является неотъемлемой частью популярности среди мемов. Если мем не может привлечь внимание людей или становится неактуальным среди пользователей, он попросту исчезает в интернет-пространстве.

Одним из компонентов интернет дискурса является язык мемов, метаязык, который, согласно кембриджскому английскому словарю, представляет собой совокупность таких элементов, как «культурные объекты, изображения, видео, фразы, музыка...» [8].

Язык мемов – это вид общения, позволяющий создавать актуальные представления о жизни людей. Он оказывает значительное влияние на восприятие и общение собеседников, что является одной из отправных точек его исследования как в культурной лингвистике, так и в эмпирических исследованиях по языку и культуре, онлайн и оффлайн коммуникациям [7].

Визуализированный мем-язык – это коммуникационная система, использующая визуальные элементы, которые помогают пользователям воспринимать и понимать невербальную коммуникацию. Мемы склонны быть вариативными. Например, существуют мемы на родном языке, но также присутствуют и заимствованные мемы из иностранных языков. Если говорить об иностранных мемах, они имеют обыкновение изменяться и принимать облик других языков, в данном случае «русского».

Мем – это визуальный фрагмент информации или фраза, обычно остроумная, ироничная и часто со скрытым смыслом, которая быстро набирает популярность в интернет-среде, распространяясь по интернету через электронную почту, мессенджеры, форумы, блоги и социальные сети. В основе популярности мемов лежит юмор (смешной, уморительный) и любопытство (новое, интересное) [3].

Формирование мемов напрямую связано с распространением средств массовой информации в интернете, соответственно, роль интернета в появлении мемов крайне велика, именно поэтому использование мемов приобрело масштаб социально-культурного направления, получившего название «цифровой фольклор».

По нашему мнению, цифровой фольклор можно определить, как совокупность письменных традиций, мифов, легенд, шуток, мемов, креолизованных текстов, символов и других элементов культурного наследия, распространяющихся и трансформирующихся с помощью цифровых технологий и интернет-пространства. Цифровой фольклор обладает доступностью, вариативностью, модульностью, интерактивностью, гибкостью и динамичностью:

- информация быстро диссимилируется через мессенджеры и социальные сети;
- пользователи сами имеют возможность адаптировать контент под текущую ситуацию, принимая участие в модификации;
- участники активно взаимодействуют, создавая новые формы контента, трансформируя традиционные.

Мемы используются в разных интернет-жанрах, таких как: блоги, реклама, социальные сети, групповые чаты и конференции и многое другое.

Отметим, что существуют различные классификации мемов, однако единой парадигмы до сих пор не выработано.

Условно мемы можно классифицировать по следующим признакам:

1. По способу возникновения:
 - 1) умышленно созданные – предназначенные для повышения популярности чего-либо;
 - 2) случайные – мемы, возникшие спонтанно, имеющие тенденцию стремительно распространяться и становиться популярными, но и также легко и быстро могут рассеяться в интернет-пространстве;
 - 3) связанные с поп-культурой – чаще всего такие мемы прибегают к отсылке на какие-либо культурные, политические, общественно резонансные события.
2. По степени универсальности:
 - 1) универсальные – не затрагивающие какую-либо культуру или языковые особенности, простые для понимания любого контингента людей;
 - 2) специальные – понятные узкому кругу людей, разбирающихся в той или иной области, чаще всего малые группы людей со схожими интересами.
3. По структуре:
 - 1) двусоставные – мемы, состоящие из двух частей (завязки и развязки), часто имеют противоречивое значение (эдвайсы);
 - 2) персонажные – главным компонентом является изображение, на основе которого строится ситуация посредством текста;
 - 3) синтаксические – основанные на параллелизме конструкций и синтаксическом повторе при построении высказывания;
 - 4) компаративные – составленные посредством нескольких мнений относительно ситуации, по принципу «Ожидание/реальность».
4. По тематическому разделению:
 - 1) развлекательные,
 - 2) политические,
 - 3) анималистические,
 - 4) абстрактные,
 - 5) табуированные.
5. По способу воздействия:
 - 1) комические;
 - 2) философские, нравоучительные;
 - 3) общественно-политические (связанные с какими-то актуальными событиями в мире);
 - 4) информативно-познавательные (комические изображения персонажей различных исторических эпох, стилей и т.д.) [2].

Ю.В. Щурина отмечает классификацию интернет-мемов по способу выражения следующим образом: выделяются текстовые мемы, изображения, медиамемы, видео длиной в несколько секунд, обычно называемые гифами, и комбинированные креолизованные мемы. Исходя из структуры интернет-мемов, стоит выделить компаративные, двусоставные и мета мемы, ссылающиеся на другие мемы. Мемы предполагают различные источники информации при появлении их в интернет-пространстве, а именно, исторические факты, произведения литературы, новости СМИ и т.д. [6].

Е.А. Выналек выделяет следующие подвиды мемов:

- 1) текстовые мемы;
- 2) мемы-изображения;
- 3) медиа мемы;
- 4) креолизованные мемы [1].

Текстовые мемы представляют собой слово или фразу. Контекст данного мема определяется источником, которым являются слова, сказанные популярными личностями и простыми людьми.

Мемы-изображения бывают двух видов:

- 1) изображение, являющееся главным визуальным элементом интернет-мема;
- 2) «фотожаба» – результат обработки изображения, путем собственного воображения, при помощи графического редактора. Здесь большое значение имеет сюжет, вложенный создателем мема.

Медиамемы – это юмористический видеоролик, способный распространяться путем размещения его на странице социальных сетей, а также отправки его личным сообщением или с помощью группового чата другим людям. Его особенностью считается многократное воспроизведение.

Креолизованный мем – разновидность креолизованных текстов, состоящих из вербальной и невербальной частей. Креолизованные интернет-мемы все чаще употребляются для достижения комизма. Примерами таких мемов служат: эдвайсы, демотиваторы и т.д.

Исходя из типов мемов, можно заметить их сходство с креолизованными текстами, главным образом, наличием двух видов информации (вербальной и невербальной). Примерами креолизованных текстов являются комиксы, плакаты и рекламные щиты, которые можно легко проследить в интернет-пространстве.

У мемов есть некоторые характеристики, которые отличают их от других видов информации:

1. Лингвистические особенности мемов.

Язык мемов является современным метаязыком интернет-жанра и поэтому имеет свои лингвистические особенности. Например, мемы содержат различные виды сленга, понятные современной молодежи, что делает язык мемов более современным и индивидуальным.

2. Эмоциональные особенности мема.

Мемы создаются для того, чтобы придать общению эмоциональную окраску, чтобы вызвать эмоции у собеседника, а также просто поднять себе или собеседнику настроение. Элемент юмора также дополняется языковыми особенностями мема (лексикой и грамматикой). Неправильное написание, использование слов вне контекста и нарушение грамматических правил могут создавать ситуации, максимально приближенные к заданной теме мема. Характерно использование безличных конструкций и пропуск местоимений [4].

Интернет-мем по своей сути является источником комизма и юмора в первую очередь. Именно благодаря этому факту интернет-мемы имеют свои жанровые разновидности, наиболее популярные из которых: карикатуры, эдвайсы, интернет-комиксы, открытки, макросы и демотиваторы.

1. Мем-карикатура – это сатирический или юмористический рисунок с изображенным на картинке анекдотом, смешным случаем или «невеселыми» реалиями наших дней. Карикатура обладает и ироническим характером, поскольку в них изображены персонажи с словами, мыслями или поступками, желаемые быть воплощенными автором данного интернет-мема.
2. Эдвайсы (от английского слова advice – совет, рекомендация). Первоначально суть эдвайсов состояла в антитезе, антисовете очевидно вредоносного характера, однозначно закомого реципиенту информации.

Особенностью эдвайсов является их структура, состоящая из трех основных частей:

- фон – цветовая составляющая, присущая конкретному жанру;
- визуальный знак – изображение, на основе которого строится ситуация и задается цель Интернет-мема, а именно комический эффект, поученный пользователем;
- вербальный компонент – это текст, понятный читателю и вызывающий тот же юмористический эффект, путем совета или рекомендации.

3. Интернет-комиксы – комиксы, представляющие собой ленту из нескольких кадров, выстроенных в ряд (чаще горизонтальный).

Объем данного жанра интернет-мемов, обычно, три-четыре кадра (может быть и два, если автору удастся вложить в них всю «историю»). Чаще всего в социальных сетях встреча-

ются комиксы, посвященные жизненным ситуациям, которые случались практически с каждым современным подростком.

4. Открытка – это новый вид интернет-творчества пользователей сети. На однотонном фоне справа располагается рисунок в черно-белом формате, а слева забавная надпись, вызывающая смех или улыбку на лице. Тематика таких мемов никак не ограничена, они могут иметь, как только юмористический, так и агитационный характер, однако обязательно выражаются в форме шутки.
5. Макросы – тексты, которые направлены на получение эмоций от того или иного объекта, изображенного в виде визуальной информации. Настроение картинки не имеет большого значения, таким образом, визуальной составляющей могут выступать как смешные, так и глупые картинки, не несущие особой смысловой нагрузки. Поза, жесты, выражение лица, взгляд отражают определенную эмоцию, состояние.
6. Демотиватор – это картинка в черной рамке с подписью-слоганом, составленной по определенному формату. Как бы парадоксально это ни звучало, но демотиваторы мотивируют людей лучше, чем мотиваторы. Особенностью данных мемов, как и всех интернет-мемов, является отсутствие подписи автора, в этом проявляется народное творчество. Даже у самых популярных постеров «творец» остается неизвестным.

Выводы

Мы считаем, что интернет-мемы составляют значимую часть современного цифрового фольклора и являются его ярчайшим проявлением. Эти элементы характеризуются высокой степенью гибкости, адаптивностью, богатством лингвистических средств, привлекательностью, интерактивностью, что позволяет им эффективно отражать актуальные, социальные, культурные и политические процессы, в том числе в сатирической манере.

Интернет-мемы служат своеобразным языковым кодом, объединяющим участников цифрового сообщества и создающим уникальную культурно-языковую среду, в которой образуются новые формы общения и взаимодействия в рамках цифрового фольклора.

Таким образом, интернет-мемы выступают как важная форма современного цифрового фольклора, объединяя языковые и культурные идеи в условиях быстроменяющегося медийного пространства.

Список источников

1. *Выналек Е.А.* О природе интернет-мема // Современный русский язык в Интернете / Ред. Я.Э. Ахапкина. М.: Языки славянской культуры, 2014. С. 51–60.
2. *Загоруйко А.О., Ефремова М.А.* Потенциал использования интернет-мемов в качестве обучающего средства // Вопросы методики преподавания в вузе, 2019. Т. 8. № 28. С. 12–21. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39195605> (дата обращения 13.10.2025).
3. *Заречнев Д.О., Федулов Б.А.* Интернет-мемы как средство общения подростков в образовательной среде // Мир науки, культуры, образования. Барнаул: 2022. С. 86–88. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48096696> (дата обращения 13.10.2025).
4. *Козлова О.Д.* Мемы как лингвистический феномен. Самара: Наука XXI века: актуальные направления развития, 2020. С. 79–82. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43939822> (дата обращения 10.10.2025).
5. *Ухова Л.В.* Эффективность рекламного текста. Ярославль: ЯГПУ, 2012. 375 с.
6. *Щурина Ю.В.* Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров // Жанры речи. Чита, 2014. С. 147–153. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22943499> (дата обращения 13.10.2025).
7. *Щурина Ю.В.* Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. С. 160–171. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii/viewer> (дата обращения 13.10.2025).

8. Cambridge dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (дата обращения 13.10.2025).
9. *Kayali N.K.* Using Memes in the Language Classroom // Shanlax – International Journal of Education. 2021. – URL: <https://www.shanlaxjournals.in/journals/index.php/education/article/view/3908> (дата обращения 15.10.2025).

References

1. *Vyalek E.A.* On the nature of the Internet meme // Modern Russian language on the Internet / Ed. by Ya.E. Akhupkin. M.: Languages of Slavic Culture, 2014. P. 51-60.
2. *Zagoruiko A.O., Efremova M.A.* The potential of using Internet memes as an educational tool // Questions of teaching methods at the university, 2019. Vol. 8. No. 28. P. 12-21. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39195605> (accessed 13.10.2025).
3. *Zarechnev D.O., Fedulov B.A.* Internet memes as a means of communication for teenagers in an educational environment // The world of science, culture, education. Barnaul: 2022. p. 86-88. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48096696> (accessed 13.10.2025).
4. *Kozlova O.D.* Memes as a linguistic phenomenon. Samara: Science of the XXI century: current directions of development, 2020. p. 79-82. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43939822> (accessed 10.10.2025).
5. *Ukhova L.V.* Effectiveness of the advertising text. Yaroslavl: YaGPU, 2012. 375 p.
6. *Shchurina Yu.V.* Internet memes in the structure of comic speech genres // Genres of speech. Chita, 2014. P. 147-153. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22943499> (accessed 13.10.2025).
7. *Shchurina Yu.V.* Internet memes as a phenomenon of Internet communication // Scientific dialogue. 2012. No. 3. P. 160-171. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii/viewer> (accessed 13.10.2025).
8. Cambridge Dictionary. – URL: <https://dictionary.cambridge.org/> (accessed 13.10.2025).
9. *Kayali N.K.* The use of memes in foreign language lessons // Shanlax – International Educational Journal. 2021. – URL: <https://www.shanlaxjournals.in/journals/index.php/education/article/view/3908> (accessed 15.10.2025).

Статья поступила в редакцию 10.10.2025; одобрена после рецензирования 22.10.2025; принята к публикации 27.10.2025.

The article was submitted 10.10.2025; approved after reviewing 22.10.2025; accepted for publication 27.10.2025.