

УДК 811.112.2

## **НАРРАТИВНЫЙ МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ КОНЦЕПТ: АЛГОРИТМ АНАЛИЗА**

**(на материале интернет-мемов о COVID-19)**

**С. А. Жаботинская**

**(Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого,  
Черкассы, Украина)**

**С. А. Жаботинская. Нарративный мультимедийный концепт: алгоритм анализа (на материале интернет-мемов о COVID-19).** В статье, выполненной в русле лингвоконцептологии и когнитивной теории номинации, решаются актуальные для этих направлений проблемы значения и способов его обозначения. Общее понятийное пространство, конституируемое значениями вербальных и вербально-пикторальных мемов о COVID-19 (украино- и русскоязычный материал) рассматривается как нарративный концепт и структурируется по определенной методике, позволяющей воссоздать его онтологию, с присущей ей тематическими сегментами, имеющими различную степень акцентированности. Интернет-мемы на тему коронавируса анализируются в плане их содержания (интегрируемого в тематические сегменты нарративного концепта) и в плане их формы. В качестве когнитивных техник создания содержания мемов рассматриваются наращивание, развертывание, сталкивание и связывание. Семиотическими техниками создания мема как знака являются прямые и переносные номинации. Последние используют внутреннюю форму знака, его внешнюю форму или внутреннюю и внешнюю формы в их взаимодействии. Тема создания мема как знака дополняется рассмотрением смеховых техник гиперболизации, парадоксализации и абсурдизации, интегрируемых в содержание мема. В фокусе исследования находится нарративный концепт КОРОНАВИРУС как целевая сущность, имеющая свою интерпретацию и специфические способы означивания. Отдельной темой является концепт КОРОНАВИРУС как коррелят, используемый для характеристики ряда прочих понятий.

**Ключевые слова:** интернет-мемы, коронавирус, нарративный концепт, онтология концепта, когнитивные и семиотические техники создания мема, смеховой эффект

**С. А. Жаботинська. Нарративний мультимедійний концепт: алгоритм аналізу (на матеріалі інтернет-мемів про COVID-19).** У статті, виконаній у руслі лінгвоконцептології та когнітивної теорії номінації, вирішуються актуальні для цих напрямів проблеми значення та способів його позначення. Загальний поняттєвий простір, конституційований значеннями вербальних і вербально-пикторальних мемів про COVID-19 (україно- та російськомовний матеріал) розглядається як нарративний концепт і структується за спеціальною методикою, яка дозволяє відтворити його онтологію, із притаманними їй тематичними сегментами, що мають різний ступінь акцентованості. Інтернет-меми на тему коронавірусу аналізуються в плані їхнього змісту (інтегрованого в тематичні сегменти нарративного концепту) і в плані їхньої форми. У якості когнітивних технік створення змісту мемів розглядаються нарощування, розгортання, зптовхування та зв'язування. Семіотичними техніками творення мема як знака є прямі та переносні номінації. Останні вживають внутрішню форму знака, його зовнішню форму та внутрішню й зовнішню форми у взаємодії. Тема створення мема як знака доповнюється розглядом сміхових технік гіперболізації, парадоксализації та абсурдизації, інтегрованих у зміст мема. У фокусі дослідження перебуває нарративний концепт КОРОНАВИРУС як цільова сутність, що має особливу інтерпретацію і специфічні способи позначення. Окремою темою є концепт КОРОНАВИРУС як корелят, уживаний для характеристики низки інших понять.

**Ключові слова:** інтернет-меми, коронавірус, нарративний концепт, онтологія концепту, когнітивні й семіотичні техніки створення мему, сміховий ефект.

**S. A. Zhabotynska. The narrative multimedia concept: an algorithm for the analysis (internet-memes about COVID-19).** This research, done from the standpoint of linguistic concept-study and cognitive theory of naming, discusses the problems of meaning and its manifestations relevant for these two fields. The general conceptual space, constituted by the meanings of verbal and verbal-pictorial memes about COVID-19 (the data in Ukrainian and Russian) is considered as a narrative-based concept and structured via application of a particular methodology, which helps to build an ontology of this concept with its inherent thematic segments that have different degrees of accentuation. Internet-memes about COVID-19 are analyzed with regard to their content (integrated into the thematic segments of the narrative-based concept), and with regard to their form. It is maintained that the cognitive techniques for creating the memes' meanings include elaboration, extension, questioning and combining. The semiotic techniques that create the meme as a sign split into direct and indirect. The latter employ the inner form of a sign, its outer form, and the combination of both. The topic of creating the meme as a sign is extended with the discussion of hyperbole, paradox and absurdity as "laughter-evoking" techniques integrated into the meme's content. In focus, is the KORONAVIRUS narrative-based concept as the target entity with its particular interpretation and its specific ways of manifestation. A satellite topic is the KORONAVIRUS concept as a source utilized in characteristics of other entities.

**Key words:** internet-memes, coronavirus, narrative concept, ontology of the concept, cognitive and semiotic techniques for creating memes, laughter-evoking effect.

### 1. Введение

2020 войдет в современную историю как год коронавируса, пандемия которого повлекла за собой непредвиденные негативные последствия и изменила привычный уклад жизни в большинстве стран мира. Защитной психологической реакцией общества на негативные события стал юмор, который, как регулятор эмоций, может “вести к ослаблению отрицательных чувств, таких как тревога, напряжение, подавленность, гнев” (Kulikov, 2009, p. 11). Ныне юмор переместился в виртуальное пространство Интернета, где откликом на пандемию коронавируса стал поток мемов, представленных словесно и /или пикторально. Подобно тому, как ген является переносчиком, репликатором наследственной информации материального плана, мем выступает в качестве переносчика идей. Мем есть своего рода комплексная идея, приобретающая запоминающуюся знаковую форму, которая, циркулируя в медиaprостранстве, стремится к созданию многочисленных копий в общественном сознании (Brodie, 1996; Rushkoff, 1996). Интернет-мемы на тему коронавируса представляют различные аспекты связанных с ним событий.

Лингвистическое исследование интернет-мемов о коронавирусе *актуально* в силу целого ряда причин. Прежде всего, оно органично вписывается в контекст современной лингвоконцептологии как одного из ответвлений когнитивной лингвистики, связанного с реконструкцией концепта путем анализа его семиотических (прежде всего вербальных) репрезентаций. Концепт КОРОНАВИРУС является комплексной информационной сущностью, содержание которой, сформированное в общественном сознании, воплощено в данном случае мемами как мультимедийным (вербально-пикторальным) средством. При этом нарратив (история) о коронавирусе, реализуется не одним, а множеством коротких “мемо-текстов”. Уяснение их семиотической природы становится необходимым дополнением темы “значение – способ его обозначения”, являющейся ключевой для когнитивной теории номинации. В случае мемов способ обозначения, объективации информации связан со смеховым эффектом, когнитивные и семиотические техники создания которого также требуют понимания и объяснения. Комплексная методика исследования нарративных (представленных множественными наррациями) концептов, предполагающая установление их содержания и определение способов его означивания, пребывает в настоящее время в стадии разработки. Вкладом в неё является и данное исследование, *цель* которого состоит в формировании и апробировании алгоритма, применимого для лингвокогнитивного анализа конкретного нарративного концепта, имеющего в настоящее время широкий общественный резонанс.

В более простых терминах, цели и задачи данного исследования можно обозначить несколькими вопросами: 1) О чем говорят нам украиноязычные и русскоязычные мемы, какой совокупный образ восприятия болезни социумом они рисуют? 2) Как сделаны сами мемы: какая информация и как именно представлена в каждом из них? 3) Как происходит означивание этой информации, то есть как создается сам мем-знак? 4) Почему мем смешной, что его делает таковым? Почему одни мемы смешнее других?

Структура статьи обусловлена последовательностью решаемых в ней задач. Сначала излагаются теоретические положения, необходимые для разработки методики лингвокогнитивного исследования нарративного мультимедийного концепта. Далее дается описание фактического материала и процедуры его анализа, согласно с разработанной методикой. Затем следует изложение результатов исследования. В заключительных выводах подводятся итоги и намечаются перспективы дальнейших студий.

## **2. Методика анализа нарративного мультимедийного концепта: теоретические предпосылки**

Теоретические предпосылки исследования связаны с определением понятия нарративного концепта как структурированного целого, с характеристикой техник создания обозначений этого концепта (когнитивных и семиотических), а также со способами активации присущего мемам смехового эффекта. Кроме того, принимается во внимание роль представленной в нарративном концепте информации как целевой, основной или же как коррелятивной, используемой для репрезентации иного целевого концепта.

### **2.1. Нарративный концепт и его онтология**

Согласно определению, предложенному в (Zhabotynskaya, 2017), нарративный концепт включает информацию, извлекаемую из множественных данных – текстовых сообщений (присутствующих в них дескрипций) на конкретную тему, обозначение которой становится именем концепта. Информация, полученная из всего массива текстовых сообщений и конституирующая нарративный концепт, “является своего рода мета-текстом, обладающим референциальной и реляционной когерентностью: в нём фигурирует, повторяясь, определенный набор текстовых референтов (актантов), вступающих между собой в определенные отношения в рамках определенных событий, заданных в границах пространства-времени” (Zhabotynskaya, 2017, p. 232-33). Понятие нарративного концепта опирается не столько на узкое лингвистическое понимание нарратива как текста-истории, повествующего о причинно-следственной цепочке событий, сколько на его широкое понимание, закрепившееся в социальных науках (Herman, 2009, p. 105; Ryan & Thon, 2014, p. 3). Здесь под нарративом понимается прежде всего способ организации значения, активируемого вербальным текстом.

В информационном, содержательном плане нарративный концепт, как и любой иной концепт (имеющий иные средства своей манифестации), есть *конструкт / construal* (Langacker 2008, p. 55) – субъективный образ воспринимаемой реальности, который не отражает ее буквально, а интерпретирует ее в соответствии с мировидением творца этого образа. Понятие конструкта является центральным в теории образов и восприятий (*image theory*), разрабатываемой в политической психологии (Herrmann, 2013). В лингвистике аналогом теории образов может быть концептология, изучающая концепты как содержательный план языковых / речевых единиц.

И теория образов, и концептология задаются вопросом об особенностях структуры образа / концепта. Ответ на этот вопрос может быть предложен с позиций теории онтологий – раздела инженерии знаний, изучающего категории предметов, относящихся к некоторой предметной сфере, или домену. Продукт теории в виде определённой понятийной модели, структурирующей конкретную предметную сферу, также называется онтологией. Таковая представляет собой “каталог предметных типов, которые существуют

в целевом домене D в представлении индивида, использующего язык L для описания домена D” (Sowa, 2001). Предметные типы, используемые для описания этого домена, должны приближаться к его естественным, природным категориям (Mineau, 2000, p. 145). В этой интерпретации понятие онтологии совместимо с классической лингвокогнитивной трактовкой понятия фрейм в работах Ч. Филлмора: фрейм есть система концептов, связанных таким образом, что для понимания любого из них мы должны понимать целостную структуру, в состав которой они входят (Fillmore, 1982, p. 111). В то же время, фреймом называют не только структурированную информацию (фрейм<sup>1</sup>), но и саму информационную структуру (фрейм<sup>2</sup>), то есть способ организации, упорядочивания фрейма<sup>1</sup>. Во избежание смешивания понятий, в структурировании информации, практикуемом в когнитивной лингвистике, целесообразно использовать термин *онтология концепта* для обозначения конкретной, определенным образом структурированной информации, а термин *фрейм* – для обозначения самого способа структурирования информации.

В лингвокогнитивной концепции, названной “семантика лингвальных сетей” (Zhabotynskaya, 2013; 2018) отмечается, что фрейм как способ структурирования информации может быть представлен *фреймом-сетью* и *фреймом-матрицей*. В сети эксплицированы понятийные узлы и связи между ними. В матрице эксплицированы только узлы, а соответствующие связи остаются имплицитными, что может иметь место прежде всего при упорядочивании информации, значительной по объему и требующей достаточно широких обобщений. И в сети, и в матрице информация, содержащаяся в узлах, может разворачиваться ‘вглубь’, то есть специфицироваться. При этом возникают многоуровневые структуры – сети-в-сетях или матрицы-в-матрицах, где различные иерархически организованные концептуальные уровни определяются как *концептуальное пространство* (вся структурируемая информация), *домены* (понятийные узлы концептуального пространства), *парцеллы* (понятийные узлы домена) и *информационные кванты* (понятийные узлы парцеллы, обобщающие информацию, данную в конкретных дескрипциях). Для воссоздания онтологии нарративного концепта, объективированного множественными дескрипциями, может быть использована многоуровневая матрица (см., например, (Zhabotynskaya, 2017; Zhabotynska & Velivchenko, 2019)).

Анализируемый нарративный концепт КОРОНАВИРУС, будучи концептуальным пространством, формируемым значениями интернет-мемов, также может быть упорядочен с помощью многоуровневой матрицы, позволяющей идентифицировать в массиве информации определенные тематические сегменты – домены, их парцеллы и тематические кванты. Интерпретативная сущность концепта КОРОНАВИРУС как конструкта кроется не только в составе его информационных сегментов, отражающем восприятие события нарраторами (авторами мемов), но и в фактуальной акцентированности этих сегментов, демонстрируемой количеством соответствующих мемов.

В составе нарративного концепта его тематические сегменты обозначаются мемами, которые имеют, как правило, референтное, целевое значение, то есть они объективируют собственно тему КОРОНАВИРУС. В то же время, некоторая часть мемов, обозначающих те или иные тематические сегменты нарративного концепта, являются по своему значению коррелятивными: в них тема коронавируса привлекается для описания иных, не связанных с ним напрямую явлений. Анализ мемов первой и второй групп требует несколько иных процедур анализа, которые будут рассмотрены автономно.

## **2.2. Нарративный концепт как целевая сущность**

Рассмотрение нарративного концепта как целевой информационной сущности предполагает уяснение того, как формируется содержание мемов, как оно означает, и каким образом в мемах возникает смеховой эффект.

**2.2.1. Тематические сегменты нарративного концепта: когнитивные техники в значениях мемов.** В значениях мемов тематические сегменты нарративного концепта КОРОНАВИРУС представлены с привлечением различных когнитивных техник. К ним относятся наращивание, развертывание, сталкивание и связывание информации (Zhabotynska & Slyvka, 2020). Эти когнитивные техники, упоминаемые в различных лингвокогнитивных школах (в теории концептуальной метафоры, когнитивной грамматике и теории концептуальной интеграции), имеют различные варианты интерпретации.

Впервые наращивание, развертывание, сталкивание и связывание были описаны Дж. Лакоффом и М. Тернером (Lakoff & Turner, 1989) как способы создания поэтических метафор на основе конвенциональных концептуальных метафор. При *наращивании* (*elaboration*) существующий элемент имеет необычное использование. При *развертывании* (*extending*) к конвенциональной метафоре добавляется новый элемент. *Сталкивание* (*questioning*) ставит под сомнение границы нашего обыденного понимания важных понятий. *Связывание* (*combining*) имеет место при формировании сложных, комплексных метафор (Lakoff & Turner, 1989, pp. 67-70). Упомянутые способы преобразования конвенциональных метафор могут быть выведены за пределы собственно метафорической сферы и отслежены в прочих вербальных феноменах, что продемонстрировано, к примеру, более широкими значениями, вкладываемыми в термины “наращивание” и “развертывание” в когнитивной грамматике Р. Ленекера (Langacker, 2008). Под *наращиванием* (*elaboration*) он понимает спецификацию концепта путем добавления к нему новых деталей. Например, *грызун* → *крыса* → *большая рыжая крыса* → *большая рыжая крыса с дурным запахом изо рта*. При наращивании схемное (обобщённое) и специфицированное значения остаются кореферентными, то есть они касаются одной и той же сущности (Langacker, 2008, p. 56). Схожее понимание термина встречается в теории концептуальной интеграции, где *наращивание* (*elaboration*) трактуется как “заполнение паттерна” (Fauconnier & Turner, 2002, p. 48-49). *Развертыванием* (*extending*) Р. Ленекер считает ассоциативное взаимодействие не-кореферентных концептов, связанных отношениями смежности (метонимично) или подобия (метафорично) (Langacker, 2008, p. 250).

В работе (Zhabotynska & Slyvka, 2020) термины “наращивание”, “развертывание”, “сталкивание” и “связывание” используются для анализа модификаций, демонстрируемых значением речевого акта (позитивного эмотива) в текущем пространстве дискурса. При этом упомянутые термины приобретают следующие широкие толкования: (а) *наращивание* – спецификация информации о референтной сущности как таковой; (б) *развертывание* – добавление информации, согласуемой с рамкой обстоятельств, сопутствующих данной сущности (например, информации причинно-следственного плана); (в) *сталкивание* – добавление информации, не согласуемой с рамкой обстоятельств, сопутствующих данной сущности; (г) *связывание* – объединение автономных информационных фрагментов. Эти когнитивные техники работы с информацией взаимосвязаны: они образуют структурное единство, используемое для характеристики референта, остающегося проминантным на определенном участке текста – Рисунок 1 (Zhabotynska & Slyvka, 2020, p. 123-124).

Используя упомянутые когнитивные техники для анализа того, какие модификации претерпевает целевая информация в меме, можно утверждать, что она специфицируется путем *наращивания*, дополняется сведениями о конгруэнтных или неконгруэнтных сопутствующих обстоятельствах путем *развертывания* и *сталкивания*, а также объединяется с иной информацией автономного плана путем связывания. Подобно тому, как это имеет место в работе (Zhabotynska & Slyvka, 2020), целевая информация, соответствующая тематическому сегменту концепта КОРОНАВИРУС, рассматривается как ядро, а добавляемая к нему информация – как спутник (термины У. Манна и С. Томпсона

(Mann & Thompson, 1988)). При построении общей онтологии нарративного концепта создание тематических рубрик осуществляется путем обобщения ядерных концептов мемов.

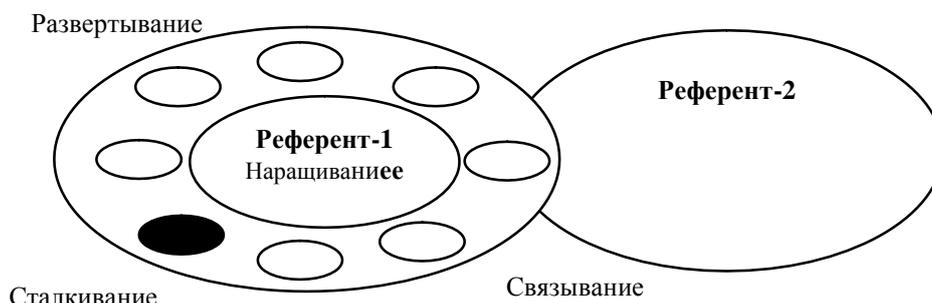


Рис. 1. Корреляция наращивания, развертывания, сталкивания и связывания (Zhabotynska & Slyvka, 2020, p. 124)

Для более четкого уяснения содержания терминов, применимых для анализа контента интернет-мемов о коронавирусе, необходимо дать краткий иллюстративный комментарий.

**Наращивание:** основным содержанием (ядром) мема является понятие, которое получает спецификацию, конкретизируется в меме, содержащем сателлиты<sup>S</sup>, соотносимые с ядром<sup>N</sup> как его атрибуты, его разновидности или части. То есть сателлиты включаются в ядро. Например, мем, относящийся к теме “маски и защитные костюмы”: *Модный показ в 2020.* (Фото человека в защитном комбинезоне и маске) *Представляем вам новый лук от Gucci<sup>S</sup>. Этот костюм<sup>N</sup> защитит<sup>S</sup> вас от любых вирусов. А маска<sup>N</sup> продемонстрирует отличный вкус<sup>S</sup> в стиле.* (Фото человека в средневековом противочумном костюме) *А этот лук<sup>N</sup> сделали в Dolce&Gabbana<sup>S</sup>. Благодаря свободному плащу вам не будет жарко<sup>S</sup>. А маска<sup>N</sup> не пропустит вирусы<sup>S</sup>!* Все сателлиты добавляют характеристики к одному и тому же референту “костюм и маска”.

**Развёртывание:** основным содержанием (ядром) мема является понятие, к которому добавляется смежное с ним понятие из таких категорий, как место, время, причина, следствие, адресат, бенефактив, инструмент, помощник, пациент и т. п. Ядро и сателлит автономны, между ними существуют отношения не включения, а смежности. При этом ядро<sup>N</sup>, является первичным (целевым) понятийным фокусом, а сателлит<sup>S</sup>, является вторичным понятийным фокусом, дополняющим ядро. Например, мем, относящийся к теме “последствия карантина”: *(Фото матери с маленькой дочкой<sup>N</sup>). Мама, а кто мой папа<sup>S</sup>? – Не знаю, он был в маске<sup>S</sup>* (в паре “ребенок – отец” ребенок, как следствие карантина, есть целевой, ядерный концепт).

**Сталкивание** есть разновидность развертывания с той лишь разницей, что смежное понятие-сателлит диссонирует с описываемой ситуацией. Например, мем, представляющий тему “боязнь коронавируса”: *(Фото двух беседующих мужчин). “Не бойтесь умереть<sup>N</sup> от коронавируса?” – “У меня ипотека<sup>S</sup>. Меня откачают<sup>S</sup>”.* Ожидаемыми ответами могли бы быть “Не боюсь. Меня вылечат<sup>S</sup>” или “Боюсь, ибо меня могут не откачать<sup>S</sup>”, что иллюстрировало бы развертывание по линии “следствие<sup>N</sup> – причина<sup>S</sup>”. При сталкивании упомянутая причина “выпадает” из круга привычных, ожидаемых смежных сущностей.

**Связывание** объединяет два автономных понятия, которые по своей природе не являются смежными, но могут обрести эту смежность и”: *Сдам квартиру<sup>S</sup> с удобствами<sup>S</sup>: гречка<sup>N</sup>, макароны<sup>N</sup>, туалетная бумага<sup>N</sup>.* В меме объединяются темы дефицитного товара и сдачи квартир в аренду, которые не являются исконно смежными.

Преобразование информации в меме, осуществляемое с помощью различных когнитивных техник, сопровождается применением семиотических техник, используемых для создания знака как транслятора необходимого значения.

**2.2.2. Тематические сегменты нарративного концепта: семиотические техники создания мемов.** Мемы, воплощающие нарративный концепт, являются самостоятельными знаковыми единицами. Как и любой знак, они представляют собой единство значения и формы. Значение мемов, будучи ментальной сущностью, соответствует определенному тематическому сегменту нарративного концепта. Форма мемов, активирующая их значение, представлена двумя ипостасями: внутренней формой и внешней формой. Внутренняя форма есть фрагмент значения, явленный в знаке и дающий доступ к значению как информации в мышлении. Внешняя форма есть материальный носитель внутренней формы. В интернет-мемах он может быть вербальным и/или пикторальным. Таким образом, тема обозначения значения требует рассмотрения особенностей внутренней и внешней формы знака.

Фрагмент значения, представленный во **внутренней форме** мема, может соотноситься с этим значением непосредственно (быть его конститутивной частью) или же опосредованно – путем привлечения вспомогательного номинативного ресурса. В первом случае имеет место прямая номинация, во втором – переносная. Переносная номинация включает: *метонимию* (внутренняя форма знака связана с его значением отношением природной смежности); *аналогию* (внутренняя форма мема связана с его значением отношением природного сходства между сущностями, принадлежащими к одной категории), *метафору* (внутренняя форма мема связана с его значением отношением воображаемого подобия между сущностями, принадлежащими к разным категориям), *понятийное расширение* (внутренняя форма мема связана с его значением как вид и род) и *понятийное сужение* (внутренняя форма мема связана с его значением как род и вид). В мультимедийных мемах пикторальный компонент может иллюстрировать переносный вербальный компонент определенного типа, а может и служить основным репрезентантом переносной номинации, в частности – метонимической и метафорической.

Материальный носитель, или **внешняя форма** мема (вербальная и/или пикторальная), как правило, служит средством объективации внутренней формы (прямой или переносной). Однако в ряде случаев внешняя форма мема приобретает самостоятельную значимость в процессе создания знака. Его переносное значение формируется с опорой на материальную форму слова или жанра, а также на прецедентные феномены – известные литературные и кинематографические произведения. Переносная номинация может быть также **комплексной** – включать использование и внутренней, и внешней формы знака.

Мемы как знаки, созданные по определенным семиотическим ‘технологиям’, предназначены для создания смехового эффекта.

**2.2.3. Создание смехового эффекта в мемах.** В многочисленных работах, посвященных психологии смеха и требующих отдельного обзора, выходящего за рамки данной статьи, отмечается, что “юмор предполагает мысль, образ, текст или случай, в некотором смысле нелепый, странный, необычный, неожиданный, удивительный и неординарный” (Martin, 2007, p. 6). При этом все формы юмора, по-видимому, берут начало в базовой структуре игры (Martin, 2007, p. 5). Развивая эту мысль при исследовании анекдота, А. П. Мартынюк отмечает, что стереотипная информация всегда типизирована, предсказуема и воспринимается автоматически, на подсознательном уровне. “Несоответствие стереотипу, наоборот, включает сознание и заставляет индивида реагировать на происходящее. Игровая рамка анекдота, которая предполагает настрой

коммуникантов на юмористическую тональность общения, ориентирует адресанта на смеховую реакцию на подобное несоответствие” (Martyniuk, 2007, p. 23). Фактор несоответствия остается константой и в интернет-мемах. Между тем, уже беглый взгляд на материал исследования позволяет увидеть в мемах несоответствия как минимум трех основных информационных типов, которые можно назвать гиперболизацией, парадоксализацией и абсурдизацией.

Как известно, *гипербола* связана с чрезмерным преувеличением с целью усиления впечатления (Ozhegov, 1983, p. 117). *Парадокс* есть странное мнение или высказывание, расходящееся с общепринятыми мнениями и научными положениями (Ozhegov, 1983, p. 434). *Абсурд* есть нелепость. Абсурдно то, что противоречит здравому смыслу или расхожей истине, т. е. противно тривиальному разуму, логике или человечности. Общее в абсурде и юморе – отрицание здравого смысла, трезвой рассудительности (Comte-Sponville, 2001). Применяя соответствующие термины для характеристики смеховых техник, можно определить их таким образом:

**Гиперболизация:** в наращивании, развертывании, сталкивании и связывании информация, относящаяся к сателлиту, получает чрезмерное преувеличение. Например, в меме на тему дефицита товаров: (Наращивание) *Судя по всему, в Сиднее из-за коронавируса умер первый человек. В его доме было найдено 500 консервных банок с едой, 100 кг макарон, 75 кг риса, 200 рулонов туалетной бумаги и 30 литров антисептика, которые он на всякий случай купил в приступе паники. Все это рухнуло и похоронило дебила заживо.*

**Парадоксализация:** в наращивании, развертывании, сталкивании и связывании информация, относящаяся к сателлиту, является необычной и неожиданной. Например, в меме на тему ношения маски: (Сталкивание) *“Давид Маркович, а шо вы без маски, когда кругом коронавирус?” – “И шо вы думаете, если я надену маску, то он меня не узнает?”*

**Абсурдизация:** в наращивании, развертывании, сталкивании и связывании информация, относящаяся к сателлиту, есть нелепой, лишённой здравого смысла. Например, в меме на тему дистанционной работы на карантине: (Развертывание) (Рисунок пассажиров, сидящих в салоне самолета) *Уважаемые пассажиры! Говорит ваш пилот. Из-за коронавируса я работаю из дома.*

Сформулированные выше положения относительно когнитивных, номинативных и смеховых техник создания мемов касаются тех случаев, когда мемы используются для репрезентации целевой темы КОРОНАВИРУС. В то же время, эта тема может быть и коррелятивной, что требует применения отдельной группы положений для ее анализа.

### **2.3. Нарративный концепт как коррелят**

Мемы, в которых тема коронавируса используется для характеристики иных, не связанных с ним напрямую сущностей, относятся к определенным тематическим сегментам нарративного концепта КОРОНАВИРУС. Установление этих сегментов позволяет сформировать ряд концептов, которые принимают участие в формировании так называемых коррелятивных диапазонов – по аналогии с метафорическими диапазонами по З. Кёвечешу (Kovecses, 2002, p. 64). Коррелятивный диапазон включает один или несколько коррелятов при одном референте. Коррелятивные диапазоны в мемах не обязательно метафоричны. Их анализ позволяет понять, какие именно понятия осмысляются в терминах коронавируса, и почему такое осмысление становится возможным.

Упомянутые теоретические положения используются при разработке процедуры анализа нарративного концепта КОРОНАВИРУС, представленного в корпусе фактических данных.

### 3. Анализ: нарративный концепт КОРОНАВИРУС в интернет-мемах

Описание анализа предваряет характеристика корпуса фактических данных и процедуры их исследования. Далее реконструируется онтология нарративного концепта КОРОНАВИРУС, который рассматривается как целевой и как коррелятивный концепт.

#### 3.1. Фактический материал и процедура его анализа

Корпус фактических данных включает 200 мемов, отобранных методом сплошной выборки из интернет-ресурса, локализованного с помощью поисковых слов “мемы о коронавирусе” (см. линк в конце статьи). Использованный интернет-ресурс содержит многочисленные отсылки к соответствующим украиноязычным и русскоязычным источникам, которые в ходе поиска данных обрабатывались подряд. Количество обработанных источников превышает 50. Для анализа отбирались только те мемы, которые были вербальными (содержащими украиноязычный или русскоязычный текст) или вербально-пикторальными (содержащими и текст, и визуальную репрезентацию). Повторяющиеся мемы не фиксировались.

Процедура обработки корпуса фактического материала включала такие этапы:

- Выявление связанных с коронавирусом понятий, представленных в мемах, тематическая стратификация этих понятий и построение онтологии нарративного концепта КОРОНАВИРУС с использованием многоуровневой матрицы.
- Количественный анализ мемов, соотносимых с различными тематическими сегментами онтологии и определение степени акцентированности этих сегментов.
- Разбиение фактического материала на две части: ту, где объективируемая мемами информация является целевой, и ту, где она является коррелятивной. Рассмотрение каждой из этих частей по-отдельности.
- В той части данных, где информация о коронавирусе является целевой, референтной: определение способов ее репрезентации с учетом когнитивных техник наращивания, развертывания, сталкивания и связывания; выявление способов ее обозначения с учетом номинативных техник, использующих внутреннюю и внешнюю формы знака; отслеживание техник создания смехового эффекта.
- В той части данных, где информация о коронавирусе является коррелятивной: установление перечня понятий, для описания которых употребляется разноплановая информация о коронавирусе.

Данная процедура анализа позволяет не только установить суть содержания концепта КОРОНАВИРУС в том виде, как он представлен в коллективном сознании пользователей Сети, но и понять подоплеку создания мемов как “смеховых” мультимедийных знаков.

#### 3.2. Онтология нарративного концепта КОРОНАВИРУС

На основе исследования корпуса данных можно утверждать, что онтология концепта КОРОНАВИРУС представлена такой иерархической системой понятий: Домен 1. ВИРУС. *Парцеллы:* 1.1. Вирус как таковой. 1.2. Происхождение. 1.3. Страны. 1.4. Пандемия. 1.5. Вирусологи. Домен 2. БОЛЬНЫЕ. *Парцеллы:* 2.1. Болезнь. Симптомы. 2.2. Пребывание в больнице. 2.3. Лекарства. Вакцина. Домен 3. ЗДОРОВЫЕ. *Парцеллы:* 3.1. Группы риска. 3.2. Боязнь болезни. 3.3. Паника. Дефицит товаров. Домен 4. ПРОФИЛАКТИКА БОЛЕЗНИ. *Парцеллы:* 4.1. Тесты. 4.2. Температурный скрининг. 4.3. Мытье рук, дезинфекция. 4.4. Дистанцирование. 4.5. Маски, костюмы. 4.6. Защитные препараты и средства. Домен 5. КАРАНТИН. *Парцеллы:* 5.1. Карантин. 5.2. Закрыты сервисы. 5.3. Ограничения на выход из дома. 5.4. Самоизоляция. *Тематические кванты:* 5.4.1. Самоизоляция. 5.4.2. Полезность изоляции. 5.4.3. Занятия. 5.4.4. Психологическое состояние. 5.5. Семья. 5.6. Дети. 5.7. Дистанционная работа. 5.8. Дистанционная учеба. 5.9. Последствия карантина. (Таблица 1).

**Онтология нарративного концепта КОРОНАВИРУС,  
представленного в интернет-мемах**

Тематические сегменты нарративного концепта	Всего мемов	%	Референты		Корреляты	
			Кол-во	%	Кол-во	%
1. ВИРУС	23	11,5	16	8,0	7	3,5
1.1. Вирус как таковой	7		3		4	
1.2. Происхождение	4		4		-	
1.3. Страны	9		7		2	
1.4. Пандемия	2		1		1	
1.5. Вирусологи	1		1		-	
2. БОЛЬНЫЕ	9	4,5	6	3,0	3	1,5
2.1. Болезнь. Симптомы	3		1		2	
2.2. Пребывание в больнице	2		1		1	
2.3. Лекарства. Вакцина	4		4		-	
3. ЗДОРОВЫЕ	45	22,5	39	19,5	6	3,0
3.1. Группы риска	1		1		-	
3.2. Боязнь болезни	16		12		4	
3.3. Паника. Дефицит товаров	28		27		2	
4. ПРОФИЛАКТИКА БОЛЕЗНИ	37	18,5	32	16,0	5	2,5
4.1. Тесты	4		3		1	
4.2. Температурный скрининг	1		1		-	
4.3. Мытье рук, дезинфекция	5		3		2	
4.4. Дистанцирование	4		4		-	
4.5. Маски, костюмы	18		16		2	
4.6. Защитные препараты и средства	5		5		-	
5. КАРАНТИН	86	43,0	83	41,5	3	1,5
5.1. Карантин	3		2		1	
5.2. Закрыты сервисы	2		2		-	
5.3. Ограничения на выход из дома	11		11		-	
5.4. Самоизоляция	34		32		2	
5.4.1. Самоизоляция	9		7		2	
5.4.2. Полезность изоляции	6		6		-	
5.4.3. Занятия	15		15		-	
5.4.4. Психологическое состояние	4		4		-	
5.5. Семья	4		4		-	
5.6. Дети	9		9		-	
5.7. Дистанционная работа	9		9		-	
5.8. Дистанционная учеба	5		5		-	
5.9. Последствия карантина	9		9		-	
<b>ВСЕГО</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>176</b>	<b>88,0</b>	<b>24</b>	<b>12,0</b>

Как показывают результаты количественного анализа (таблица 1), из пяти тематических доменов наиболее акцентированным является домен 5. КАРАНТИН (86 мемов, или 43,0% от их общего числа). Достаточной степенью проминантности обладают домены 3. ЗДОРОВЬЕ (45 мемов, или 22,5%) и 4. ПРОФИЛАКТИКА БОЛЕЗНИ (37 мемов, или 18,5%). Среди парцелл, конституирующих домены, наиболее акцентированы: 5.4. Самоизоляция (34 мема, из которых 15 посвящены занятиям во время самоизоляции), 3.3. Паника. Дефицит товаров (28 мемов), 4.5. Маски, костюмы (18 мемов), 3.2. Боязнь болезни (16 мемов) и 5.3. Ограничение на выход из дома (11 мемов). Тем самым определяются относящиеся к коронавирусу темы, которые становятся наиболее частыми объектами шуток.

Большинство мемов объективируют целевые понятия, связанные с собственно темой коронавируса (176 мемов, или 88,0%). Мемы, в которых тема коронавируса является коррелятивной, относительно немногочисленны (24 мема, или 12,0%).

### **3.3. КОРОНАВИРУС как целевой концепт**

При формировании информации, представляющей тематические сегменты нарративного концепта КОРОНАВИРУС, используются **когнитивные техники** наращивания, развертывания, сталкивания и связывания информации, которые могут быть представлены следующими примерами.

Наращивание:

- (1) 3.3. Паника. Дефицит товаров. (Фото рулона туалетной бумаги) *Не трогай. Это на Новый год.* (Спецификация ценности товара).
- (2) 4.1. Тесты. *В Україну прийшли нарізті тести для визначення хворих на коронавірус! На них витратили 200 млн. доларів! Ось вони: ВІ БОЛЕЕТЕ КОРОНАВИРУСОМ? ДА. НЕТ (выбрать нужное)* (Спецификация тестов).
- (3) 5.4. Самоизоляция – психологическое состояние. *Психиатр из Турции поделился информацией. “Когда вы находитесь на домашнем карантине, общаться со своими домашними животными, цветами и бытовой техникой НОРМАЛЬНО. Не нужно обращаться к нам по этому поводу. Вам нужна помощь только тогда, когда они начинают общаться с ВАМИ. Спасибо”.* (Спецификация признаков психического расстройства).

Развертывание:

- (4) 1.3. Страны. *Вчені інституту вірусології підтвердили, що коронавірус майже не вражає українців. Із жалості, чисто по-людськи. Куди нам іще вірус...* (Страна + Причина умеренного распространения вируса в стране).
- (5) 3.3. Паника. Дефицит товаров. *Внимание! Сегодня ночью над городом будет летать вертолет и разбрасывать гречку и туалетную бумагу. Не закрывайте окна.* (Дефицит + Источник получения дефицита).
- (6) 4.5. Маски, костюмы. *Хто знає, на вулицю вже можна ходити в бахілах чи ще ні?* (Бахилы + место ношения бахил).

Сталкивание:

- (7) 1.5. Вирусологи. *Откуда у меня в друзьях столько вирусологов? Нормальные же политологи были.* (Вирусологи + Их предыдущее занятие).
- (8) 2.3. Лекарства. Вакцина. *Узбекские ученые пытались создать вакцину против коронавируса, но у них опять получился плов.* (Вакцина + Результат работы над ней)

- (9) 3.2. Боязнь болезни. Метро. Поезд. Час пик. Туча народу. Внезапно находящийся в вагоне китаец громко чихает, и народ отшатывается в стороны, оставляя вокруг распространителя иноземной заразы большой кусок свободного места. Китаец озирается по сторонам и с грустью и усталостью в голосе говорит: “Да бурят я! Бурят!” (Боязнь вируса + Носитель вируса).

Связывание:

- (10) 3.3. Паника. Дефицит товаров. (Фото отца, помогающего сыну учить уроки) *Через 15 лет: мой сын, решая задачу по математике: “Пап, а зачем Андрей покупает 167 рулонов туалетной бумаги?” – (Я) “Тебе не понять”* (Дефицит товаров в период пандемии + внесение этой информации в школьные учебники будущего).
- (11) 3.3. Паника. Дефицит товаров (Фото докторской колбасы) *Теперь без туалетной бумаги.* (Дефицит товаров + Улучшение качества колбасы, в которой этот товар якобы использовался).
- (12) 5.4. Самоизоляция – занятия. Как определить ведьму? 1485: не тонет в воде. 2020: не толстеет на карантине (Занятия: еда + Магия, предохраняющая от ожирения)

При формировании содержания мемов когнитивные техники используются с различной степенью интенсивности (таблица 2).

Таблица 2

**Нарративный концепт КОРОНАВИРУС в интернет-мемах:  
когнитивные техники конструирования информации о референтных сущностях**

Тематические домены: кол-во мемов / Техники	ВИРУС	БОЛЬНЫЕ	ЗДОРОВЫЕ	ПРОФИ-ЛАКТИКА	КАРАНТИН	ВСЕГО
Наращивание	4	5	9	17	37	72
Развертывание	9	-	19	14	30	72
Сталкивание	3	1	5	1	14	24
Связывание	-	-	6	-	2	8
ВСЕГО	16	6	39	32	83	176

По данным Таблицы 2, наиболее частотным в корпусе данных является использование наращивания и развертывания (по 72 мема) с существенно меньшей репрезентативностью сталкивания (24 мема) и незначительным представителем связывания (8 мемов). Схожий баланс в использовании когнитивных техник наблюдается и в пределах пяти доменов, с некоторыми отличиями в доменах ВИРУС и ЗДОРОВЫЕ, где развертывание используется чаще, чем наращивание.

При создании мемов транслируемая ими информация передается либо прямым, либо переносным означиванием, относящимся к **семиотическим техникам**. Использование прямой номинации дано в примерах (1) – (12). Из способов переносного означивания с привлечением **внутренней формы знака** в исследуемом материале выявлены метонимия, аналогия и метафора, иллюстрируемые следующими примерами.

## Метонимия:

- (13) 2.2. Пребывание в больнице. Звонок в Минздрав: “Наталья Андреевна, как больной с подозрением на коронавирус?” – “Нормально, Алексей Самбурович. Положили в отдельную палату. Назначили специальную диету”. – “Что за диета?” – “Кормим печеньем” – “Почему печеньем?” – “В щель между полом и дверью больше ничего не пролазит”. (Развертывание / Диета > Полная изоляция больного).
- (14) 3.3. Паника. Дефицит товаров. Компания “Укргречка” розглядає можливість покупки контрольного пакета акцій Майкрософт уже цього тижня. (Развертывание / Покупка акций > Обогащение производителей дефицита).
- (15) 4.5. Маски, перчатки, бахилы. Думала, что самой неудачной покупкой 2020 года были зимние сапоги. А нет, оказывается – губная помада. (Наращивание / Бесплезность помады > Ношение маски).

## Аналогия:

- (16) 2.1. Болезнь. Симптомы. Самое сложное в эти дни отличить похмелье от коронавируса. (Наращивание / Симптомы похмелья = симптомы болезни).
- (17) 5.4.3. Самоизоляция – занятия. Нарешті почала жити, як королева Великобританії. Вихожу на балкон і машу людям рукою. (Наращивание / Поведение особы на самоизоляции = Поведение королевы).

## Метафора:

- (18) 1.3. Страны. У тебя коронавирус? – Да. – Из Китая? – Обижает, чистая Италия! (Наращивание / Вирус = Товар).
- (19) 4.3. Мытье рук, дезинфекция. Після третього протирання айфона спиртом Siri попросила сала з хлібом та квашеного огірка. (Наращивание / Дезинфицируемый предмет = Пьющий человек).
- (20) 5.4.1. Самоизоляция. Вот и живем в год крысы: 1. Сидим дома по норам. 2. Сносим еду в норы и там ее едим. 3. Увидев человека, прячемся (Наращивание / Люди на самоизоляции = Крысы).

Примерами метонимического и метафорического значения, переданного пикторально, являются (21) – (23).

<https://hr-portal.ru/story/15-memov-pro-karantin-samoizolyaciyu-i-distancionnoe-obuchenie>

Дети из начальных классов возвращаются в школы, после окончания короны в 2040 году

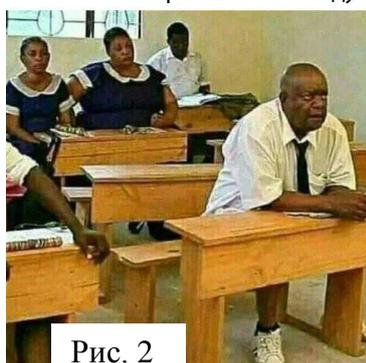


Рис. 2

<https://ololo.tv/koronavirus-net-ne-strashno-v-seti-mnozhsya-memy-o-covid-19/>



Рис. 3

<https://argumenti.ru/society/2020/04/659004>

После карантина поеду на море. Так и вижу себя, стоящей на берегу под крики чаек.



Рис. 4

- (21) 5.1. Карантин. (Картинка великовозрастных мужчин и женщин, сидящих за партами) *Дети из начальных классов возвращаются в школы, после окончания карантина в 2020 году.* (Наращивание / Великовозрастные ученики > продолжительность карантина: метонимия) – Рис. 2.
- (22) 3.2. Боязнь болезни. (Фото двух мартышек, откачивающих третью). *Откачиваемая мартышка: “У меня точно коронавирус. Дайте спокойно умереть”. Один из спасателей: “Олег, ты опять всю ночь симптомы гуглил?”* (Наращивание / Боязнь болезни у неумных людей = Боязнь болезни у мартышек: метафора) – Рис. 3.
- (23) 5.9. Последствия карантина. (Картинка стоящей свинки, которая смотрит на море) *После карантина поеду на море. Так и вижу себя стоящей на берегу под крики чаек.* (Наращивание / Человек после карантина = Толстая свинка : метафора) – Рис. 4.

Из **внешних форм**, используемых в переносной номинации, в корпусе данных были отслежены форма слова, форма жанра и прецедентные произведения художественной литературы и кино. Задействованные формы слова являются многозначными (полисемичными или омонимичными), и их использование допускает одновременное наличие у слова двух разных смыслов. Используемые жанры имеют характерный стилевой канон, который заимствуется мемом, пародирующим этот канон. Кроме того, мем может пародировать известный литературный текст, используя его лексику, стиль и персонажей. Персонажами мемов могут также становиться герои известных фильмов. Примеры использования упомянутых внешних форм даны ниже.

Слово-полисемант:

- (24) 3.2. Боязнь болезни. *В связи с угрозой распространения коронавируса в московском метро временно закрыта станция Китай-город* (Развертывание / Значение многозначного слова).
- (25) 5.4.1. Самоизоляция. *Сказали: сиди дома. Сижу. А потом думаю: “Да кто меня видит?” Легла.* (Развертывание / Значение многозначного слова).
- (26) 4.6. Защитные препараты и средства. (Фото: беседа врача с пациентом) *Врач: “Пейте три раза в день” – Пациент: “Хорошо, а какие таблетки?” – Врач: “А таблетки здесь при чем?”* (Сталкивание / Значение многозначного слова).
- (27) 5.7. Дистанционная работа. *РАБОТА НА УДАЛЕНКЕ.* (Сообщение) *Добрый вечер. Олег, где макет альбома?? Вы обещали сделать его до обеда!!!* (Ответ) *Добрый вечер. Я еще не обедал...* (Сталкивание / Значение многозначного слова).

Слова-омонимы:

- (28) 4.5. Маски, костюмы. (Фото Илона Маска и разноцветных масок). Надпись: *“I-Mask \$ 399”* (Наращивание / Значение омонима).
- (29) 5.3. Ограничения на выход из дома. (Картинка: дорожный знак с изображением слона, перечеркнутого по диагонали красной линией) Надпись: *Не слоняйтесь* (Наращивание / Значение омонима).
- (30) 5.4.4. Психологическое состояние. *Проставьте ударение. Карантин в коронавирус – отличный способ передохнуть* (Это был короткий тест на то, оптимист вы или пессимист) (Наращивание / Значение омонима).

## Жанровая форма:

- (31) 1.2. Происхождение вируса. *Дай человеку рыбу – и он будет сыт один день. Дай человеку летучую мышь – и он отправит на карантин весь мир.* (Сталкивание / Форма афоризма).
- (32) 4.5. Маски, костюмы. (Фото двух врачей, склонившихся над лежащим пациентом с целлофановым пакетом на голове. Подпись под фото: *САМОЛІКУВАННЯ МОЖЕ БУТИ ШКІДЛИВИМ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я*)  
Врач: *“Больной, вы слышите меня? В какой аптеке вы купили эту маску?”* (Развертывание / Форма рекламы).
- (33) 5.4.1. Самоизоляция. *Одинокий в карантине мужчина ищет одинокую в карантине женщину для совместного проведения карантина.* (Связывание / Форма объявления).
- (34) 5.6. Дети. *Вначале сотворил Бог небо и землю. И увидел он, что это хорошо. А потом воззрел Бог на землю, и вот она растлена, ибо всякая плоть извратила путь свой на земле. И в 2020-м его терпение иссякло. И наслал Бог на землю коронавирус, дабы истребить людей с земли. И вошли люди в двухнедельный карантин, надеясь на спасение. И стали познавать друг друга. И подумал Бог, что не истребит людей, ибо через 9 месяцев их будет еще больше. И закрыл Бог садики и школы, и все образовательные учреждения, дабы дети были дома, а у родителей пропало желание делать новых детей* (Развертывание / Форма библейской притчи).

## Форма прецедентного литературного произведения:

- (35) 5.9. Последствия карантина. *Во глубине своих квартир / Храните гордое терпенье. / Съедем мы гречку, хлеб и сыр / И макароны, и варенье.../ На волю выйдем мы опять, / Запреты рухнут! И свобода / Нас встретит радостно у входа... / В двери бы только не застрять...* (Развертывание / Пародия на стихотворение А. С. Пушкина “Во глубине сибирских руд”).

## Герои прецедентного литературного произведения:

- (36) 3.3. Паника. Дефицит товаров. *Бэрримор, что это за шум? – Население скупает туалетную бумагу, сэр. – Но зачем? – Гречка оказалась не очень, сэр.* (Сталкивание / Герои детективной повести Конан Дойля “Собака Баскервилей”).

## Герои прецедентного кинопроизведения:

- (37) 5.9. Последствия карантина. (Фото актера Юрия Яковлева в роли царя Ивана Васильевича Грозного) *После нерабочих дней: Иван Васильевич вспоминает профессию* (Наращивание / Герой фильма Л. Гайдая “Иван Васильевич меняет профессию”).

При переносной номинации в некоторых случаях техники использования внутренней и внешней формы знака применяются одновременно, результатом чего становится **смешанный тип** переносной номинации, представленный в следующих примерах.

Слово-полисемант + Метафора:

- (38) 1.1. Вирус как таковой. *Если коронавирус дойдет до Мытищ, то его раскоронуют местные воры.* (Наращивание / Метафорическое значение слова-полисеманта – ВИРУС = ВОР В ЗАКОНЕ).

Слова-омонимы + Метафора:

- (39) 1.4. Пандемия. (Картинка панды, которая ест бамбук). *Так вон оно что. Панда в течение суток в среднем ест 12 часов. Человек во время карантина ест, как панда. Поэтому это называется пандемия.* (Развертывание / Метафорическое значение слова-омонима – ЧЕЛОВЕК НА КАРАНТИНЕ = ПОСТОЯННО ЖУЮЩАЯ ПАНДА).

Герой литературного произведения + Аналогия:

- (40) 5.4.2. Полезность изоляции. *Тридцать лет и три года лежал Илья Муромец на печи. Такого подвига самоизоляции еще не знала Русь.* (Наращивание / Аналогия – ЧЕЛОВЕК НА САМОИЗОЛЯЦИИ = БЫЛИННЫЙ ГЕРОЙ).

Герои кинопроизведения + Аналогия:

- (41) 3.1. Группы риска. (Кадр из фильма “Кавказская пленница” Л. Гайдая: Трус /Г. Вицин/, Балбес /Ю. Никулин/ и Бывалый /Е. Моргунов/ в ожидании укула) Трус читает в газете: *“Коронавирус особенно бурно развивается в организме, ослабленном никотином, алкоголем и...”* – Бывалый: *“Короче, Комаровский”*... (Наращивание / Аналогия – ЛЮДИ ИЗ ГРУППЫ РИСКА = ПЬЮЩИЕ И КУРЯЩИЕ ГЕРОИ ФИЛЬМА).

В корпусе данных доля мемов, созданных с применением различных семиотических техник вторичной номинации, составляет 61 пример из 176 (34,66%) (таблица 3). К наиболее используемым техникам относятся метафора и метонимия внутренней формы знака (12 и 11 единиц соответственно) и многозначная словесная форма (24 единицы), одно из значений которой может быть метафоричным (дополнительные 4 единицы). В пределах тематических сегментов нарративного концепта КОРОНАВИРУС использование переносной номинации для создания мемов наиболее показательно в домене ВИРУС, где переносная номинация фиксируется в более чем 2/3 примеров. В доменах ЗДОРОВЬЕ и ПРОФИЛАКТИКА мемы, созданные средствами прямой и переносной номинации демонстрируют примерный баланс, а в домене КАРАНТИН доминируют мемы с прямой номинацией.

**Нарративный концепт КОРОНАВИРУС в интернет-мемах:  
семиотические техники создания знака**

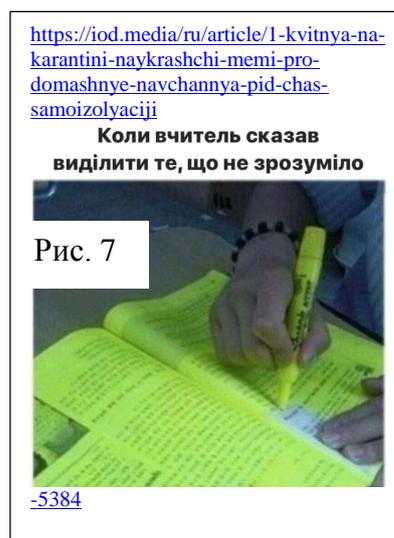
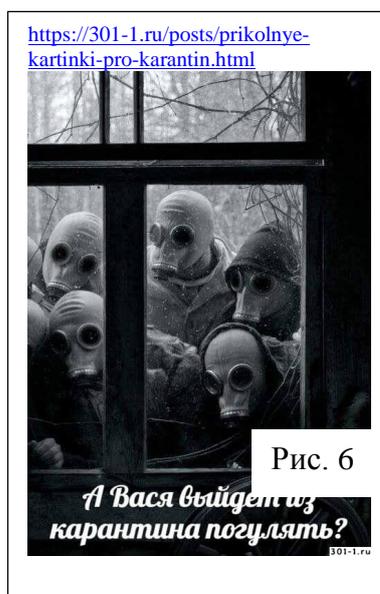
Тематические домены: кол-во мемов / техники	ВИРУС	БОЛЬНЫЕ	ЗДОРОВЫЕ	ПРОФИ-ЛАКТИКА	КАРАНТИН	Всего
ПРЯМАЯ НОМИНАЦИЯ	5	2	26	21	61	115
ПЕРЕНОСНАЯ НОМИНАЦИЯ	11	4	14	11	21	61
<i>Внутренняя форма</i>	7	1	4	6	7	25
Метафора	7	-	1	1	3	12
Аналогия	-	1	-	-	1	2
Метонимия	-	-	3	5	3	11
<i>Внешняя форма</i>	1	2	8	4	12	27
Слово / знак	-	1	4	3	6	14
Жанр	1	1	-	1	1	4
Прецедентный художественный текст	-	-	1	-	4	5
Прецедентное кинопроизведение	-	-	3	-	1	4
<i>Смешанный тип</i>	3	1	2	1	2	9
Слово + Метафора	3	-	1	-	-	4
Прецедентный художественный текст + Аналогия	-	1	-	1	-	2
Прецедентное кинопроизведение + Аналогия	-	-	1	-	2	2
<b>ВСЕГО</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>40</b>	<b>32</b>	<b>82</b>	<b>176</b>

При создании мемов **смеховой эффект** обеспечивается гиперболизацией, парадоксализацией и абсурдизацией их содержания, проиллюстрированными ниже.

Гиперболизация:

- (42) 5.3. Ограничение на выход из дома (Фото собаки, лежащей на диване в изнеможении). *Знакомьтесь. Это Шарик. Шарик единственная собака в многоэтажке. Шарик сегодня гулял 60 раз.* (Развертывание / Прямая номинация).
- (43) 5.6. Дети. “Ну, как у вас с детьми на карантине?” – “Устали очень, не высыпаемся, времени на себя вообще нет”. – “А Лена как?” – “Лена – это я. Петя выглядит еще хуже”. (Наращивание / Прямая номинация).
- (44) 5.9. Последствия карантина. ТЕСТ: Как закончится наш карантин? 1) + 10 кг, 2) беременность, 3) алкоголизм, 4) развод, 5) все ответы верны (Наращивание / Прямая номинация).

Во многих случаях гиперболизация представлена в меме пикторально, что особенно присуще мемам на тему боязни вируса, защитных средств и детей на карантине, к примеру:



- (45) Боязнь болезни. *Китаец в салоне кашлянул* (Фото летящего самолета, крылья которого облеплены людьми) (Наращивание / Прямая номинация) – Рис. 5.
- (46) Маски, костюмы. (Фото толпы в противогазах и защитных костюмах) Толпа: “А Вася выйдет из карантина погулять?” (Наращивание / Прямая номинация) – Рис. 6.
- (47) 5.8. Дистанционная учеба. *Коли вчитель сказав виділити те, що незрозуміло* (фото ученика, закрашивающего желтым цветом все страницы книги) (Наращивание / Прямая номинация) – рис. 7.

Парадоксализация:

- (48) 1.2. Происхождение вируса. *Четыре миллиарда лет назад появилась первая жизнь на Земле. 200 тысяч лет назад появился первый человек. Развивается цивилизация. Медицина достигает успехов в лечении многих болезней. Человечество подумывает о заселении других планет. Какой-то китаец жрет летучую мышь.* (Сталкивание / Переносная номинация – форма летописи)
- (49) Ограничение на выход из дома. (Фото человека, выгуливающего на поводке свинью и остановленного милицией) *Хозяин свиньи: “Клянусь, що він п’ять хвилин тому гавкав”* (Сталкивание / Прямая номинация)
- (50) 5.5. Семья. *На третий день карантина мать четырех детей изобрела вакцину от коронавируса* (Развертывание / Прямая номинация).

Парадоксальный компонент мема может быть обеспечен визуальными средствами. Например:

<https://www.ukrinform.ru/rubric-culture/2909780-posle-tretego-protirania-ajfona-spiritom-siri-poprosila-sala-s-hlebom-memy-pro-koronavirus.html>



Від постійного миття рук, найшов шпаргалку за 1987 рік.

Рис. 8

<https://opentv.media/veselaya-samoizolyatsiya-top-20-shutok-i-prikolov-pro-koronavirus-v-ukraine-foto>

Вторая неделя карантина с мужем. Решила ему что-нибудь связать



Рис. 9

[https://pikabu.ru/story/distantionnoe\\_obuchenie\\_7481816](https://pikabu.ru/story/distantionnoe_obuchenie_7481816)

Будни дистанционного обучения



Рис. 10

- (51) 4.3. Мытье рук, дезинфекция. *Від постійного миття рук знайшов шпаргалку за 1987 рік* (Фото руки с написанной на ней шпаргалкой) (Развертывание / Прямая номинация) – Рис. 8.
- (52) 5.5. Семья. *Вторая неделя карантина с мужем. Решила ему что-нибудь связать* (Фото женщины, вяжущей спицами петлю для повешенья (Наращивание / Метонимия) – Рис. 9.
- (53) 5.8. Дистанционная учеба. *Будни дистанционного обучения.* (Фото статуи Давида работы Микеланджело) *Содержание дистанционной лекции.* (Фото вертикально стоящего прямоугольного камня с половыми признаками) *То, что запомнили студенты.* (Наращивание / Прямая номинация) – рис. 10.

#### Абсурдизация

- (54) 3.2. Боязнь болезни. *В метро. “Кхе-кхе-кхе” – “Мужчина, вы кашляете, у вас коронавирус!!” – “Спокойно! У меня открытая форма туберкулеза!” – “Фух. Слава Богу.”* (Сталкивание / Прямая номинация)
- (55) 3.2. Боязнь болезни. *В банк зашли двое в масках – началась паника. Потом выяснилось, что это ограбление. Все сразу успокоились.* (Сталкивание / Прямая номинация)
- (56) 5.3. Ограничение на выход из дома. (Фото двух милиционеров, один из которых целится из пистолета) *Один милиционер другому: “Не стреляй. Он вроде за хлебом”* (Развертывание / Прямая номинация)
- (57) 5.4.1. Самоизоляция. *Где вы планируете провести это лето? – В июне-июле будем дома, а в августе хотим пойти в магазин.*

Абсурдизация поддерживается также визуальными средствами:

Рис. 11



<https://www.056.ua/news/2701528/i-smeh-i-slezy-top-25-memov-pro-koronavirus-i-karantin-ot-dnepran>



Рис. 12

<https://ukranews.com/news/690875-koronavirus-v-memah-shutkah-i-prikolah-pomogaet-perezhit-karantin>

Эксперты рекомендуют придерживаться привычных ежедневных ритуалов, даже если вам приходится работать из дома.



Рис. 13

- (58) Лекарство. Вакцина. Ученые нашли лекарство от коронавируса, но не могут его открыть (Фото баночки с вьетнамским бальзамом). (Развертывание / Многозначная форма слова) – Рис. 11.
- (59) 4.5. Маски, костюмы. Фото правоохранителей в масках, которые стоят над лежащими на земле задержанными). Правоохранитель: “Лежать!” Задержанный: “Мужики, где вы маски покупали?” (Развертывание / Прямая номинация) – Рис. 12.
- (60) 5.7. Дистанционная работа. Фото одетого человека, держащегося в ванной комнате за трубу, на которой висит штора. Человек в наушниках, прикрепленных к телефону, в который он смотрит) Эксперты рекомендуют придерживаться привычных ежедневных ритуалов, даже если вам приходится работать из дома (Развертывание / Прямая номинация) – Рис. 13.

Гиперболизация, парадоксализация и абсурдизация используются создателями мемов в разной мере (см. таблицу 4). Парадоксализация преобладает.

Таблица 4

**Нарративный концепт КОРОНАВИРУС в интернет-мемах:  
смеховые техники:**

Тематические домены: кол-во мемов / Техники	ВИРУС	БОЛЬНЫЕ	ЗДОРОВЫЕ	ПРОФИ-ЛАКТИКА	КАРАНТИН	ВСЕГО
Гиперболизация	1	1	11	6	19	38
Парадоксализация	14	2	21	25	54	116
Абсурдизация	1	3	7	1	10	22
ВСЕГО	16	6	39	32	83	176

Несмотря на то, что среди мемов есть более и менее ‘смешные’, сказать наверняка, чем это обусловлено, довольно сложно. По линии содержания мем может быть сделан более смешным посредством введения в него какого-то неожиданного преувеличенного, парадоксального или абсурдного элемента, который специфицирует информацию или о самой целевой сущности (при наращивании), или о ее конгруэнтном / неконгруэнтном контексте (при развертывании), или же об иных сущностях, с которыми можно объединить данную (при связывании). В то же время, успеху мема может сопутствовать и его семиотическая компонента – удачная метонимия, аналогия или метафора, особенно если таковые имеют визуальное подкрепление в картинках или фото, также имеющих собственную смеховую семиотику.

Наблюдения, касающиеся репрезентации коронавируса как целевого концепта являются в определенной степени действительными и при его рассмотрении как коррелята, используемого для описания иных сущностей, не связанных с коронавирусом как таковым.

#### **3.4. КОРОНАВИРУС как коррелятивный концепт**

В 24 выявленных нами примерах использования темы коронавируса как коррелята фигурируют определенные тематические сегменты нарративного концепта. Это 1.1. Вирус как таковой (4 мема), 1.3. Страны (2 мема), 1.4. Пандемия (1 мем), 2.1. Болезнь. Симптомы (3 мема), 2.2. (Пребывание в больнице (1 мем), 3.2. Боязнь болезни (4 мема), 3.3. Паника. Дефицит товаров (2 мема), 4.1. Тесты (1 мем), 4.3. Мытье рук, дезинфекция (2 мема), 4.5. Маски, костюмы (2 мема), 5.4.1. Самоизоляция (2 мема). Эти понятия могут быть систематизированы с учетом тех категорий референтных объектов, на которые они проецируются. К таковым можно отнести власть, бомонд, семью, инструмент манипуляции, новые привычки, новое оружие и год 2020.

Наиболее репрезентативным референтным доменом является ВЛАСТЬ, имеющая семичленный диапазон понятий, проецируемых на этот домен. В корпусе данных власть представлена прежде всего конкретным лицом – мэром Киева Виталием Кличко, известным своим активным вкладом в организацию карантина. С этим связано его мемовое прозвище – *Квентин Карантино* (по аналогии с формой имени известного американского кинорежиссера Квентина Тарантино). С Виталием Кличко связаны также три другие мема, использующие вторичную номинацию с привлечением многозначного слова:

- (61) 1.1. Вирус как таковой. (Фото: Разговор В. Кличко с А. Меркель). А. Меркель: *“Весь мир боится коронавируса”. Кличко: “А я не боюсь. У меня Касперский стоит”.*
- (62) 4.1. Тесты. В. Кличко: *Мы закупили тесты на коронавирус. Вопросы не сложные.*
- (63) 5.4.1. Самоизоляция. *Алло! А можно заказать 100 мотков изолянта? – Мужчина, зачем вам столько? – Мне для самоизоляции. – Виталий Кличко, это вы?*

В мемах о коронавирусе объектом подтрунивания становится также правительство Эстонии, жители которой традиционно считаются медлительными, и в этот раз также “запоздавшими” с карантином, перенесенным с более ранней болезни на нынешнюю:

- (64) 1.3. Страны. *Эстония объявила карантин из-за свиного гриппа.*

В мемах о власти ирония может сменять сарказм, связанный с недовольством властью и стремлением поменять правителей:

- (65) 2.1. Болезнь. Симптомы. *Ищу больного китайца, который чихнет в парламенте... Высокое вознаграждение гарантирую...*

- (66) 1.4. Пандемия. *Говорят, ацтеки и инки жертвовали своих вождей в качестве подношения богам во время эпидемий. Ни на что не намекаю, просто красивый обычай...*

К референтному домену власти примыкает домен БОМОНД с одночленным коррелятивным диапазоном, включающим название вируса, с формой которого – словами *корона* и *вирус* – и осуществляется метафорическая игра:

- (67) 1.1. Вирус как таковой. *Коронавирус в России* (фото Киркорова, Баскова, Зверева и Галкина в короне).

Референтный домен СЕМЬЯ обнаруживает трехчленный коррелятивный диапазон, где один из связанных с коронавирусом концептов проецируется на понятие “жена”, а два других – на понятие “муж”:

- (68) 1.3. Страны. *Если жена вела себя плохо, ее отправляют в Милан.*  
 (69) 4.5. Маски, костюмы. *Перша смерть від коронавірусу в Україні. Муж прийшов додому не в тій масці* (Фото мужчины в маске из кружевных женских трусиков).  
 (70) 4.5. Маски, костюмы. (Фото мужчины в перчатках, который работает за компьютером. Поверх перчаток одето обручальное кольцо). *Когда боишься жену больше, чем вируса.*

Достаточно разветвленный – шестичленный – коррелятивный спектр имеет референтный домен ИНСТРУМЕНТ МАНИПУЛЯЦИИ, где в качестве такого инструмента используется для запугивания окружающих симуляция симптомов болезни (пример 71), не всегда воспринимаемая за чистую монету (72), симуляция заболевания, требующего якобы госпитализации (73), а также симуляция самоизоляции с приятелями в гараже как оправдание перед супругой (74):

- (71) 3.2. Боязнь болезни. *Остановит ГАИ, спросит: “Пили?” Отвечайте: “Да, вчера с китайцами. Дыхнуть?”*  
 (72) 3.2. Боязнь болезни. *Пошел в магазин. Очередь в кассу огромная. Громко чихнул и произнес: “Долбаный Ухань, зачем я только жрал этих крыс?” “Становись в очередь”, ответили из очереди. – “Мы все из Ухани”.*  
 (73) 2.2. Пребывание в больнице. *Всего за \$ 1000 мы приезжаем к вам на работу в спецкостюмах, на глазах у шефа увозим вас на автомобиле скорой помощи с диагнозом подозрение на коронавирус. В стоимость услуги входит 2-х недельное проживание в охотничьем домике на берегу озера, прокат снаряжения, охота, рыбалка, егерское обслуживание.*  
 (74) 5.4.1. Самоизоляция. *Ты сволочь!! Где ты две недели пропадаешь? – Дорогая, не поверишь. Степаныч чихнул, так мы у него в гараже на карантине были.*

Привычки, выработавшиеся во время карантина, вызывают ассоциацию с НОВЫМИ ПРИВЫЧКАМИ, которые может приобрести общество. Соответствующий референтный домен имеет четырехчленный коррелятивный спектр, где дважды упоминается мытье рук, акцентируется важность туалетной бумаги, а также польза дефицита для проверки качества товара:

- (75) 4.3. Мытье рук, дезинфекция. *Всем, кто жалуется на то, что вкус шаурмы изменился: это потому, что работники теперь моют руки. Просьба отнестись с пониманием, скоро все вернется на свои места.*
- (76) 4.3. Мытье рук, дезинфекция. *Так, ну руки мыть научились. Нужен еще какой-то вирус, чтобы включить поворотники.*
- (77) 3.3. Паника. Дефицит товаров. *“В любой непонятной ситуации покупайте туалетную бумагу” (Конфуций).*
- (78) 3.3. Паника. Дефицит товаров. *Сейчас самое время, чтобы поехать в супермаркет и узнать, какие макароны и гречку не разобрали. Какая марка настолько мразотная, что ее не берут даже под страхом смерти.*

Мемы рассматривают коронавирус как НОВОЕ ОРУЖИЕ (пример 79) и предлагают удалить из сети программу ГОД 2020 как инфицированную:

- (79) 2.1. Болезнь. Симптомы. *Если человек с коронавирусом надует шарик и лопнет его в толпе, это будет считаться терактом?*
- (80) 1.1. Вирус как таковой. *А можна видалити 2020 рік і встановити заново? Це версія з вірусом.*

Анализ фактического материала может быть обобщён в ряде выводов и заключений.

#### **4. Заключительное обсуждение**

Как верно отметил М. Минский, “Шутки на самом деле не являются такой уж смешной вещью, – они отражают стремление человека к разумности, достижение которой связано с подавлением абсурда” (Minsky, 1984, p. 179). Эти слова абсолютно справедливы для сложившейся в мире ситуации, когда благополучный, размеренный и налаженный уклад жизни общества был разрушен коронавирусом, абсурд появления и стремительного распространения которого проявился на фоне всеобщей веры в могущество современной медицины. Пандемия коронавируса как событие в физическом мире дала “вулканический” по своей мощности выброс информационных продуктов – профессиональных (медицинских), институциональных (регулятивных), медийных (интерпретативных) и пр. Среди таких информационных продуктов особое место занимают шутки обо всем, что связано с коронавирусом. В своей массе они конституируют ‘метатекст / метанарратив’ со своими собственными персонажами: коронавирусом, больными, врачами и теми, кто старается избежать болезни, выполняя все строгие нормы карантина, последствия которого невозможно предсказать наверняка. И по своему содержанию, и по своей коммуникативной направленности такой ‘метанарратив’ необычен: используя юмор, он иронизирует над неожиданными трудностями, которые переживает социум, и стремится смягчить остроту их психологического восприятия. В этом плане шутки о коронавирусе по их коммуникативной направленности можно совокупно отнести к разговорным (неконвенциализованным) эмоциям, направленным на поддержку адресата и апеллирующим к его ‘разумности’, способной справиться с абсурдом происходящего.

В начале статьи ее цели и задачи были сформулированы в форме нескольких вопросов, суть которых была такова: (а) что собой представляет общее информационное пространство, портретируемое массивом украино- и русскоязычных интернет-мемов о коронавирусе; (б) как формируется содержание конкретного мема, интегрируемого в это общее информационное пространство; (в) как содержание конкретного мема облекается в знаковую форму – вербальную или вербально-пикторальную и (г) почему мем смешной (или, по крайней мере, задуман как смешной). Такое исследование интернет-мемов, обращенное не к их коммуникативной функции, а к их когнитивно-семиотической природе, отвечает

направленности лингвокогнитивных студий, где в равной мере важны и понимание информационной специфики образа, существующего в человеческом сознании, и понимание того, какими знаковыми средствами этот образ создается, дабы быть успешно ретранслированным в социальной среде. В данной статье предложены возможные ответы на все эти вопросы. При этом релевантность соответствующих теоретических постулатов была проиллюстрирована соответствующим анализом эмпирических данных.

Систематизация содержания 200 интернет-мемов позволила реконструировать нарративный концепт КОРОНАВИРУС как коллективный образ, присутствующий в сознании пользователей сети. Из пяти направлений темы КОРОНАВИРУС (вирус, больные, здоровые, профилактика болезни и карантин, каждое из которых получает дальнейшее тематическое разветвление) создателям мемов, судя по количеству таковых, наибольший дискомфорт причиняет карантин, особенно самоизоляция. Прочими направлениями, акцентированными выше среднего, становятся паника и дефицит товаров, защитные маски и костюмы, боязнь болезни и ограничение на выход из дома. Совокупный нарративный концепт, полученный в результате упорядочивания содержания всех проанализированных мемов, есть конструкт – образ, существующий в коллективном сознании украинско- и русскоязычных авторов мемов. Не исключено, что аналогичный нарративный концепт, реконструированный на основе анализа англоязычных интернет-мемов (или же мемов на каком-либо другом языке) даст несколько иную картину, обнаруживающую вариативность как в тематических сегментах нарративного концепта (таких сегментов может быть больше и меньше), так и в акцентированности этих сегментов (количество обозначающих их мемов может быть больше или меньше). Тем самым компаративный анализ, осуществленный по разработанной методике, может обнаружить межкультурные различия в идиоэтнических картинах мира.

Конкретный интернет-мем, являющийся одним из знаков нарративного концепта КОРОНАВИРУС, как и всякий знак, имеет значение и форму. Значение мема – его содержание, вписывающееся в качестве составляющей в информационное пространство нарративного концепта КОРОНАВИРУС, – формируется наращиванием, развертыванием, сталкиванием и связыванием информации. В исследованном корпусе данных выявлено доминирование наращивания и развертывания информации. Возможно, корпус аналогичных данных на иных языках выявит иные приоритеты. Значение интернет-мема облекается в семиотическую форму – вербальную или вербально-пикторальную. Семиотическая форма может быть прямой, если при означивании не привлекаются дополнительные сущности, отсылающие к информации за пределами данной. Таких форм в корпусе материала выявилось две трети. В одной трети семиотических форм интернет-мемов была использована переносная номинация, основанная на использовании внутренней формы знака как фрагмента его значения (выявлены метонимия, аналогия и метафора), на использовании внешней формы знака (многозначного слова, жанровой формы, прецедентных произведений литературы и кино) и на использовании внутренней и внешней формы знака в комплексе (в частности, привлечение метафорического значения многозначного слова). Разработанная в статье методика анализа интернет-мемов как знаковых форм позволяет использовать ее в компаративных студиях, а также в исследованиях мемов другой тематики.

Смеховой эффект как необходимая составляющая мема в исследованном материале касался только его информационного аспекта: гиперболизация, парадоксализация и абсурдизация рассматривались как элементы, интегрируемые в наращивание, развертывание, сталкивание и связывание информации, присутствующей в значении мема. В корпусе данных доминировала парадоксализация. При этом связь смеховых техник с когнитивными подробно не рассматривалась. В то же время, учитывая мультимедийную природу мема, нельзя сказать, что смеховой эффект обладает локализованностью, ибо к когнитивно-иницированным смеховым техникам может быть добавлена визуализация,

обладающая своим набором средств смехопорождения. Тем самым вопрос о том, что делает мем смешным остается, по сути, открытым: смешным его делает создатель, виртуозно владеющий когнитивными и семиотическими (вербальными и визуальными) техниками порождения знака.

Тема коронавируса, став резонансной, стала также и прецедентной – используемой для описания иных аспектов социального бытия – власти, семьи, социальных манипуляций и новых общественных привычек, появившихся в 2020, чья информационная версия оказалась с вирусом, который, однако, заслуживает изучения. И не только в медицинском и социальном планах, но и в планах лингвокогнитивном и лингвoseмиотическом.

## ЛИТЕРАТУРА

- Brodie, R. (1996). *Virus of the mind: the new science of the meme*. New York: Hay House Inc.
- Comte-Sponville, A. (2001). *Dictionnaire philosophique*. Paris: Presses universitaires de France.
- Fauconnier, G., & Turner, M. (2002). *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basic Books.
- Fillmore, Ch. (1982). Frame semantics. In The Linguistic Society of Korea (Ed.). *Linguistics in the Morning Calm* (pp. 111-137). Seoul: Hanshin Publishing Co.
- Herman, D. (2009). *Basic elements of narrative*. Malden MA: Wiley-Blackwell. Retrieved from <https://download.e-bookshelf.de/download/0000/5988/06/L-G-0000598806-0002339491.pdf>
- Herrmann, R. K. (2013). Perceptions and image theory in international relations. In L. Huddy, D. O. Sears, & J. S. Levy (Eds). *The Oxford handbook of political psychology* (p. 334–363). Oxford University Press.
- Kovecses, Z. (2002). *Metaphor: A practical introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Kulikov, L.V. (2009). *Predislovie k russkomu izdaniyu. Martin R. Psikhologiya yumora: per. s angl. pod red. L.V. Kulikova* [Preface to the Russian edition. Martin R. Psychology of humor: transl. from English / L.V. Kulikov (Ed.)] (pp. 11-14). SPb: Piter.
- Langacker, R.W. (2008). *Cognitive grammar: a basic introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Mann, W. C., & Thompson, S. A. (1988) 'Rhetorical structure theory: Towards a functional theory of text organization'. *Text*, 8, 243-281.
- Martin, R.A. (2007). *The psychology of humor: an integrative approach*. Amsterdam: Elsevier Academic Press.
- Martynyuk, A. P. (2007). Kognitivnye mekhanizmy sozdaniya smekhovogo effekta v angloyazychnom anecdote [Cognitive mechanisms for creating a laughable effect in an English-language joke]. *Kul'tura narodov prichernomor'ya*, 110 (2), 22–24.
- Mineau, G. (2000). The engineering of a CG-based system: fundamental issues. In B. Ganter & G. W. Mineau (Ed.). *Conceptual structures: logical, linguistic, and computational issues* (pp. 140–56). Berlin: Springer Verlag.
- Minsky, M. (1984). Jokes and the logic of the cognitive unconscious. In L.Vaina, & J. Hintikka (Eds). *Cognitive constraints on communication*. Dordrecht: Springer., 175-200. doi [https://doi.org/10.1007/978-94-010-9188-6\\_10](https://doi.org/10.1007/978-94-010-9188-6_10)
- Ozhegov, S. I. (1983). *Slovar' russkogo yazyka / pod red. N.Yu. Shvedovoy* [Russian dictionary / N. Shvedova (Ed.)]. M.: Russkiy yazyk.
- Rushkoff, D. (1996). *Media virus! Hidden agendas in popular culture*. New York: Ballantine Books.
- Ryan, M. L., & Thon, J.-N. (2014). Storyworlds across media: Introduction. In M.-L. Ryan, & J.-N. Thon (Eds). *Storyworlds across media: toward a media-conscious narratology* (pp. 1–24). Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- Sowa, J. F. (2001). *Building, sharing, and merging ontologies*. Retrieved from <http://www.jfsowa.com/ontology/ontoshar.htm>
- Zhabotynskaya, S. A. (2013). Imya kak tekst: kontseptual'naya set' leksicheskogo znacheniya (analiz imeni emotsii) [The name as a text: a conceptual network of lexical meaning (analysis

- of the name of emotion)]. *Cognition, communication, discourse*, 6, 47–76. doi: <https://doi.org/10.26565/2218-2926-2013-06-04> (in Russian)
- Zhabotynskaya, S.A. (2017). Narrativnye politicheskie kontsepty: metodika lingvokognitivnogo analiza [Narrative political concepts: methods of cognitive linguistic analysis]. *Kontsepty i kontrasty: monografiya* / N.V. Petlyuchenko (Ed.). Odessa: Izdatel'skiy dom "Gel'vetika", 30-40 (in Russian)
- Zhabotynskaya S. A. (2018). Generativizm, kognitivizm i semantika lingval'nykh setey [Generative linguistics, Cognitive linguistics, and Semantics of Lingual Networks]. *Doctrina multiplex, veritas una. Uchen` bagato, isty`na odna*: Kyiv: Ky`yiv, un-t im. B. Grinchenka. 99–141 (in Russian)
- Zhabotynska, S., & Velivchenko, V. (2019) New media and strategic narratives: the Dutch referendum on Ukraine – EU Association Agreement in Ukrainian and Russian Internet blogs. *European Security*, 28(3), 360–381. doi: <https://doi.org/10.1080/09662839.2019.1648253>
- Zhabotynska, S., & Slyvka, N. (2020). Emotive speech acts and their discourse modifications in the literary text. *Discourse and Interaction*. 13(1), 113– 36. doi <https://doi.org/10.5817/DI2020-1-113>

### ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ

**Мему о koronaviruse [Memes about coronavirus]**. Retrieved from

[https://www.google.com.ua/search?q=%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D1%8B+%D0%BF%D1%80%D0%BE+%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%83%D1%81&hl=ru-ua&tbm=isch&tbs=rimg:CQmDOrOMIG1ZImDyMtGTrDVCTPzkeZLmrWT5IbbSLq\\_120AfpycgdofbfaKSDh6RAsY\\_105jyNmopmFoJfMP\\_15aiM7uY1zD7cowPJRjZ0SvxpvpvXsirqjHHEdHe59tLxLL\\_1c\\_12mzSNwZkmagqEgnyMtGTrDVCTBHF9WcXrKIWS0SCfzkeZLmrWT5ETLWoJg8TbQtKhIJbbSLq\\_120AcRiUXym3pj4qAqEgnpycgdofbfaBElh4VZWdhNESoSCaSDh6RAsY\\_10EeayPEXRYcBgKhIJ5jyNmopmFolRjwxqzyrUVcMqEglfMP\\_15aiM7uREZYpNdY5fMEioSCY1zD7cowPJREWkNcGr0A2k9KhIJZ0SvxpvpvURjF9U2YSsiZoqEgnsirqjHHEdHRGsxnztreKe4ioSCe59tLxLL\\_1c\\_1EXBLR\\_1FUbwwNKhIJ2mzSNwZkmagRVBQkt\\_1M8dPth\\_1uCeRHMf1Ts&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiI0rz\\_z9npAhVK-yoKHWMI1BagQuIBegQIARA6&biw=1366&bih=576&dpr=1](https://www.google.com.ua/search?q=%D0%BC%D0%B5%D0%BC%D1%8B+%D0%BF%D1%80%D0%BE+%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%80%D1%83%D1%81&hl=ru-ua&tbm=isch&tbs=rimg:CQmDOrOMIG1ZImDyMtGTrDVCTPzkeZLmrWT5IbbSLq_120AfpycgdofbfaKSDh6RAsY_105jyNmopmFoJfMP_15aiM7uY1zD7cowPJRjZ0SvxpvpvXsirqjHHEdHe59tLxLL_1c_12mzSNwZkmagqEgnyMtGTrDVCTBHF9WcXrKIWS0SCfzkeZLmrWT5ETLWoJg8TbQtKhIJbbSLq_120AcRiUXym3pj4qAqEgnpycgdofbfaBElh4VZWdhNESoSCaSDh6RAsY_10EeayPEXRYcBgKhIJ5jyNmopmFolRjwxqzyrUVcMqEglfMP_15aiM7uREZYpNdY5fMEioSCY1zD7cowPJREWkNcGr0A2k9KhIJZ0SvxpvpvURjF9U2YSsiZoqEgnsirqjHHEdHRGsxnztreKe4ioSCe59tLxLL_1c_1EXBLR_1FUbwwNKhIJ2mzSNwZkmagRVBQkt_1M8dPth_1uCeRHMf1Ts&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwiI0rz_z9npAhVK-yoKHWMI1BagQuIBegQIARA6&biw=1366&bih=576&dpr=1)

**Zhabotynska Svitlana** – Doctor of Linguistics, Professor, Bohdan Khmel'nitsky National University of Cherkasy (81 Shevchenko Blvd., Cherkasy 18031, Ukraine); e-mail: [saz9@ukr.net](mailto:saz9@ukr.net); ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9841-6335>

**Жаботинська Світлана Анатоліївна** – доктор філологічних наук, професор, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького (Бульвар Шевченка, 81, Черкаси, 18031, Україна); e-mail: [saz9@ukr.net](mailto:saz9@ukr.net); ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9841-6335>

**Жаботинская Светлана Анатольевна** – доктор филологических наук, профессор, Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого (Бульвар Шевченко, 81, Черкасы, 18032, Украина); e-mail: [saz9@ukr.net](mailto:saz9@ukr.net); ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9841-6335>