

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ КАК СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦИОННАЯ ОСНОВА ИНТЕРНЕТ-МЕМА

Е.А. Уварова

Аннотация. Целью данной статьи является описание особенностей интертекстуальности и основных средств ее реализации (цитации, аппликации, парафраза, аллюзии) в юмористическом медиатексте, который, в свою очередь, и является объектом исследования. Автор подчеркивает особую значимость поликодовости и категории комического в процессе актуализации интертекстуальности в современном интернет-меме. Результаты исследования показали, что тесное взаимодействие этих трех характеристик в комбинации со всеми особенностями интернет-коммуникации способно оказывать влияние на базовые приемы, реализующие интертекстуальность: нейтрализовать аппликацию, усиливать стилистический потенциал иконической аллюзии, видоизменять прием цитации (производя так называемую фальшивую цитацию) и рождать новый прием, базирующийся на культурной корреляции. Особую роль в реализации интертекстуальности также могут играть вспомогательные стилистические приемы: контраст, метафора, фотомонтаж.

Ключевые слова: поликодовый текст, категория комического, медиатекст, вербальный компонент, иконический компонент, стилистические приемы.

Для цитирования: Уварова Е.А. Интертекстуальность как структурно-композиционная основа интернет-мема // Преподаватель XXI век. 2023. № 1. Часть 2. С. 371–382. DOI: 10.31862/2073-9613-2023-1-371-382

INTERTEXTUALITY AS A STRUCTURAL AND COMPOSITIONAL BASIS OF THE INTERNET-MEME

371

Е.А. Uvarova

Abstract. The article focuses on describing various peculiarities of intertextuality and its basic means of realization (quotation, application, paraphrase and allusion) in the humorous mediatext that, in its turn, serves as the object of the research. The author emphasizes the particular importance of the polycode character of the text and the category of the comic in the process of the actualization of intertextuality in the modern Internet-meme. The results of the research proved that such close correlation between these features combined with all the peculiarities of the Internet communication can influence those basic means that implement intertextuality in the text: neutralize application, intensify the stylistic potential of iconic allusion, modify quotation (producing the so-called fake quotation) and create a new means based on the cultural correlation. The subsidiary stylistic devices (contrast,

© Уварова Е.А., 2023



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

metaphor, photomontage) can also play a significant role in the actualization of intertextuality.

Keywords: *polycode text, the category of the comic, mediatext, verbal component, iconic component, stylistic devices.*

Cite as: Uvarova E.A. Intertextuality as a Structural and Compositional Basis of the Internet-Meme. *Prepodavatel XXI vek. Russian Journal of Education*, 2023, No. 1, part 2, pp. 371–382. DOI: 10.31862/2073-9613-2023-1-371-382

В настоящее время, когда интернет-коммуникация развивается особенно быстро, объектом исследования многих ученых все чаще становится интернет-мем [1–3].

В самом общем смысле под интернет-мемом принято понимать единицу культурной информации, представляющую собой поликодовый текст, сформированный по единому стандарту («картинка и текст в квадратной рамке» [2]) и направленный на передачу культурной информации (или личного мнения анонимного автора о таковой), которая, в свою очередь, подвержена юмористической «обработке». Исходя из данного определения, можно сделать вывод, что поликодовость является основным структурным свойством данного медиатекста, а категория комического выстраивает его композиционную основу.

Являясь поликодовым образованием (включая в себя вербальный и иконический компоненты) и выстраиваясь на основе категории комического (которая и наполняет данный тип медиатекста юмором, иронией, сатирой, сарказмом или даже черным юмором), интернет-мем способен вызывать бурную реакцию общественности: веселить, манипулировать массовым сознанием и даже успокаивать и отвлекать в критические моменты [4].

Именно эти характеристики интернет-мема и обуславливают актуальность нашего исследования. Интернет-мем создается «обычными» пользователями (массовой аудиторией) как реакция на то,

что волнует эту аудиторию, кажется ей наиболее актуальным и важным. Таким образом, интернет-мем представляет собой своеобразный «глас народа», являясь отражением массового сознания, народного мнения, культурных принципов. Это отражает сильное влияние социокультурного компонента в идейной составляющей данного медиатекста, подчеркивая тем самым его уникальность.

Будучи вирусным образованием, интернет-мем очень быстро распространяется по Сети от пользователя к пользователю, но при этом и быстро забывается или теряет актуальность, если представляет собой, например, реакцию на какое-либо значимое событие, новость.

Тем не менее не сложно заметить, что мемов в Интернете с каждым днем не становится меньше. Свойство шаблонности помогает интернет-пользователям без труда продуцировать всё новые медиатексты данного типа, накладывая на популярный фон (иконический компонент) тот или иной вербальный текст (комментарий), который актуален на данный период времени. Нередко элементами интернет-мема становятся кадры из известных фильмов, цитаты известных личностей, что делает из мема своеобразный прецедентный феномен: «Мем обладает культурной коннотацией, представляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена» [5].

Данная особенность интернет-мема дает возможность говорить об интертекстуальности как о еще одной структурно-

композиционной особенности данного медиатекста.

Явление интертекстуальности является объектом исследования многих ученых уже на протяжении многих лет [6–9] и часто рассматривается на примере художественных произведений [10–12].

Целью же нашего исследования является анализ интертекстуальности в рамках медиатекста юмористической направленности и рассмотрение тех особенностей, которые интертекст приобретает, разворачиваясь в Сети и находясь «под воздействием» категории комического.

Для реализации поставленной цели нами были проанализированы более ста интернет-мемов (англо- и русскоязычных) различной тематики, отобранных методом сплошной выборки. Основными площадками-«источниками» материала исследования явились социальные сети («ВКонтакте», «ЯндексДзен», «Одноклассники»), ведь именно там реализуется живое общение массовой аудитории, рождающее поток мнений, реакций, мыслей, а значит, и интернет-мемов как способа передачи всего ранее перечисленного.

В самом общем смысле под интертекстуальностью следует понимать внедрение некоторого текста в другой текст, «благодаря чему происходит расширение смыслового пространства данного текста» [10] и рождается некий новый смысл. Иными словами, «один текст актуализирует в своем внутреннем пространстве другой, выражая авторский замысел» [8].

Безусловно, явление интертекстуальности подчеркивает идею Ю. Кристевой о безграничности и бесконечности любого текста: любое текстовое образование возможно анализировать как «множество явных и неявных цитат» [там же]. Это вполне логично: любому новому слову или тексту уже предшествовало какое-то другое слово или текст, ведь что-то новое

всегда создается на основе уже существующего. Тем не менее стоит помнить о том, что данный факт поднимает вопрос важности и необходимости фоновых знаний реципиента, т. к. интертекстуальность подчеркивает зависимость и тесную связь одного текста (метатекста) и его смысла от другого, исходного текста (претекста) [13].

Как справедливо отмечает В.П. Москвин, интертекстуальность не может считаться выразительным приемом, однако способна служить базой для них [7]. К таким приемам исследователь относит, в первую очередь, цитирование, аппликацию, аллюзию, парафраз, травестирование и другие фигуры.

Рассмотрим данные приемы на примере современных интернет-мемов и попытаемся понять, меняется ли их сущность при разворачивании внутри юмористического поликодового текста.

Под цитатой (цитированием, цитатной речью) принято понимать «выдержку из устного или письменного текста, требующую если не абсолютной точности, то минимальных изменений содержания, характеризующуюся смысловой завершенностью, графическим обозначением (кавычки, курсив, другой типографический способ) и ссылкой на используемый источник» [14, с. 9].

Рассмотрим следующий пример (см. рис. 1):

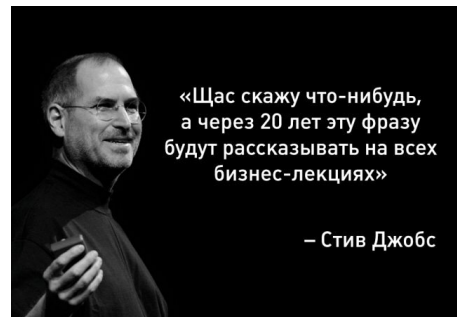


Рис. 1. Стив Джобс

На рис. 1 представлена цитата всемирно-известного бизнес-магната Стива Джобса. Иконический компонент (фотография автора цитаты) выполняет здесь комплементарную функцию, поясняя текст и помогая нам понять, кто же автор строк.

Сама цитата оформлена не совсем корректно (как известно, если цитата дается как самостоятельный элемент, то источник высказывания лучше заключить в скобки), но стоит отметить, что само высказывание все же находится в кавычках, что делает интертекст графически маркированным. Тем не менее сама цитата имеет сомнительный вид. Так, вместо наречия «сейчас» присутствует его разговорная, просторечная вариация — «щас». Данное отклонение от нормы сразу же ставит под сомнение подлинность высказывания, если учитывать также и тот факт, что высказывания Стива Джобса вряд ли бы перевели так небрежно с английского на русский язык.

Кроме того, ознакомившись с текстом, можно обнаружить и глубокий ироничный смысл: авторы мема насмеваются над современными бизнес-тренерами, которые выстраивают свои инновационные (по их словам) курсы по достижению успеха на базе уже существующих работ или лекций всемирно известных специалистов в той или иной области. Таким образом, юмористический эффект заложен здесь не только в использовании разговорных форм лексем, но и в смысле самого высказывания. Это дает нам возможность говорить о наличии приема фальшивой цитации как способа реализации интертекстуальности в современном интернет-меме.

Под фальшивой цитатой мы будем понимать высказывание, частично или полностью оформленное как подлинная цитата, но являющееся частично или полностью ложным. Маркерами ложной

цитатной речи можно считать использование нетипичных для формальной речи лексических единиц (иногда даже обценной лексики), наличие стилистических приемов, направленных на реализацию комического и проч. Однако стоит отметить, что неопытный интернет-пользователь вряд ли будет обращать внимание на подобные тонкости, и для него такая цитата останется подлинной. Это, в свою очередь, может привести к распространению фейковых цитат по Сети и полному размыванию границ между истиной и ложью, когда пользователи уже не могут сказать и определить, действительно ли тот или иной человек высказывался подобным образом. Здесь остается полагаться лишь на свои фоновые знания.

Рассмотрим еще ряд примеров (см. рис. 2, 3, 4).

Примеры 2, 3, 4 объединены общим признаком: некорректным оформлением цитирования. Как мы знаем, цитата оформляется при помощи кавычек, знак «С» (латинская буква «C» в окружности) символизирует охрану авторского права и традиционно используется с именем



Рис. 2. Карл IV Безумный

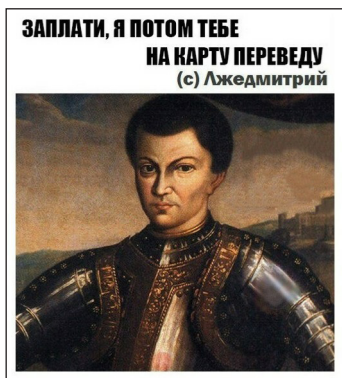


Рис. 3. Царевич Лжедмитрий

лица, которому эти права и принадлежат. Однако известно, что на цитирование не распространяются правила копирайта, а это значит, что вносить данный символ не нужно. Стоит отметить, что подобная ошибка получила широкое распространение в Сети и, можно сказать, стала своеобразной «интернет-нормой»: интернет-пользователи не всегда руководствуются правилами языка для создания той или иной работы в Интернете. Интернет-мем — это всегда что-то простое, быстрое, вирусное и близкое «народу». Таким образом, подобные отклонения от нормы не могут считаться сигналами фейковой цитаты.

Тем не менее в данных интернет-мемах все же есть маркеры фальши, которые традиционно введены в данные поликодовые образования посредством категории комического.

Интернет-мемы на рис. 2, 3 относятся к одной «серии» мемов, где прием антономазии (говорящих имен) рождает комический эффект через соотнесение с самой цитатой: Карл Безумный собирается брать кредит на свадьбу (что, соответственно, расценивается автором как безумство), а Лжедмитрий обещает вернуть долги. Данные интернет-мемы имеют не только развлекательный характер, но и помогают высмеять актуальные пороки или стереотипы общества.

Комический эффект также создается посредством яркого вербально-иконического контраста: объекты высокой культуры сочетаются с текстом, написанным неформальным языком, отражающим современные реалии. Это легко понять по наличию жаргонизма «пацаны» на рис. 2 (который написан с ошибкой для пущего эффекта), а также по упоминанию банковских переводов (на рис. 3), которые вряд ли существовали во времена Лжедмитрия. Это также доводит ситуацию до

375



Рис. 4. Джейсон Стэтхем

абсурда, выводя категорию комического на поверхность и делая ее суть открытой для восприятия и понимания.

Таким образом, сочетание высокой, элитарной и массовой культур создает юмористический эффект посредством категории комического, на которой, в свою очередь, и базируется явление интертекстуальности.

На рис. 4 комический эффект, в первую очередь, создается посредством вербально-иконического контраста: портрет героя Стэтхэма, изнуренного после боя, с трудом сочетается с той «цитатой», которая предлагается на подобном фоне.

Сама цитата также является фейковой, что вполне очевидно: известная детская дразнилка вряд ли могла принадлежать известному британскому актеру. Здесь прослеживается иронический смысл: анонимный автор будто высмеивает проблему плагиата в Интернете, когда любые высказывания (вплоть до народных примет) приписываются известным людям. Это также говорит нам о том, что не стоит все воспринимать в Сети всерьез: любая информация должна подвергаться серьезным проверкам перед распространением.

Как мы видим из предыдущих примеров, интернет-пользователи часто допускают ошибки в оформлении цитатной речи. Однако отсутствие оформления вообще может рождать аппликацию как прием интертекста. Согласно В.П. Москвину, аппликацией можно считать прием, заключающийся в использовании цитаты без надлежащего оформления, ссылок [7]. Таким образом, это тот же фрагмент прецедентного текста, но не оформленный по всем правилам, что может относить данный текст, по сути, к плагиату.

Рассмотрим следующий пример (см. рис. 5).

На рис. 5 мы видим интернет-мем сдерживающий высказывание, которое совсем



Рис. 5. Интернет-мем с неоформленной цитатой

не оформлено как цитата: «С Рождеством, грязное животное, и счастливого Нового Года». Данное высказывание взято из гангстерской драмы «Ангелы с грязными лицами», однако поистине знаменитой оно стало после упоминания в фильме «Один дома». Это аппликативное высказывание рождает интернет-мем, сочетаясь с иконическим компонентом (другим прецедентным текстом: кадром из фильма «Великий Гетсби»). Комический эффект достигается посредством яркого контраста: образа высококультурного героя Гетсби и самой фразы, которая, наоборот, далека от высокой культуры (обращение, граничащее со сниженной лексикой — «грязное животное» — нам об этом говорит).

Стоит отметить, что сама аппликация как самостоятельный прием не имеет такой силы в рамках интернет-мема, как, например, в художественной литературе. Синтаксические, орфографические и другие типы ошибок, к сожалению, стали обычным делом в Сети, поэтому неправильно оформленная цитата не всегда несет глубокий стилистический смысл. В большинстве случаев это всего лишь ошибка автора.

Очень часто для достижения комического эффекта известные фразы, высказывания искажаются, подвергаются

изменениям, формируя метатекст. Именно так реализуется парафраз. Как известно, парафраз — «результат моделирования вторичного высказывания на основе частичного преобразования смысла опорного (первичного) высказывания» [7]. Замена при этом не должна бросаться в глаза, поэтому ее лучше произвести посредством равносложного или созвучного элемента.

Рассмотрим данное явление на примерах (см. рис. 6, 7).

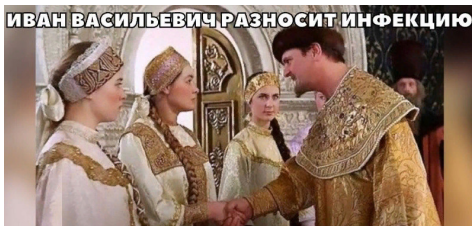


Рис. 6. Интернет-мем на базе парафразы (1)

В интернет-мемах на рис. 6 и 7 мы видим парафраз, который реализуется на базе названия известного фильма «Иван Васильевич меняет профессию». Название фильма как интертекст и рождает новый смысл. На рис. 6 иконический компонент реализует функцию дополнения: мы понимаем, что Иван Васильевич разносит инфекцию через рукопожатие, что идет вразрез с сюжетом фильма, но привносит комический эффект с учетом того факта, что данный мем стал особенно популярным в период распространения новой коронавирусной инфекции.

На рис. 7 мы также видим игру слов на основе названия фильма. Замена лексем «меняет профессию» произведена на равносложные элементы («записался на секцию»), что не делает название фильма более осложненным, перегруженным, но привносит комический эффект. Данный эффект, несомненно, усиливается благодаря сочетанию вербального компонента с иконическим: визуальный прием



Рис. 7. Интернет-мем на базе парафразы (2)

фотомонтажа помогает показать, как Иван Васильевич занимается на секции.

Таким образом, парафраз как прием, который раскрывает интертекстуальность, имеет яркую юмористическую направленность в сочетании с дополнительными приемами, которые также могут присутствовать в интернет-меме.

Наиболее часто встречаемой формой актуализации интертекстуальности является аллюзия, которая и представляет собой в самом общем смысле отсылку к прецедентному тексту. Это определенным образом сближает понятие цитаты и аллюзии, т. к. эти виды интертекста способны вызывать яркие и четкие ассоциации с прототекстом. Некоторые ученые разграничивают данные понятия [15]. Мы же не будем проводить четкую границу между ними ввиду отсутствия единого мнения среди исследователей по этому вопросу. Однако мы можем сделать акцент на большей имплицитности аллюзии как приема и ее семиотического «разнообразия». Так, например, мы можем встретить как вербальную аллюзию, так и иконическую, когда анализируем поликодовый текст. Рассмотрим реализацию аллюзии на следующем примере.

Данный интернет-мем (см. рис. 8) представляет собой кадр из фильма



Рис. 8. Интернет-мем с иконической аллюзией

«Изгой», который повествует о мужчине, выжившем после крушения самолета и прожившем на необитаемом острове продолжительный период. Однако данный кадр не смог бы стать базой для реализации категории комического, если бы не был совмещен с вербальным комментарием (т. е. не раскрывал бы суть интертекстуальности): «Когда случайно включил камеру во время конференции». Таким образом, иконическая аллюзия на известный фильм доводит ситуацию до абсурда, рождая своеобразную метафору: человек, работающий удаленно — дикарь, совершенно забывший обо всех «прелестях» цивилизации и о своем внешнем виде. Особенно актуален данный мем был в период распространения коронавирусной инфекции, когда во время самоизоляции многие люди действительно считали себя такими дикарями и не забывали посмеяться над этим.

В рамках юмористического медиатекста стоит упомянуть еще один прием, подчеркивающий развитие интертекстуальности, который с трудом мог бы раскрыться, например, в рамках художественного текста. Речь идет о комбинации элементов массовой и высокой типов культур.

Нередко мем выстраивается на базе известного произведения высокой культуры, будь то фильм или предмет живописи. Это может рождать не только комический эффект, но и нести образовательную функцию, т. к. предмет высокой культуры способен вызвать живой интерес у массовой аудитории.

Как известно, понятие массовой культуры впервые возникло в XX веке вместе с активным развитием средств массовой информации. Этот факт может быть обусловлен тем, что именно массовая культура способна удовлетворять «сиюминутные запросы людей» [16] и ориентирована на «среднестатистического» человека с усредненными вкусами и потребностями, которому в большинстве случаев нужно заполнить свое свободное время, не нагружая себя информационно. В это же время высокая (элитарная) культура создается «творцами» нашего общества и может включать в себя музыку, живопись, архитектуру, художественную литературу и проч. Именно элитарная культура продуцирует высокие идеалы, новые смыслы. Иными словами, это «всё лучшее, что создано человечеством» [17, с. 26].

Безусловно, мы не можем говорить о полной бесполезности массовой культуры и ее ничтожности в сравнении с элитарной. Как справедливо замечают Г. Сельдес, Д. Уйат, индивид сам выбирает массовую культуру, а она, в свою очередь, является источником информации для человека, которой он мог бы быть лишен вовсе [18].

Сочетание разных типов культур служит ассоциативной базой для интертекстуальности и рождает яркий контраст, который и лежит в основе категории комического. К подобным примерам можно отнести интернет-мемы на рис. 2 и 3, где предметы живописи комбинируются с неформальными высказываниями, интернет-мем на рис. 6, а также на рис. 7, где посредством фотомонтажа элемент из художественного фильма накладывается на «современные реалии».

Приведем еще несколько примеров.



Рис. 9. Интернет-мем на основе комического противопоставления

На рис. 9 мы видим два совмещенных кадра, один из которых — фотография известного объекта архитектуры и высокой культуры (Сиднейский оперный театр). Именно к нему стремится анонимный автор интернет-мема. Однако получает совсем иной вариант: свою квартиру и горы посуды, которую нужно помыть. Именно на идее такого комического противопоставления и основан контраст ожидания и реальности. Кроме того, наличие образа высокой культуры в интернет-меме говорит

и об образном контрасте: совмещении двух типов культур в одном поликодовом тексте.

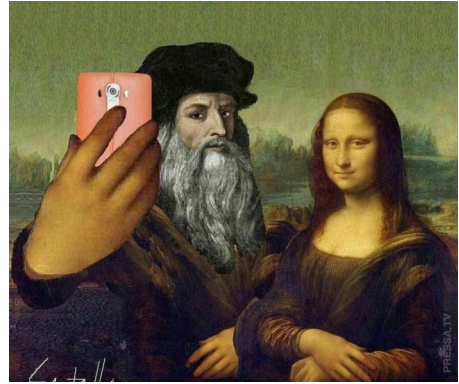


Рис. 10. Интернет-мем с использованием монтажа

На рис. 10 мы видим интернет-мем, где при помощи приема фотомонтажа совмещается сразу три объекта: гравюра с изображением Леонардо да Винчи, «Мона Лиза» (автором данной работы и является сам да Винчи), а также предмет, присущий современности — смартфон, который используют две «знаменитости» для совместной фотографии. Посредством интертекстуальных связей и приема фотомонтажа соединяется несовместимое: вечная классика и модерн. На этом и основан юмористический эффект. Анонимный автор подчеркивает, что ничто человеческое не чуждо даже таким великим личностям. Это привносит аксиологический и манипулятивный компоненты в функциональный аппарат данного поликодового образования. Образовательный потенциал интернет-мема также невозможно не отметить. Думается, многие интернет-пользователи захотят узнать, кто же изображен на таком «полотне». Примечательно отметить полное отсутствие вербального компонента (текста). В этом и заключается одно из главных преимуществ поликодового текста: смысл мема

передан и понятен нам, но при этом не надо читать текст, чтобы понять суть.

Итак, проанализировав явление интернетекстуальности и ряд приемов, которые ее раскрывают, мы можем сделать следующие выводы:

1. Интернетекстуальность, наряду с поликодовостью, является базовым структурным свойством современного интернет-мема.

2. Традиционные приемы, формирующие интертекст, модифицируются под воздействием категории комического. Это позволяет говорить о наличии фальшивой цитации, нейтрализации стилистической силы аппликации (и ее усилении, например, у иконической аллюзии), парафразе, а также о новом приеме культурной корреляции (при совмещении разных типов культур).

3. Приемы, способствующие интернетекстуальности, раскрываются в интернет-меме посредством вспомогательных стилистических приемов, самыми яркими из которых являются контраст, метафора, фотомонтаж. Они же, помимо этого, усиливают влияние и выдвигают на первый план категорию комического.

Безусловно, данное исследование представляется нам достаточно масштабной работой на стыке ряда наук. Так, исследование интернет-мема как сочетания неомогенных элементов и вопросы их комбинации (а также роли интернетекстуальности в этом процессе) могут быть проанализированы в рамках медиалингвистики.

Интертекстуальность также может быть рассмотрена не только в структуре мема, но и любого современного интернет-медиаатекста (рекламного, новостного и т. д.), который, в свою очередь, может включать в себя не только статичное, но и динамичное изображение (видео) в качестве интернетекста. Особенности восприятия и понимания интернет-мема как семиотически разнопланового феномена, а также влияние интернетекстуальности на подобные психические процессы могут быть рассмотрены психолингвистикой.

Конечно же, перечень выразительных приемов, отмеченных нами в данном исследовании, не может считаться конечным. Выразительные средства, присущие интернет-мемам разной тематики, или же приемы, характерные для явления интернетекстуальности в текстах и дискурсах разных жанров, могут стать целью исследования в стилистике. Кроме того, исследование таких приемов, как фальшивое цитирование или иконическая аллюзия, может быть продолжено. Объектом социолингвистики и лингвокультурологии может стать уже упомянутая нами фундаментальная роль интернетекстуальности в сочетании массовой и элитарной культур в юмористическом интернет-тексте. Таким образом, безоговорочным является тот факт, что предмет и объект данного исследования обладают большим научным потенциалом и открывают возможности для масштабного исследования в дальнейшем.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Максимова, С.А. Новостной мем как интернет-жанр // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2019. № 5 (202). С. 95–101.
2. Канашина, С.В. Интернет-мем как медиатекст // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2019. Т. 19. Вып. 1. С. 107–112.
3. Горбатов, Д.С., Байчик, А.В., Бобрикова, Л.В. Новостные интернет-мемы: типология и социальные функции // Universum: общественные науки. 2021. № 1–2 (71). С. 23–25.

4. Сергеева, Ю.М., Уварова, Е.А. Юмор как инструмент социального взаимодействия в эпоху глобальных катастроф (на материале интернет-мемов на тему COVID-19) // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2021. № 4 (43). С. 132–141.
5. Щурина, Ю.В. Интернет-мем как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. С. 160–172.
6. Арнольд, И.В. Семантика. Стилистика. Интертекстуальность: сб. статей / науч. ред. П.Е. Бухаркин. СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1999. 444 с.
7. Москвин, В.П. Интертекстуальность: понятийный аппарат. Фигуры, жанры, стили. 2-е изд. М., 2011. 168 с.
8. Чернявская, В.Е. Лингвистика текста: поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М.: Либроком, 2009. 248 с.
9. Kristeva, J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman // Critique. 1967. Vol. 23. No. 239. P. 438–465.
10. Байко, В.А. Интертекстуальность в пейзажных описаниях современного британского детектива: дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2019. 200 с.
11. Дорофеева, В.А. Об интертекстуальности художественного текста // Царскосельские чтения. 2010. № XIV. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-intertekstualnosti-hudozhestvennogo-teksta> (дата обращения: 04.09.2022).
12. Кузьмина, Н.А. Интертекст и его роль в процессах эволюции поэтического языка: монография. М.: Либроком, 2009. 268 с.
13. Beaugrande, de R.A., Dressler, W. Introduction to Text Linguistics. UK: Longman, 1981. 286 p.
14. Варченко, В.В. Цитатная речь в медиа-тексте. М.: URSS, 2007. 235 с.
15. Фатеева, Н.А. Контрапункт интертекстуальности, или интертекст в мире текстов. М.: Агар, 2000. 280 с.
16. Файль, Ю.А. Элитарная и массовая культура // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2014. Т. 4. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/elitarnaya-i-massovaya-kultura> (дата обращения: 05.09.2022).
17. Заховаева, А.Г. Феномен «лакшери», «элитарное», «массовое» в культуре постмодерна // Культурология. 2016. № 3 (78). С. 21–28.
18. Минаков, И.П., Ханова, Р.В. Феномен массовой культуры // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 10. С. 51–55.

REFERENCES

1. Maksimova, S.A. Novostnoj mem kak internet-zhanr [News Meme as an Internet Genre], *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* = Bulletin of Tomsk State Pedagogical University, 2019, No. 5 (202), pp. 95–101. (in Russ.)
2. Kanashina, S.V. Internet-mem kak mediatekst [Internet Meme as a Media Text], *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya: Filologiya. Zhurnalistsika* = News of Saratov University. A New Series. Series: Philology. Journalism, 2019, vol. 19, iss. 1, pp. 107–112. (in Russ.)
3. Gorbato, D.S., Bajchik, A.V., Bobrikova, L.V. Novostnye internet-memy: tipologiya i socialnye funkicii [Internet News Memes: Typology and Social Functions], *Universum: obshchestvennye nauki* = Universum: Social Sciences, 2021, No. 1–2 (71), pp. 23–25. (in Russ.)
4. Sergeeva, Yu.M., Uvarova, E.A. Yumor kak instrument socialnogo vzaimodejstviya v epohu globalnyh katastrof (na materiale internet-memov na temu COVID-19) [Humor as a Tool of Social Interaction in the Era of Global Catastrophes (Based on the Material of Internet Memes on

- COVID-19)], *Aktualnye voprosy sovremennoj filologii i zhurnalistiki* = Topical Issues of Modern Philology And Journalism, 2021, No. 4 (43), pp. 132–141. (in Russ.)
5. Shchurina, Yu.V. Internet-mem kak fenomen internet-kommunikacii [Internet Meme as a Phenomenon of Internet Communication], *Nauchnyj dialog* = Scientific Dialog, 2012, No. 3, pp. 160–172. (in Russ.)
 6. Arnold, I.V. *Semantika. Stilistika. Intertekstualnost: sbornik statej* [Semantics. Stylistics. Intertextuality: Collection of Articles], ed. by P.E. Buharkin. St. Petersburg, Sankt-Peterburgskij universitet, 1999, 444 p. (in Russ.)
 7. Moskvina, V.P. *Intertekstualnost: ponyatijnyj apparat. Figury, zhanry, stili* [Intertextuality: Conceptual Apparatus. Figures, Genres, Styles]. Moscow, 2011, 168 p. (in Russ.)
 8. Chernyavskaya, V.E. *Lingvistika teksta: polikodovost, intertekstualnost, interdiskursivnost* [Linguistics of the Text: Polycode, Intertextuality, Interdiscursivity. Textbook]. Moscow, Librokom, 2009, 248 p. (in Russ.)
 9. Kristeva, J. Bakhtine, le mot, le dialogue et le roman, *Critique*, 1967, vol. 23, No. 239, pp. 438–465.
 10. Bajko, V.A. *Intertekstualnost v pejzaznykh opisaniyakh sovremennogo britanskogo detektiva* [Intertextuality in Landscape Descriptions of a Modern British Detective]: PhD Dissertation (Philology). Arhangelsk, 2019, 200 p. (in Russ.)
 11. Dorofeeva, V.A. Ob intertekstualnosti hudozhestvennogo teksta [On the Intertextuality of a Literary Text], *Carsskoselskie chteniya* = Tsarskoye Selo Readings, 2010, No. XIV. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-intertekstualnosti-hudozhestvennogo-teksta> (accessed: 04.09.2022). (in Russ.)
 12. Kuzmina, N.A. *Intertekst i ego rol v processah evolyucii poeticheskogo yazyka* [Intertext and Its Role in the Processes of Evolution of Poetic Language: Monograph]. Moscow, Librokom, 2009, 268 p. (in Russ.)
 13. Beaugrande, de R.A., Dressler, W. *Introduction to Text Linguistics*. UK, Longman, 1981, 286 p.
 14. Varchenko, V.V. *Citatnaya rech v media-tekste* [Quotation Speech in the Media Text]. Moscow, URSS, 2007, 235 p. (in Russ.)
 15. Fateeva, N.A. *Kontrapunkt intertekstualnosti, ili intertekst v mire tekstov* [Counterpoint of Intertextuality, or Intertext in the World of Texts]. Moscow, Agar, 2000, 280 p. (in Russ.)
 16. Fajl, Yu.A. Elitarnaya i massovaya kultura [Elitist and Mass Culture], *Byulleten medicinskih internet-konferencij* = Bulletin of Medical Internet Conferences, 2014, vol. 4, No. 5. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/elitarnaya-i-massovaya-kultura> (accessed: 05.09.2022). (in Russ.)
 17. Zahovaeva, A.G. Fenomen “laksheri”, “elitarnoe”, “massovoe” v kulture postmoderna [The Phenomenon of “Luxury”, “Elite”, “Mass” in Postmodern Culture], *Kulturologiya* = Culturology, 2016, No. 3 (78), pp. 21–28. (in Russ.)
 18. Minakov, I.P., Hanova, R.V. Fenomen massovoj kultury [Phenomenon of Mass Culture], *Socialno-gumanitarnye znaniya* = Socio-Humanitarian Knowledge, 2019, No. 10, pp. 51–55. (in Russ.)

Уварова Екатерина Александровна, кандидат филологических наук, старший преподаватель, кафедра грамматики английского языка, Московский педагогический государственный университет, ekaterina_uvarova_91@inbox.ru

Ekaterina A. Uvarova, PhD in Philology, Senior Lecturer, Department of English Grammar, Moscow Pedagogical State University, ekaterina_uvarova_91@inbox.ru

Статья поступила в редакцию 18.09.2022. Принята к публикации 25.11.2022

The paper was submitted 18.09.2022. Accepted for publication 25.11.2022