

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯиПЛ  
\_\_\_\_\_ А.В. Колмогорова  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
**ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ  
КОМПОНЕНТОВ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ МЕМА**

Выпускник

Е.А. Беркетова

Научный руководитель

канд. филол. наук, доц. каф.  
РЯиПЛ Е.Ч. Дахалаева

Нормоконтролер

В.В. Ефимова

Красноярск 2021

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>5</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ К ИЗУЧЕНИЮ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ РЕЧЕВОГО ЖАНРА МЕМА .....</b>	<b>6</b>
1.1. Понятие креолизованного, семиотически осложненного, поликодового, мультимодального, вербально-визуального, видеовербального текста .....	6
1.2. Классификации креолизованных текстов .....	12
1.3. Интернет-мем как речевой жанр .....	17
1.3.1. Понятие речевой жанр .....	17
1.3.2. Сущность понятия мем .....	18
1.4. Отличительные особенности речевых жанровых форм карикатура, демотиватор, шарж, мем, эдвайсы, комикс .....	26
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....</b>	<b>33</b>
<b>ГЛАВА 2. СООТНОШЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТОВ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ МЕМА.....</b>	<b>35</b>
2.1. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в бытовом меме .....	36
2.2. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в политическом меме .....	41
2.3. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в социальном меме .....	44
2.4. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в экологическом меме .....	48
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>56</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>59</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>65</b>
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА .....</b>	<b>70</b>

## ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день интернет прочно вошел в повседневную жизнь современного человека. Появившиеся в конце XX века технологии внесли неоценимый вклад в улучшение процесса коммуникации. На сегодняшний день мы имеем возможность общаться, невзирая на пространство и время, мгновенно получать информацию, создавать ее и распространять по всему миру. Современное коммуникативное пространство интернета характеризуется появлением множества жанров, многие из которых являются продолжением существовавших ранее «аналоговых» жанровых форм. Одним из новых стилей и направлений онлайн-искусства являются интернет-мемы, пользующиеся невероятной популярностью не только среди молодого, но и старшего поколения. Для того чтобы попасть в зону межличностной коммуникации, стать обсуждаемым и передаваемым, интернет-мем должен обладать определенными языковыми и внеязыковыми критериями.

**Актуальность** выбранной темы обусловлена интересом к мему как новому жанру, а также существенным количеством лингвистических работ по изучению особенностей взаимодействия вербальных и невербальных компонентов речевого жанра мема в современном французском языке.

**Степень разработанности проблемы** проявления вербальных и невербальных компонентов речевого жанра мема достаточно высока, однако, наблюдается недостаточная изученность их взаимодействия.

**Цель исследования** – выявить специфику взаимодействия вербальных и невербальных компонентов мема на материале современного французского языка.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие **задачи**:

1) выявить специфику понятий креолизованный, семиотически усложненный, поликодовый, мультимодальный, вербально-визуальный, видеовербальный текст в лингвистических исследованиях;

2) рассмотреть существующие классификации креолизованных текстов;

3) проанализировать понятия речевой жанр и мем;

4) выявить сходства и отличительные особенности жанровых форм карикатура, демотиватор, шарж, мем, эдвайсы и комикс;

5) проанализировать взаимодействие вербальных и невербальных компонентов мема.

**Объектом** исследования является речевой жанр мема в современном французском языке.

**Предметом** исследования является корреляция вербальных и невербальных компонентов в структуре интернет-мема в современном французском языке.

**Материалом** исследования являются 294 интернет-мема в современном французском языке, отражающие события с 2018 по 2021 гг.

**Теоретической базой** исследования являются работы современных лингвистов по креолизованным и поликодовым текстам, лингвистике текста, речевому жанру, истории возникновения феномена мем, а также особенностям таких жанровых форм, как карикатура, демотиватор, шарж, эдвайс, комикс (работы Е.Е. Анисимовой, М.Б. Ворошиловой, А.Г. Сониной, Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова, А.А. Бернацкой, Е.В. Сидоровой, Л.В. Головиной, М.Ю. Лебедевой, Л.В. Дубовицкой, Ю.В. Щуриной, О.В. Поймановой, А.А. Мусохрановой, О.А. Крапивкиной, А.О. Загоруйко, М.А. Ефремовой).

**Методы исследования:**

1) мультимодальный анализ;

2) контекстуальный анализ;

3) описательный метод.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования его результатов при изучении особенностей взаимодействия

вербальных и невербальных компонентов интернет-мема, а также для написания курсовых и выпускных квалификационных работ.

**Новизна** работы заключается в том, что на сегодняшний день взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в речевом жанре мема на материале французского языка недостаточно изучена.

Работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, списка использованной литературы и списка источников иллюстративного материала.

Во введении обосновывается актуальность, формулируются предмет, объект, цель, задачи и практическая значимость работы.

Первая глава посвящена теоретическому изучению понятий речевой жанр и мем. Анализируются термины, описывающие взаимодействие языковых и неязыковых компонентов, такие как креолизованный, поликодовый, семиотически осложненный, мультимодальный и др. Рассматриваются классификации креолизованных текстов. Также определяется сущность понятий речевых жанровых форм карикатура, демотиватор, шарж, мем, эдвайсы и комикс.

Во второй главе проводится подробный анализ взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в речевом жанре мема.

В заключении обобщаются результаты проведенного анализа и формулируются выводы по проделанной работе.

Список использованных источников включает наименования и охватывает труды российских и зарубежных лингвистов, послуживших теоретической основой для данного исследования.

**Апробация работы.** Результаты исследования были представлены на Форуме языков и культур, проводимом ИФиЯК СФУ с 27 по 30 мая 2021 г. (секция Филологическая JUVENILIA).

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ К ИЗУЧЕНИЮ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ РЕЧЕВОГО ЖАНРА МЕМА

1.1. Понятие креолизованного, семиотически осложненного, поликодового, мультимодального, вербально-визуального, видеовербального текста

В начале XXI века круг исследуемых явлений современной науки существенно расширился. Обусловлено это появлением новых средств передачи и восприятия информации. Теперь язык изучается с разных сторон, особенно в его связи с другими семиотическими системами [Кубрякова, 1985].

А.А. Бернацкая утверждает, что «этот синтезирующий виток в диалектической спирали истории науки о языке был предопределенно неизбежен. Он связан с обращением лингвистики к проблеме коммуникации в полном объеме, что и предполагает синтез языковых средств общения с неязыковыми, исследование их организации в едином процессе и тексте как его результате» [Бернацкая, 2000: 50].

На сегодняшний день наблюдается новая тенденция: изучение текстов, который включают в себя несколько семиотических систем, именно поэтому терминологические обозначения в данной области не являются общепринятыми. В русистике наиболее употребляемый термин «поликодовый» уступает свое место термину «креолизованный». В зарубежной лингвистике доминирующим является термин «мультимодальный текст». Стоит также отметить, что в ходе исследования нам встречались такие понятия как семиотически осложненный, вербально-визуальный, видеовербальный.

А.А. Реформатский писал, что, несмотря на то, что подобные тексты не подвергались исследованию на протяжении длительного времени,

изображение должно быть изучено лингвистами, так как оно является структурным компонентом высказывания [Реформатский, 1933]. Однако обилие терминов, обозначающих смешанные тексты, позволяет понять востребованность рассматриваемого явления в качестве объекта изучения. Предлагаем разобраться в сущности каждого из вышеназванных терминов.

Ю.А. Сорокин и Е.Ф. Тарасов считают, что креолизованный текст представляет собой «текст, фактура которого состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой / речевой) и невербальной (принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык)» [Сорокин, Тарасов, 1990: 180–181].

В лингвистике термин «креолизация» не является новым, им именуют процесс формирования языка, в основе которого лежит более упрощенный язык, т.е. пиджин. Подобные языки часто являются синонимами к термину смешанные языки, поскольку они заимствуют грамматику одного языка, а словарную составляющую другого [Чернявская, 2006].

Отметим, что другие знаковые системы (цветообозначения, изображения, эмодзи, нотные знаки и пр.), помимо естественного языка, также являются языками. И.Л. Пересторонина и Е.С. Панькова утверждают, что в лингвистических исследованиях термин «креолизованный» обозначает семиотический текст, который состоит из знаков естественного языка и знаков других языков [Пересторонина, Панькова, 2012].

По мнению Е.В. Тумаковой, креолизованный текст – текст, структура которого представляет собой синтез вербальной части и знаков других систем (невербальных, неязыковых) [Тумакова, 2016].

Языковые и невербальные элементы образуют единое визуальное, структурное, смысловое и функциональное целое. Креолизованный текст представляет собой совокупность словесных и иконических элементов текста, таких как иллюстрации, рисунок, схемы, таблицы, формулы. Данный комплекс облегчает восприятие текста реципиентом. Стоит также отметить,

что функциональная предназначенность и коммуникативная задача креолизованного текста зависит от иконических компонентов.

Наиболее существенной частью креолизованного текста является изображение, потому что оно несет дополнительную функциональную нагрузку. В зависимости от типа креолизованного текста изображение, помимо общих функций, также выполняет специфические, характерные для определенного вида коммуникации.

Е.Е. Анисимова относит к креолизованным текстам иллюстрированные художественные тексты, тексты-инструкции, тексты рекламы, комиксы и плакаты, для которых характерно разное сочетание и соотношение вербальных и невербальных компонентов [Анисимова, 2003].

Как отмечает Е.А. Елина, креолизованные тексты могут рассматриваться как сложные семиотические образования, построенные на основе знаковой системы естественного человеческого языка и любой другой знаковой системы [Елина, 2009].

Таким образом, проанализировав представленные интерпретации данного термина, можно сделать следующий вывод: исследователи сходятся во мнении, что доминантным паралингвистическим средством в креолизованном тексте являются иконический компонент, взаимодействующие с вербальным сообщением. Также ученые выделяют следующие значимые характеристики креолизованного текста: сложная форма, сочетание единиц разных семиотических систем, отношения взаимодополнения и комплексное воздействие на адресата.

О.В. Пойманова предлагает использовать для обозначения вербально-изобразительных письменных текстов слово «видеовербальный». Под этим понятием принято считать любое сочетание зрительных «икон» и языковых знаков. Можно заметить, что данное определение значительно совпадает с описанием креолизованного текста [Пойманова, 1997].

Рассмотрим значение других терминов. Многие ученые полагают, что термин семиотически осложненный или поликодовый обозначает родовое



понятие негомогенных текстов, которые состоят из разных знаковых систем. При этом каждая его составляющая не может быть удалена или замещена, так как они имеют одинаковое значение при формировании смысла и его декодировании [Бернацкая, 2000].

Согласно Е.А. Жигаревой, семиотически осложненный текст – это целостная семиотическая система, в которой смысл передается с помощью синтеза знаков разных семиотических систем. Таким образом, можно предположить, что креолизованный текст является разновидностью семиотически осложненных текстов [Жигарева, 2009]. Также стоит отметить, что компоненты семиотически осложненного текста могут находиться в разных отношениях.

Г.В. Ейгер и В.Л. Юхт полагают, что поликодовый текст представляет собой любое сочетание естественного языка с кодом иной семиотической системы (изображение, музыка) [Ейгер, Юхт, 1974].

В свою очередь А.Г. Сонин определяет поликодовый текст как соединение вербального текста в устной или письменной форме, изображения и знаков другой природы в едином графическом пространстве [Сонин, 2005].

Т.Г. Орлова разработала формулировку поликодового текста – сообщение, закодированное разными семиотическими системами: вербальными и невербальными, которые образуют единую структурную составляющую, как в плане содержания, так и в плане выражения [Орлова, 1998]. Стоит отметить, что данное определение во многом схоже с определением креолизованного текста.

Поликодовый текст является в том случае, если он паралингвистически активный, т.е. все части содержат информации. Так, например, публикация с вербально-фотографическим единством является поликодовым текстом, где оба компонента образуют одно визуальное, смысловое и функциональное

целое, обеспечивающее его комплексное прагматическое воздействие на адресата [Анисимова, 2003].

На основе вышепредставленной информации В.Е. Чернявская полагает, что поликодовый текст – это текст, в котором невербальные компонент содержит существенную информацию или дополняет по смыслу содержание [Чернявская, 2009].

Однако Г.В. Прокофьев считает, что поликодовый текст включает в себя креолизованный, полимедиальный, мультимедийный, видео-вербальный и другие тексты, в которых помимо вербального компонента задействованы знаки другой природы [Прокофьев, 2013].

Г. Кресс и Т. ван Лиувен впервые разработали и ввели в научный обиход такие понятия как «модальность» и «мультимодальный текст», а также основные положения теории мультимодальности [Kress, van Leeuwen, 2001].

По их мнению, мультимодальность допускает, что представление и содержание высказывания состоят из нескольких взаимозависимых модусов, которые имеют свои собственные конкретные задачи и функции. Так, например, в иллюстрированной книге изображения могут отображать или расширять по смыслу написанную историю, или они могут быть использованы для описания различных аспектов истории, даже для противоречащих письменному тексту [Guijarro, Sanz, 2009].

Также выделяют следующую классификацию мультимодальных текстов:

- 1) бумажные мультимодальные тексты, которые включают книги с картинками, учебники, графические романы, комиксы и плакаты;
- 2) бытовые мультимодальные тексты, например, танец, выступление или устное повествование, в которых смысл передается при помощи комбинации разных модусов, таких как жесты, пространство, звук;

3) цифровые мультимодальные тексты включают фильмы, анимации, слайд-шоу, цифровые плакаты и истории, подкасты, веб-страницы, которые могут содержать гиперссылки [Overview of multimodal literacy, 2020].

Помимо вышепредставленных видов мультимодальных текстов Г. Дженкинс выделяет трансмедийные тексты, в которых история передается с использованием нескольких каналов, через комбинацию медиаплатформ. Например, книги, комиксы, фильмы, журналы, видеоигры, используемые для репрезентации одной и той же истории. Г. Дженкинс утверждает, что трансмедиа – это больше, чем просто несколько медиаплатформ, речь идет о логических отношениях между этими платформами, которые стремятся добавить что-то новое к истории по мере ее перехода от одного носителя к другому, а не просто адаптация или пересказ. С помощью каждого нового носителя информации происходит дальнейшее обеспечение развития сюжета. В то же время каждый элемент является независимым, что способствует автономному использованию продукта [Henry Jenkins, 2011].

Е.В. Сидоров интерпретирует мультимодальный текст как текст, в котором задействованы зрение и слух, с целью представления коммуникативной ситуации. Зачастую подобные аудиовизуальные тексты сопровождаются транскрипциями или аннотациями [Сидорова, 2013].

Данный тип текста передает смысл через комбинацию элементов, которые опираются на несколько семиотических систем. Смысл распределяется по всем модусам, и каждый элемент играет определенную роль в формировании общего смысла текста. Роль языка в подобных текстах различна, не всегда является доминирующей, а только одной частью целого [What What is Multimodal Text (Page 3), б.г.].

В свою очередь М.Ю. Лебедева утверждает, что ошибочно сравнивать мультимодальный (цифровой, мультимедийный) текст с простым текстом, который дополняет рисунок. Его смысловая составляющая обширна и носит изменчивый характер. По своей сущности подобные тексты близки с устной

коммуникацией, поскольку воздействие оказывается не только с помощью разговорной части, но и посредством жестов, мимики, физических особенностей, позы тела. Также, стоит отметить, что в подобных текстах иконический компонент умеет большое значение по сравнению с вербальной частью. К мультимодальным текстам М.Ю. Лебедева относит сайты, презентации, социальные сети, в том числе и мгновенные сообщения [Лебедева, 2016].

Вербально-визуальный текст представляет собой вербальный текст, в котором слово интегрируется с визуальной частью, лежащими в основе невербальных текстов [Жигарева, 2009].

В лингвистике под интернет-мемом понимается особый вид дискурса в интернет коммуникации. На сегодняшний день отсутствует единое терминологическое обозначение для текстов, построенных с использованием вербальных и невербальных компонентов. Интернет-мем можно рассматривать как полимодальный или креолизованный текст, то есть текст, в котором используется несколько каналов передачи информации (вербальный и визуальный). В исследованиях последних лет отмечается, что понятия «поликодовый текст» и «креолизованный текст» имеют много схожих черт, поэтому граница между ними нечеткая. В современном языкознании некоторые исследователи отождествляют вышеназванные виды текстов (Е.Е. Анисимова, Т.Г. Орлова) и используют данные понятия как взаимозаменяемые. Вслед за Е.Е. Анисимовой, Т.Г. Орловой мы будем оперировать терминами «поликодовый текст» и «креолизованный текст» как взаимозаменяемыми, поскольку только они отражают существенные признаки, которые есть в каждом мемов.

## 1.2. Классификации креолизованных текстов

На данный момент единая типология креолизованных текстов отсутствует, поскольку исследователи выделяют разные критерии, лежащие в

основе классификаций. При создании типологий креолизованных текстов разные авторы опирались на отдельные критерии как вербальных, так и невербальных составляющих текста. Рассмотрим каждую классификацию по отдельности.

Обратимся к классификации Л.В. Головиной в основе, которой лежит корреляция буквенного текста и иконического компонента:

- 1) параллельный – текст и рисунок совпадают по содержанию;
- 2) дополняющий – одна из частей рисунка перекрывает вторую;
- 3) интерпретативный – текст и изображение не зависят друг от друга, поскольку они не связаны в содержательном плане [Головина, 1986: 67].

А.А. Бернацкая выделяет три группы текстов по степени креолизации:

- 1) сильная – участвующие системы дополняют друг друга;
- 2) умеренная – одна из систем является доминирующей, вторая выполняет вспомогательную роль;
- 3) слабая – использование традиционных параязыковых средств коммуникации [Бернацкая, 2000].

Подобную классификацию предлагает Е.Е. Анисимова, выделяя также три степени креолизации:

- 1) текст с нулевой креолизацией – письменный вербальный текст без визуальной части;
- 2) текст с частичной креолизацией – вербальная часть относительно автономна и иконический компонент является факультативным; текст может существовать без иконического компонента, который не влияет на понимание смысла сообщения;
- 3) текст с полной креолизацией – слияние компонентов, вербальный и иконический компоненты становятся взаимозависимыми и одинаково важны для декодирования сообщения [Анисимова, 2003: 39–40].

Л.В. Дубовицкая выделяет типологию креолизованных текстов по степени вовлеченности читателя, то есть по ответной реакции читателя в процессе декодирования креолизованного текста.

Выделяют следующие типы текстов:

1) тексты с минимальной вовлеченностью – несут информативный характер, не требуют реакции читателя (например, газетная статья);

2) тексты со средней вовлеченностью – воздействуют на реципиента, несут апеллятивный, порой манипулятивный характер и призывают к ответным действиям (например, реклама или объявление);

3) текст с существенной вовлеченностью – требуют непосредственного участия читателя в процессе восприятия текста, несут интерактивный характер (например, тексты с гиперкодом/QR кодом) [Дубовицкая, 2013: 10].

А.А. Мусохранова и О.А. Крапивкина выделяют два типа креолизованных текстов по различным параметрам:

По социокультурной ориентированности:

1) интеркультурно-ориентированные тексты – тексты, в которых задействованы вербальные и иконические знаки понятные представителям одной определенной культуры;

2) транскультурно-ориентированные тексты – тексты, понятные представителям разных культур, но могут содержать знаки чужой культуры:

- на вербальном уровне: использование иностранных слов, графических средств иностранного языка, прямое указание на чужую культуру;

- на визуальном уровне: использование изображений реалий чужой страны;

- на обоих уровнях: и вербальные, и иконические средства указывают на чужую культуру [Мусохранова, Крапивкина, 2014].

Те же авторы выделяют классификацию по типу коммуникации:

1) тексты устной коммуникации;

2) тексты письменной коммуникации;

3) тексты смешанного типа [Там же].

По количеству компонентов выделяют:

1) тексты с двумя компонентами (вербальный + иконический);

2) тексты с тремя компонентами (вербальный, иконический и, например, тактильный) [Там же].

По степени композиционной сложности выделяют:

1) простые тексты: тексты, состоящие из одного «модуля» и не имеющие продолжений;

2) сложные тексты: тексты, состоящие из нескольких модулей, связанных между собой по смыслу. Однако, один из этих модулей незавершен, и его можно по-разному интерпретировать. Автор намеренно не раскрывает весь смысл сообщения в информационном блоке, чтобы вызвать интерес у получателя. Последующие модули содержат ключевой смысл текста и раскрывают проблему интерпретации первого модуля [Там же].

О.В. Пойманова предлагает три критерия для классификации креолизованных (в ее терминологии видеовербальных) текстов.

1) по степени гетерогенности:

- нулевая (чисто вербальный или чисто иконический текст),
- ненулевая (сочетание вербальных и иконических компонентов).

2) по характеру иконичности компонента:

- а) - статичный (реклама в журнале, плакат и т.п.);
  - динамичный (рекламный ролик на телевидении, фильм и т.п.);
- б) - двумерный (в книге, кино и др.);
  - трехмерный (в театральной пьесе).

3) по характеристике вербального компонента:

а) - устный (включающий 1) живую речь и 2) запись этой речи с помощью технических средств);

- письменный (представленный 1) рукописным и 2) печатным вариантами, последний также может быть статичным и динамичным, например, бегущая строка в рекламном тексте);

б) - включающий знаки одного естественного языка;

-включающий знаки нескольких естественных языков [Пойманова, 1997: 57].

Стоит обратить внимание, что на сегодняшний день в интернет-коммуникации появились и активно используются новые виды креолизованных текстов, которые набирают популярность благодаря развлекательному характеру и легкости восприятия.

Также она предлагает различать креолизованные (в терминологии автора – видеовербальные тексты) тексты по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения:

1) репетиционные – изображение в основном повторяет вербальный текст;

2) аддитивные – изображение привносит дополнительную информацию;

3) выделительные – изображение «подчеркивает» какой-то аспект вербальной информации, которая по своему объему значительно превосходит невербальную;

4) оппозитивные – содержание, переданное картинкой, вступает в противоречие с вербальной информацией, на основе этого часто возникает комический эффект;

5) интегративные – изображение встроено в вербальный текст или вербальный текст дополняет изображение в интересах совместной передачи информации;

6) изобразительно-центрические – с ведущей ролью изображения, вербальная часть лишь поясняет и конкретизирует его [Там же].

Таким образом, мы можем констатировать многообразие критериев для классификации креолизованных текстов, в основе которых ученые опираются на различные критерии. При последующем анализе публикаций мы будем руководствоваться классификацией О.В. Поймановой, по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по



роли изображения, поскольку она позволяет просмотреть, как взаимодействуют вербальный и иконический компоненты, более детально классифицировать материал, и проанализировать его с разных сторон.

### 1.3. Интернет-мем как речевой жанр

#### 1.3.1. Понятие речевой жанр

Мы считаем, что для начала будет целесообразно дать определение речевому жанру, чтобы понять, почему интернет-мем относят к данному понятию.

В настоящий момент существует большое количество работ, посвященных исследованию подходов к определению речевого жанра. Так, например, М.М. Бахтин утверждает, что речевые жанры представляют собой «форму организации речевого материала, т. е. воспроизводимых моделей и структур в речевых ситуациях, где имеют место хоть сколько-нибудь устойчивые, закрепленные бытом и обстоятельствами формы жизненного общения» [Бахтин, 1979: 179–180].

К речевым жанрам относятся короткие реплики бытового диалога, бытовой рассказ, письмо, приказ, публицистические выступления, формы научных выступлений [Там же].

Ст. Гайда определяет речевой жанр как культурно и исторически оформленный, общественно конвенционализированный способ языковой коммуникации; образец организации текста [Иркабаева, 2010].

А. Линке, М. Нуссбаумер и П. Портман выделяют определенные критерии речевого жанра: лингвистические и экстралингвистические.

К лингвистическим критериям относят регулярно повторяемые в данном типе текста лексические, грамматические и стилистические особенности, а также особенности структуры текста (композиционно-речевые формы, связь с другими текстами, членение текста и пр.).

В качестве экстралингвистических классифицирующих критериев учитываются:

- 1) коммуникативная функция (информирование, декларация, оценка);
- 2) содержательно-тематический аспект;
- 3) коммуникативная ситуация или условия (индивидуальная или массовая коммуникация; пропозиция как общий фон знаний коммуникантов; коммуникативная установка);
- 4) канал общения (устное или письменное общение; монологическое или диалогическое; непосредственный или заочный контакт; статус коммуникантов) [Linke, Nussbaumer, Portmann, 1994].

### 1.3.2. Сущность понятия мем

Для того, чтобы понять, как вышепредставленные критерии отражаются в интернет-мемах, рассмотрим, что они собой представляют, и выявим их лингвистические особенности.

На сегодняшний день если меметика почти неизвестна широкой публике, то многозначное понятие «мем» прочно закрепилось в сети интернет. Для одних людей «мем» является интернет феноменом, оригинальной публикацией, созданной для увеселения пользователей.

Другая группа людей трактует «мем» шире, и воспринимает его как идею, обладающей не только графическим, но и иным выражением [Шереметова, б.г.].

Термин «меметика» впервые был использован в 1904 году немецким зоологом Рихардом Земом в работе «Die mnemischen Empfindungen in ihren Beziehungen zu den Originalempfindungen». В 1921 году данная работа при переводе на английский язык получила название «The Mneme». Вслед за ним, в 1976 году Докинзом ввел понятие «мем» и положил начало изучению мемов как репликаторов культурной информации (в переводе используется термин «мим», а не «мем»). В качестве мимов могут выступать

разнообразные идеи, популярные выражения, а также мелодии [Докинз, 1993].

В начале XXI века значительно увеличился рост спонтанного распространения информации в интернет среде при помощи тиражирования. Данное явление стали именовать «мемом», который распространялся всеми возможными способами. В интернет-дискурсе «мем» рассматривается в качестве средства достижения комического эффекта.

Также целесообразно рассмотреть когнитивистское определение мема – единицу информации в сознании, чье существование влияет на события так, что большое число ее копий возникает в других сознаниях [Броуди, 2002].

В свою очередь А. Менегетти полагает, что мем – единица информации, подвергающаяся повторению, способная распространяться на большую аудиторию и надолго задерживаться в сознании реципиентов [Менегетти, 2005].

По мнению Ю.В. Щуриной мем является «идеей, образом, объектом нематериальной культуры, который передается от одного члена общества к другому». В широком смысле мем рассматривается как механизм передачи и хранения культурной информации. Примерами мемов служат мелодии, модные слова и выражения, видео, символ, звук [Щурина, 2012: 162].

Таким образом, можно утверждать, что мем – это получившее распространение в информационном обществе средство представления информации в обобщенном и зачастую упрощенном виде.

Мемы содержат много отсылок и требуют глубоких знаний, чтобы понять смысл. Они содержат отсылки на популярную культуру, политические и религиозные темы, отсылки, относящиеся к конкретному региону или стране, а также к определенной профессии или сфере деятельности. Их расшифровка и понимание, как в письменной части, так и в иконической, используемой в качестве основы, имеет решающее значение для понимания и последующего воссоздания мемов. Понимание этих

отсылок в основном связано с определенной возрастной группой, так называемой миллениалами, которые из-за количества времени, проведенного в интернете, больше понимают, создают, используют и делятся мемами [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska, 2018].

В плане содержания они обычно состоят из одной фотографии, на которой закреплен языковой элемент, выраженный в подписи или цитате. Лингвистическим элементом может служить слово, фраза или предложение, которые придают уникальность публикации [Gautier, Siouffi, 2016].

На сегодняшний день благодаря интернету появляются интернет-мемами, активно распространяющиеся в этой среде. Таким образом, интернет-мем – «единица информации, объект, который получил популярность – как правило, спонтанно – в среде, обслуживаемой информационными технологиями» [Щурина, 2012: 162].

Что касается лингвистики, то изучение интернет-мемов имеет особое значение, так как «использование нескольких каналов информации значительно обогащает семантические и прагматические особенности этих единиц. Использование графических и вербальных средств может передать емкое содержание интернет-мема несмотря на минималистичную форму». Благодаря этому они становятся более красочными, что оказывает большее прагматическое воздействие на реципиента. Кроме того, интернет-мемы обладают своими особенностями, например, адресованность, эмоциональность, визуализированность [Канашина, 2017: 107].

Подобные мемы имеют языковое выражение. Текстовая часть мемов обладает уникальными лингвистическими особенностями, которые делают ее очень привлекательной для современных лингвистов, которые изучают язык, используемый в мемах. Данная часть является одной из самых важных, так как с ее помощью мы можем извлечь смысл из мемов, а также создать новый продукт. Кроме того, мемы позволяют изучать механизмы языковой игры, стилистические приемы, юмористические эффекты, а также стереотипы и ценности разных культур [Канашина, б.г.].

В мемах, особенно на начальном этапе их распространения, используется в основном нейтральная, общеупотребительная лексика. Позже, набирая популярность среди широкой аудитории, они могут изменяться.

Существует так называемое языковое творчество – изменение языка в результате деятельности человека или его самопроизвольное деформация. Это творчество также отражается в мемах, поскольку оно обычно демонстрирует язык, используемый ежедневно. Создатели мемов обращаются к метафорам, слоганам, устойчивым выражениям и заимствованиям единиц из других языков. По мнению К.В. Дементьевой, сленг и жаргонные слова зачастую используются в попытке подстроиться под свою аудиторию. Благодаря этому фразы приобретают популярность среди пользователей. Авторы также создают свои собственные слова, то есть неологизмы, что часто не позволяет мему приобрести быструю популярность. Тот же эффект имеют диалектизмы и архаизмы. Все эти элементы показывают, насколько языковое творчество задействовано в текстовой части мемов [Дементьева, 2018].

Также мемы часто затрагивают политические, религиозные и социальные темы, которые в некоторых обществах являются табуированными. Чтобы выразить свою идею более точно и ярко авторы используют нецензурную или не приемлемую для данной ситуации лексику, которую скрывают за эвфемизмами, получаемых с помощью различных лексических процессов. Также при создании комического эффекта часто используются полисемия, омонимы, паронимы, ирония, поговорки [Napieralski, Goniewicz, 2017].

Авторы публикации также часто предпочитают использовать просторечный язык, фразы из конкретных диалектов, каламбуры и каламбурные загадки, языковые паттерны, аббревиатуры, а также шаблонный способ исправления орфографии и многочисленные преднамеренные или непреднамеренные грамматические и синтаксические ошибки. Текст может

быть настолько коротким или длинным, насколько задумал создатель мема, а иногда это может быть только одно слово, например «Я». Текст может быть подписью, так и воображаемым диалогом [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska, 2018].

Лингвистическое творчество особенно заметно. Оно проявляется в мемах, которые имеют свои собственные правила для порядка слов и правописания. Это видно по так называемому ЛОЛспик (LOLspeak). Этот вид интернет-диалекта имеет свои собственные правила, которые должны быть соблюдены. Основным правилом является намеренное неправильное написание слов [Там же].

Безусловно, наибольшее количество мемов в интернет-пространстве на английском языке. Так, например, мем Doge прославился благодаря собственным грамматическим правилам ломанного английского. В данном меме ведущую роль занимает изображение собаки. Иконический компонент дополняют короткие фразы состоящие из двух слов: существительное в сочетании со словами *wow, very, so, much, such, (such eat, very wine)* для выражения удовольствия [Reed, 2016].

Если сравнить некоторые из самых ранних мемов и мемы, созданные в наши дни, то можно убедиться, насколько современные мемы сложнее как по языку, так и по стилю [Kostadinovska-Stojchevska, Shalevska, 2018].

В свою очередь Г. МакКалок утверждает, что нарушенная синтаксическая структура, эмоциональность высказывания, спутанность и бессвязность мыслей делают мем уникальным [McCulloch, 2014].

Очень важно, чтобы внешне мем менялся каждый раз, чтобы сохранить творческий облик, не говоря уже об игривом духе, который имеет первостепенное значение для распространения мема [Napieralski, Goniewicz, 2017].

Д. Бек и К. Кован, обобщившие свойства мемов, отмечают следующие ключевые качества:

- 1) мемы влияют на совершаемый человеком выбор;

2) мемы изменчивы, они могут приобрести быструю популярность среди аудитории, а также могут быстро;

3) мемы могут проявлять здоровые и не здоровые качества;

4) мемы проявляют глубинные образы мышления;

5) мемы это структура мышления, поскольку они указывают на то, как люди мыслят и принимают решения [Бек, Кован, 2010].

Стоит отметить прагматические функции интернет-мемов, которые С.В. Канашина обнаружила, проведя определенные исследования относительно прагматического потенциала интернет-мема. В итоге можно утверждать, что интернет-мемам присуща:

1) аффективная функция, проявляющаяся в способности вызывать различные эмоции у реципиентов: смех, негодование, удивление и т.д.;

2) когнитивная функция, реализующаяся во влиянии на сознание человека, формировании общественного мнения, навязывании определенных идей и точек зрения на актуальные проблемы, формировании индивидуальной картины мира адресата;

3) манипулятивная функция, проявляющаяся в способности побуждать к определенным действиям;

4) образовательная функция, заключающаяся в стимулировании у адресата интерес к получению знаний, поощрению интеллектуального любопытства;

5) развлекательная функция, заключающаяся в юмористическом ресурсе интернет-мема [Канашина, 2016].

Более того, у каждого лингвистического мема имеются отличительные особенности:

1) языковые особенности мема (изменения в синтаксисе, лексике, орфографии);

2) строго заданная структура (шаблонность построения мемов);

3) обращенность к пользователю (передают эмоцию или идею, используя определенно-личное предложение, обращения, повелительное наклонение глаголов);

4) юмористическая окраска;

5) отсылка к известному высказыванию-источнику [Шереметова, б.г.].

Д. Рашкофф дает классификацию мемов, которая позволяет увидеть полное разнообразие публикаций:

1) по способу зарождения:

- преднамеренно созданные (такие мемы создаются специальными людьми для продвижения продукции или компании на рынке);

- кооптированные (возникающие быстро и неожиданно мемы, но сразу же подхватываются заинтересованными сторонами);

- самозарождающиеся (мемы, которые мы наблюдаем в социальных сетях, сделанные специально для забавы народа) [Рашкофф, 2003: 26].

2) по семиотическому признаку:

- визуальные – массовые и популярные (эдвайсы, комиксы, фотожабы);

- аудиальные – песни, которые являются хитом, слоганы, девизы;

- текстовые – любые словесные выражения, неологизмы, стихотворения, слоганы, существующие в текстовом виде;

- смешанные – видеомемы, которые объединяют в себе визуальные и аудиальные признаки (по некоторым источникам к креолизированным мемам относятся картинки с текстом, потому что они совмещают в себе и визуальный, и вербальный контент) [Там же].

Структура мема представляет особый интерес для исследователей, поскольку с одной стороны публикация является источником информации, содержит определенное сообщение, а с другой стороны мем – это средство выражения эмоций.

Ю.В. Щурина разработала классификацию, в основе которой лежит такой параметр как структура:



1) двусоставные мемы – мем, состоящий из завязки и остроумного завершения. Иконический компонент представляет собой стандартно-заданное изображение, которое задает сюжет;

2) компаративные мемы – мем, основанный на сравнении нескольких объектов, ситуаций, в которых за счет неоправданных ожиданий возникает комический эффект;

3) метамемы – мем, который требует наличие определенной пресуппозиции у реципиента, так как он основан на прецедентном феномене мемосферы и служит отсылкой к нему [Щурина, 2014: 89].

Также А.О. Загоруйко и М.А. Ефремова выделяют свою классификацию мемов по тому же принципу:

1) персонажные – иконический компонент представляет собой изображение некоего персонажа, которое может быть шаблоном для создания похожих интернет-мемов;

2) синтаксические – мем с определенной, заранее заданной структурой с рядом переменных. Также переменной может послужить само изображение;

3) компаративные – основанные на сопоставлении нескольких точек зрения, где одна выражает надежду и ожидания, а другая отображает реальность;

4) панчлайн-мем – вербальный компонент состоит из двух частей: завязки и неожиданной развязки [Загоруйко, Ефремова, 2019: 14].

Стоит отметить, что в переводе с английского языка *punchline* означает последнюю часть истории или шутки, которая объясняет смысл того, что произошло ранее, или, которая придает комизм ситуации [Cambridge Dictionary, 2021].

Таким образом, мемы – это самостоятельный речевой жанр, поскольку каждая публикация представляет собой отдельное индивидуальное высказывание, которое характеризуется наличием автора. При создании мемов используются разнообразные выразительные средства речи, такие как

ирония, метафора, также эвфемизмы, паронимы, сленг, жаргонные слова, профессионализмы, термины, неологизмы и др. Также в них возможно нарушение общеустановленных грамматических правил. Более того, они обладают определенными особенностями структуры текста, например, многие публикации содержат отсылки к событиям из жизни людей, а также некоторые публикации могут содержать отсылки к другим мемам. Большинство мемов также имеют строго заданную структуру, так как построены по шаблонам. Это подтверждает, что мемы содержат лингвистические критерии речевого жанра.

Рассмотрим экстралингвистические критерии, которые мы выявили. Мемы обладают такими функциями как аффективная, информативная, образовательная. Для того чтобы понимать мемы, необходимо иметь широкие фоновые знания. На наш взгляд, мемы относятся к индивидуальной коммуникации, поскольку одной из отличительных особенностей является обращенность к пользователю.

#### 1.4. Отличительные особенности речевых жанровых форм карикатура, демотиватор, шарж, мем, эдвайсы, комикс

Для выявления отличий между данными жанровыми формами, необходимо разобрать сущность каждого понятия. Карикатура – это сатирическое или юмористическое изображение «в намеренно преувеличенном, смешном, или искаженном виде», дающее критическую оценку определенным явлениям, лицам, событиям [Ворошилова, 2013: 95].

В более широком смысле карикатура представляет собой изображение, в котором комический эффект создается за счет иллюзии, при помощи гиперболизации характерных черт персонажа, его внешнего вида и поведения, при этом используются неожиданные сопоставления и уподобления [Академик, б.г.]. Главная задача карикатуры – обратить внимание пользователя на какую-либо проблемы или кризисную ситуацию,

при этом оставляя ему место для фантазии [Liberté de la presse: le dessin comme arme absolue?, 2013].

В основе сюжета каждой карикатуры лежит несоответствие ожиданий и реальности, что может носить как положительным, так и негативный характер. Карикатура не придает индивидуальности герою, но создает обобщенный образ, некую пародийную зарисовку. Зачастую данные работы служат средством для выражения общественного мнения.

Е.А. Артемова выделяет шесть основных признаков карикатуры:

1) коммуникативная цель – осмеяние и острая сатирическая критика, манипулирование общественным сознанием;

2) концепция автора – критическое или негативное отношение создателя к отображаемым явлениям;

3) концепция адресата – адресат владеет необходимыми знаниями, знает действующих участников;

4) событийное содержание – рассмотрение воздействия на эмоции адресата. С одной стороны, они могут быть положительными, с другой стороны, адресат может чувствовать сожаление;

5) фактор коммуникативного прошлого – реакция на реальные события и решения;

6) фактор коммуникативного будущего – возникновение у адресата, представленного массовой аудиторией, критического или негативного отношения к персонажам и событиям карикатуры [Артемова, 2002].

В свою очередь А.С. Айнутдинов выделяет шесть типов карикатуры:

1) шаржи и портреты – вид карикатуры, в котором определенные черты внешности преувеличены;

2) социально-бытовая карикатура – сатирический рисунок, в котором высмеиваются текущие события и затрагиваются актуальные проблемы;

3) изошутка – рисунок, в котором человеческие проблемы изображены с положительной стороны, понятны без вербальной части;

4) «strip» – карикатура, состоящая из 2-5 рисунков, представляющие собой динамический сюжет, зачастую понятный без комментариев;

5) философская карикатурам – карикатура, в которой автор выражает мировоззренческую позицию;

б) политическая карикатура – карикатура, в основе которой лежит высмеивание политических деятелей, внутреннего или внешнего устройства государства [Айнутдинов, 2008: 22–25].

Шарж представляет собой изображение, рисунок, портрет человека или животного, в котором характерные черты преувеличены и изменены, чтобы создать комический или сатирический образ [Айнутдинов, 2008]. Как было выше указано, шарж произошел от карикатуры.

Выделяется четыре вида шаржей (портретный, сюжетный, групповой, предметный шарж на животных), при создании которых автор использует разные стилистические средства: цитации, аллюзии, фразеологические обороты, каламбур, метафоры, иронии и антитезы [Артемова, 2002].

Одним из основных отличий шаржа от карикатуры является цель, с которой он был создан, а именно порадоваться, рассмешить зрителя, а не высмеять человека, как это принято в карикатуре. Также шарж является беззлобным, дружелюбным и носит более ироничный характер, нежели карикатура, в которой гротескно подчеркиваются черты человека или явления.

Сравнивая шарж с мемом, можно смело утверждать, что в основе любого успешного мема лежит тема, которая по какой-либо причине считается табуированной, неприемлемой, чего мы не можем найти в основе шаржа.

Также Ю.В. Щурина классифицирует по способу выражения следующие мемы:

1) текстовый мем – мем, состоящий слова, выражения или текстового фрагмента;

2) мем-изображение – мем, состоящий из изображения персонажа из мемосферы, характерна переработка иконического компонента при помощи графического редактора;

3) медиамем – мем, представленный в виде видеосюжета;

4) гиф – анимированная картинка, фиксирующая эмоции;

5) креолизованный мем – мем, состоящий и вербального и иконического компонентов [Щурина, 2014: 87].

Феномен мема зачастую сопряжен с идеей ненависти. Этот термин объединяет понятия, вытекающие из «hate speech» и «trolling». «Hate speech» – это ненавистнические высказывания, которые направлены на дискриминацию и/или оскорбление людей разных рас, этнических групп, убеждений, основанных на нетерпимости, расизме, антисемитизме или чрезмерно агрессивном национализме. «Trolling» – это в основном юношеское отношение, которое заключается в том, чтобы вызвать дискуссии в сети, инициирование дебатов на очень полемические и спорные темы или устное нападение на участников коммуникации [Napieralski, Goniewicz, 2017]. Также, при прочтении текста мема зачастую возникает эффект неоправданного ожидания, что и определяет смеховую реакцию [Щурина, 2014].

Необходимо отметить, что в нашей работе мы будем рассматривать только креолизованные мемы, источниками, которых служат различные комические интернет-жарны: комиксы, эдвайсы, демотиваторы и др. Они представляют собой узнаваемые изображения, сопровождаемые надписями.

Демотиватор представляет собой один из видов креолизованных текстов в интернет-коммуникации. Он состоит из картинки обрамленной черной рамкой, текста-слогана белого цвета под этим изображением, который имеет какое-то отношение к самой картинке или фотографии.

Основная цель демотиватора, как и шаржей, вызвать положительные эмоции – улыбку.

А.С. Голиков и А.А. Калашникова выделяют следующие виды демотиваторов:

- 1) классические, созданные в соответствии с канонами;
- 2) шуточные, представляющие фрагмент действительности;
- 3) социально-рекламные;
- 4) философские;
- 5) интернет-эзотерические, нацеленные на популяризацию интернет-мемов, а именно фраз, которые приобрели популярность в социуме;
- б) самопрезентационные, выражающие какую-либо субкультурную группу [Голиков, Калашникова 2010: 127–128].

Язык демотиваторов разговорный и отличается грубо-фамильярной окраской. Наблюдается обилие орфографических и пунктуационных ошибок. В области стилистики отмечается использование разговорного стиля. Также важную роль играет начертание букв, так как это помогает подчеркнуть настроение. Информация должна быть изложена в краткой форме.

Рассмотрим сходства и отличия карикатуры и мема. Прежде всего, автором карикатуры является конкретное лицо или группа лиц, зачастую профессиональные художники, в целях пропаганды. В то время как авторство мемов носит коллективный или анонимный характер и является неким народным творчеством, сфокусированным на тиражировании в интернет-пространстве. При создании карикатуры необходимы определенные навыки владения изобразительными техниками, а также программным обеспечением. Создание мемов ограничивается владением инструментарием создания вариаций мемов. Различные виды шаржей и карикатур используются в СМИ, но носят полуактивный характер. С ее помощью редакция ретранслирует свою идеологическую позицию. Использование в СМИ мемов носит пассивный характер, так как на сегодняшний день их публикация в некой степени является неуместной. Так как интернет-мемы являются цифровым феноменом, то в основном они используются в онлайн-пространстве.

Стоит добавить, что существует много общего между мемом и карикатурой. Так, например, выше представленные формы жанров являются креолизированными/поликодовыми текстами. Они функционируют в печатных и электронных средствах массовой информации, охватывают такие сферы коммуникативных ситуаций как политическая, экономическая, социальная и духовная. Более того средства выразительности задействованы во всех составляющих.

Также существуют эдвайсы (англ. advice – совет), которые изначально действительно были советами. Примечательно, что подобные публикации создавались для узконаправленной группы людей, принадлежащим к определенной социальной группе. Их структура имела шаблонный характер и выглядит как демотиватор, поскольку картинку обрамлял короткий текст. Надпись содержала глаголы в форме повелительного наклонения. Со временем структура становилась все более сложной: короткая фраза превратилась в предложение, при этом разделяя изображение на несколько частей. Позже подобные публикации стали содержать два предложения, при прочтении которых возникал эффект неоправданные ожидания, что вызывало смех у реципиентов. [Щурина, 2014].

Зачастую эдвайсы основаны на мемах, поскольку иконический компонент содержит отсылку к прецедентным феноменам мемосферы и остается неизменным. Однако вербальный компонент изменяется, что также влияет на реакцию пользователей [Нежура, 2012].

Стоит отметить, что фраза может являться прецедентным текстом с неожиданной концовкой, которая вызывает комический эффект. «Источником комизма может быть и необычная трансформация прецедентных текстов, чаще посредством лексической замены» [Щурина, 2014: 87]. Таким образом, можно заметить, что эдвайсы во многом схожи с мемами.

Существует большое количество определений понятия комикса. С точки зрения лингвистики комикс (англ. comic – смешной) – особый вид

повествования, креолизованный текст состоящий из определенной последовательности рисунков, которые дополняет вербальный текст, представляющий собой диалоговые реплики. Так, вербальный и невербальный компоненты представляют собой органическое смысловое единство [Сонин, 1999].

В свою очередь С.И. Ожегов определяет комикс как маленькую книгу, содержащую серию иллюстраций, которые дополнены текстом приключенческого содержания [Ожегов, 1997].

Е.В. Харитонов считает, что комикс – графически представленная история, которая носит комический и/или сатирический характер. Изначально он создавался для совершеннолетней аудитории и публиковался на страницах газет [Харитонов, 2005].

Однако на сегодняшний день популярность набирает новый вид – интернет-комикс. От обычных комиксов они отличаются оформлением, поскольку одна публикация состоит из 2-4 обычных изображений, в которых динамично представлена смешная история. Для интернет-комиксов характерно минималистичное оформление и наличием шаблонных элементов, относящихся к прецедентным феноменам мемосферы. Обилие нецензурных выражений, провокационный характер иллюстраций и сюжетов являются неотъемлемой частью любого интернет-комикса [Нежура, 2012].

Таким образом, мем обладает схожими чертами с карикатурой, демотиватором, шаржем, эдвайсом и комиксом. Данный анализ позволяет утверждать, что мем является новой формой карикатуры.



## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

1. Креолизованный, семиотически осложненный, поликодовый, мультимодальный, вербально-визуальный, видеовербальный тексты – все эти понятия носят смежный характер, граница между которыми не является достаточно четкой. Как следствие, в современном языкознании терминологически эти понятия в ряде контекстов используются как взаимозаменяемые. В данном исследовании при определении речевого жанра мема мы оперируем понятиями креолизованный, или поликодовый текст.

2. Существуют различные классификации креолизованных текстов, разработанные рядом исследователей: Е.Е. Анисимовой, А.А. Бернацкой, Л.В. Головиной, Л.В. Дубовицкой, А.А. Мусохрановой и О.А. Крапивкиной, О.В. Поймановой. Исходя из данных типологий, мы выбрали классификацию О.В. Поймановой по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения, на которую будем опираться при последующем анализе.

3. При создании вербальной составляющей мема используются разнообразные выразительные средства речи: ирония, метафора, эвфемизмы, паронимы, сленг, жаргонные слова, профессионализмы, термины, неологизмы и др. Также в них нарушаются общеустановленные грамматические правила. Мем обладает определенными особенностями структуры текста, содержит отсылки к имевшим место событиям, отсылки к другим мемам. Будучи выстроенными по шаблонам, большинство мемов также имеют строго заданную структуру. Кроме того, мемы обладают определенными функциями и в зависимости от того или иного признака, можно составить классификации мемов. В ходе анализа мы будем использовать классификацию А.О. Загоруйко и М.А. Ефремовой по структурному признаку.

4. Мемы используются в письменной форме общения, в диалогической форме, обладают такими функциями как аффективная, информативная, образовательная. Мемы относятся к индивидуальной коммуникации, поскольку одной из отличительных особенностей является обращенность к пользователю. Для правильного восприятия мемов необходимо иметь соответствующие фоновые знания.

5. Карикатура представляет собой сатирическое или юмористическое изображение в намеренно преувеличенном, смешном, или искаженном виде, дающее критическую оценку определенным явлениям. Основной задачей является обращение внимания на актуальную проблему. Шарж носит более дружественный характер, представляет собой рисунок, портрет человека, в котором характерные черты преувеличены и изменены. Демотиватор близок по своему формату к мемам, но имеет строго заданную структуру. Эдвайсы отличаются от мемов более узкой направленностью. Они ориентированы на определенную аудиторию, от которой и ожидается «узнавание». Интернет-комиксы, в отличие от мемов, в большинстве случаев оформлены в минималистичном стиле, также для них характерно обилие нецензурной лексики, провокационных сюжетов и изображений.

## **ГЛАВА 2. СООТНОШЕНИЕ ВЕРБАЛЬНОГО И НЕВЕРБАЛЬНОГО КОМПОНЕНТОВ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ МЕМА**

В практической части работы проводится подробный анализ отобранного материала. Исследовательская процедура заключалась в рассмотрении отдельного примера мема и последующего анализа вербальной части. Материалом для исследования служат мемы на бытовую, политическую, социальную и экологическую темы общим количеством в 294 единицы на французском языке. В рамках нашего анализа мы придаем особое значение субжанрам мема.

По структурному принципу мемы подразделяются следующие типы:

1) панчлайн-мем - вербальный компонент состоит из двух частей: завязки и неожиданной развязки;

2) персонажные – иконический компонент представляет собой изображение некоего персонажа, которое может быть шаблоном для создания похожих интернет-мемов;

3) синтаксические – мем с определенной, заранее заданной структурой с рядом переменных, в числе которых изображение;

4) компаративные – основанные на сопоставлении нескольких точек зрения, где одна выражает надежду и ожидания, а другая отображает реальность [Загоруйко, Ефремова, 2019].

Также мы считаем, что будет целесообразно дополнить данную классификацию следующими типами мемов:

5) ситуативные – мемы-комиксы и типовые схемы, в которых заранее определяется последовательность изображений, от которой отталкивается вербальная часть мема;

6) смешанные – сложные мемы, сочетающие в себе несколько вышеперечисленных структур.

В данной части мы представим наиболее интересные примеры.

## 2.1. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в бытовом меме

На рисунке 1 изображены два кусочка лосося. На первой фотографии – обычное рыбное филе, а на второй лосось приобретает антропоморфные черты: мы видим черные очки, денежные купюры, а также сигару. Возникает ощущение, что автор публикации придает лососю «элитный образ». Анализируя вербальную часть, мы находим подтверждение нашему предположению.



Рисунок 1. Le saumon

*(1) Comment je voyais le saumon quand j'habitais chez mes parents – Как я видел лосось, когда жил с родителями*

*Comment je le vois depuis que c'est à moi de le payer: – Как я это вижу сейчас, когда сам плачу за него:*

**Анализ вербальной части.** Автор использует синтаксический параллелизм, чтобы показать два видения ситуации *Comment je voyais/Comment je le vois – Как я видел/Как я это вижу сейчас*. В ситуации «До» описывается восприятие лосося как обычного блюда (во время совместной жизни с родителями), используется прошедшее незавершенное время (*Imparfait – voyais, habitais*), которое применяют для выражения регулярного действия в прошедшем времени. В ситуации «после»

представлено видение лосося во взрослой жизни, на что указывает настоящее время (*Présent – vois*).

Комический эффект создается за счет того, что живя с родителями, дети не понимают каким трудом зарабатываются деньги, что стоит дорого, а что дешево. Поэтому становясь самостоятельными, они смотрят на многие вещи, в том числе продукты, другими глазами. Исходя из классификации О.В. Поймановой, данный креолизованный текст считается интегративным, поскольку текст дополняет изображение с целью передачи информации.

На рисунке 2 изображен мужчина средних лет, который падает с лестницы. Фотография сопровождается авторским текстом:



Рисунок 2. Oh-oh non

(2) *oh- oh non, je crois que je viens de tomber amoureux de toi - о нет, я думаю, что я только влюбился в тебя.*

**Интерпретация.** На первый взгляд картинка и текст не имеют ничего общего, но человек, знающий французский язык, увидит игру слов, которую автор выделяет при помощи падающего человека с лестницы и розовых сердец вокруг него, которые создают романтическую атмосферу.

Данная фраза имеет двойной смысл, поскольку в ней используется глагол *tomber – падать*, который имеет несколько значений, в том числе и переносных. Поскольку состояние влюбленности наступает внезапно, то оно

может ощущаться как на физическом уровне, так и на эмоциональном. Таким образом, вербальный текст можно перевести как *я влюбился*, а также дословно *я впал в состояние влюбленности*. В таком случае в русском переводе предлог “в” обозначает попадание в контейнер, вовнутрь.

**Анализ вербальной части.** Автор намеренно использует *passé immédiat* – *ближайшее прошедшее время viens de* чтобы передать быстроту действия. Влюбленность происходит так же быстро, как и падение с лестницы, а также не поддается контролю. Исходя из классификации О.В. Поймановой, данный креолизированный текст считается интегративным.

На рисунке 3 изображен котенок с розовым гипсом, у которого повреждена передняя лапа. Ему явно сложно двигаться. Апеллируя именно к этому факту, автор публикации создает следующее вербальное сопровождение:



Рисунок 3. Je suis un blessé de guerre

(3) *Moi essayant d'expliquer au prof de sport que je peux pas faire piscine à cause d'une foulure au doigt de pied* – Я, пытающийся объяснить учителю физкультуры, что не могу плавать из-за вывиха пальца на ноге.

*Je suis un blessé de guerre un peu* – Я был ранен на войне

*C'est déjà un miracle que je puisse marcher msieur* – Это уже чудо, что я могу ходить, мсье.

*J'ai trébuché sur un gravier – Я споткнулся о гравий.*

**Интерпретация.** Котенок символизирует собой ученика, который из-за травмы так же беспомощен, как и котенок. В первой реплике автор использует *причастие настоящего времени (Participe présent – essayant – пытающийся)*, что указывает на процесс, протекающий в настоящий момент времени. В вербальной части отрицание *ne pas* сокращено и употреблено без частицы *ne*: *peut pas* – признак разговорной речи.

Если подробнее проанализировать вербальную и невербальную составляющие мема, то складывается впечатление, что ученик пытается обмануть учителя и прогулять занятие по якобы “уважительной” причине. Так, у котенка загипсована передняя лапа, а не задняя, а в реплике автор делает акцент на *вывихе пальца ноги – une foulure au doigt de pied*. Во второй фразе говорящий переходит к следующему аргументу, якобы он был ранен на войне, что звучит гротескно в данной ситуации. В третьей фразе автор использует *сослагательное наклонение (Sunjonctif – que je puisse marcher – что я могу ходить)*, чтобы подчеркнуть исключительность ситуации. Также мы заметили, что в слове *msci eur* - *мсье* пропущена гласная *o*, для того, чтобы придать больше жалости речи и показать беспомощность героя.

Комический эффект достигается за счет метафорического сравнения, а также абсурдных причин для пропуска занятий. Таким образом, автор иллюстрирует типичного школьника, который готов выдумать все что угодно, лишь бы пропустить урок физкультуры. Исходя из классификации О.В. Поймановой, данный креолизованный текст считается интегративным.

На рисунке 4 представлен фрагмент из американского сериала Конь Боджек. На кадре запечатлен главный герой. Исходя из фона, можно предположить, что персонаж находится в сложной ситуации, так как позади него пожар. По выражению морды животного можно понять, что оно опечалено. Проанализировав вербальную часть можно понять, что в меме



наблюдается полное взаимодействие иконического и вербального компонентов.



Рисунок 4. Un nouveau tatouage

(4) *Quand je décide de me faire un nouveau tatouage et que je redécouvre les joies (non) des piqûres d'aiguille à répétition:* – Я, когда решаю сделать новую татуировку и заново открыть для себя радость (нет) от повторяющихся уколов иглой:

*I promise, one day this will all be a pleasant memory* – Обещаю, однажды все это будет приятным воспоминанием

**Интерпретация.** Автор мема создает ситуацию, в которой конь символизирует человека, который когда-то уже делал татуировки. И вот он решается сделать еще одну, но понимает, что будет на протяжении долгого времени испытывать боль во время самой процедуры. Мы полагаем, что антураж персонажа отражает его внутреннее состояние, так как процесс нанесения татуировки болезненный.

**Анализ вербальной части.** В первой фразе *je redécouvre les joies (non) des piqûres d'aiguille* автор в скобки заключает слово *non*, так он хочет подчеркнуть сарказм, заключенный в данной фразе. На самом деле он никогда не испытывал радости от уколов иглы. Вторая фраза написана на английском языке и выступает в качестве панчлайна. Мы предполагаем, что



это было сделано с целью привлечь как можно больше реципиентов, так как данная фраза в контексте с выбранным кадром сами по себе вызывают эмоциональный отклик у пользователей. Этой фразой герой пытается утешить себя и обнадежить, что данный поступок останется приятным воспоминанием через какое-то время.

Публикация является двусоставным мемом-монологом от 1-го лица. Креолизованный текст считается интегративным так как текст встроен в изображение и вносит дополнительный смысл.

## 2.2. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в политическом меме

На рисунке 5 изображен фрагмент из рекламы шоколадного батончика «Twix», где каждый из фургонов символизирует правую и левую палочку данного продукта, а также определенную французскую партию и ее лидеров. Например, слева нам представлен лидер партии «Непокоренная Франция» Жан-Люк Меланшон, а над фургоном мы видим партийный логотип. Справа – лидер «Национального Фронта» Марин Ле Пен и логотип этой партии. Комментарий к публикации:



Рисунок 5. Le même programme

(5) *Quand t'as le même programme Mais qu'il faut passer pour des ennemis*  
– *Когда у тебя та же программа. Но необходимо притворяться врагами.*

Таким образом, автор публикации иллюстрирует неловкую ситуацию для двух партий, у которых идентичные программы. При этом перед лицом своих избирателей они вынуждены притворяться абсолютно разными и даже враждебными.

**Анализ вербальной части.** Анализируя вербальную часть, мы обратили внимание на безличный оборот *il faut – необходимо*, который подчеркивает вынужденность ситуации, обязующую две партии противостоять друг другу на политической сцене.

Данный односоставный мем от 3-го лица считается изобразительно-центрическим, поскольку изображение играет ведущую роль, а текст поясняет его.

На рисунке 6 представлен президент Беларуси Александр Лукашенко, который управляет страной уже 5-й срок подряд. По его улыбке и глазам можно понять, что он что-то задумал. Этот замысел выражается в вербальной части мема:

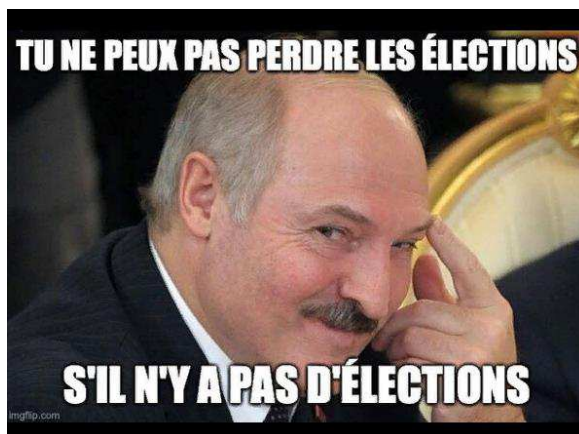


Рисунок 6. Tu ne peux pas perdre les élections

(6) *Tu ne peux pas perdre les élections s'il n'y a pas d'élections – Ты не можешь проиграть выборы, если нет никаких выборов*

**Интерпретация.** Данная публикация является комментарием к президентским выборам в Беларуси в 2020 году, которые повлекли за собой продолжительные протесты из-за несогласия граждан с объявленными

результатами. Автор мема указывает на то, что несмотря на результаты голосования, победа все равно будет присуждена Александру Лукашенко.

**Анализ вербальной части.** Автор использует местоимение *tu – ты* во втором лице единственном лице, с целью показать обращение к конкретной личности, а именно к президенту Российской Федерации Владимиру Путину, который управляет страной на протяжении 4-го срока. Данный односоставный мем-монолог от 1-го лица можно определить как аддитивный, поскольку изображение привносит значительную информацию.

На рисунке 7 изображен кадр из фильма, исходя из которого мы предполагаем, что мужчина видит неминуемую опасность, которая его скоро настигнет, и поэтому он пытается предупредить жителей дома о надвигающейся угрозе. Идея мема базируется на актуальной политической ситуации во Франции, а именно на Frexit (фрексит). Данным термином обозначается гипотетический выход Франции из Европейского Союза, а также он созвучен с другим термином Brexit, который обозначает выход Великобритании из ЕС.

La France: \*est dans  
l'Union Européenne\*  
Les membres de l'UPR:



Рисунок 7. Sors!

(7) *La France: \*est dans l'Union Européenne\** – Франция: \*состоит в Европейском Союзе\*

*Les membres de l'UPR: SORS! SORS! SORS! SORS!* – Члены НРС: УХОДИ! УХОДИ! УХОДИ! УХОДИ!

**Интерпретация.** На протяжении многих лет представители Народного Республиканского Союза боролись за выход Франции из Европейского Союза, но их попытки не дали должного результата. Таким образом, можно увидеть, что мужчина на кадре олицетворяет собой всех сторонников НРС, а дом является Францией, которую он пытается защитить и предупредить о грозящей опасности со стороны ЕС.

**Анализ вербальной части.** Автор публикации использует повелительное наклонение – *mode impératif* во втором лице единственном числе *SORS! SORS! SORS! SORS!*, что передает серьезность намерений и является настоятельным приказом, требованием. Согласно классификации О.В. Поймановой данный односоставный мем-диалог считается аддитивным.

2.3. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в социальном меме

На рисунке 8 представлены две ситуации:



Рисунок 8. Après taxe

(8) *Avant taxe* – До повышения налогов

*Après taxe* – После повышения налогов

На обеих фотографиях изображен президент Франции Э. Макрон. На первой публикации он в деловом костюме, а на второй – в дорогой шубе и очках, при этом на переднем фоне – значительная сумма денег. Таким образом, автор отсылает к ситуации в своей стране: мир несправедлив, за счет средств простых граждан властикупаются в роскоши. Стоит также

уделить внимание фону, так как это единственный элемент, который не меняется в обеих ситуациях. Несмотря на повышение налогов, обстановка в стране остается неизменной, никакие улучшения не происходят. Возможно, свалка на фоне хотел отсылает к уровню загрязненности улиц. В вербальной части автор использует синтаксический параллелизм, чтобы продемонстрировать изменение ситуации.

**Анализ вербальной части.** По структурным признакам мем можно определить как двусоставный (состоит из двух фотографий). По классификации О.В. Поймановой данный креолизованный текст считается интегративным.

На рисунке 9 представлены две зарисовки. На верхней картинке изображен Микки Маус в уменьшенной, сжатой версии, на нижнем снимке он в хорошей форме, держит в руках гантель, демонстрируя мускулы и силу. На основе сравнения двух изображений автор публикации создает следующую ситуацию:

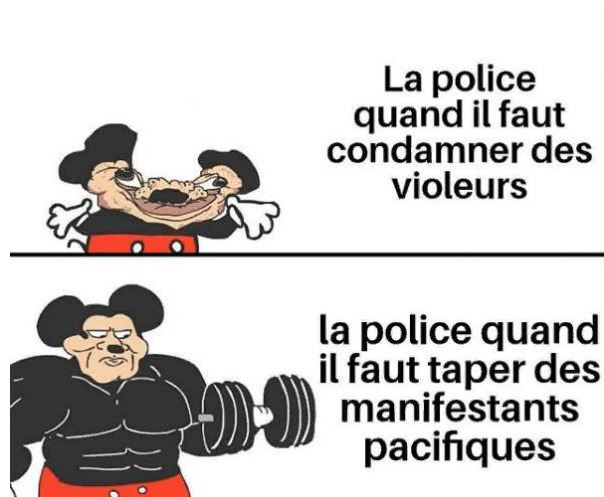


Рисунок 9. La police quand il faut condamner des violeurs

(9) *La police quand il faut condamner des violeurs* – Полиция, когда дело доходит до осуждения насильников

*la police quand il faut taper des manifestants pacifiques* – Полиция, когда дело доходит до избивания мирных демонстрантов

**Интерпретация.** Сотрудников полиции символизирует Микки Маус, его телосложения демонстрирует эффективность работы полицейских против различных видов “преступлений”. На верхнем рисунке показано, что полиция не работает должным образом в делах против насильников. На нижнем снимке – наоборот, полиция отличилась, во время мирных демонстраций активистов задерживают без весомых аргументов. Мем указывает на неправильные приоритеты в работе полиции и на то, что система не работает так, как следовало бы.

**Анализ вербальной части.** Для акцентирования внимания на неадекватном отношении полиции к двум описываемым ситуациям используется синтаксический параллелизм *La police quand il faut/ la police quand il faut*. В меме наблюдается полное взаимодействие иконического и вербального компонентов. Публикация является многосоставным мемом-монологом от 3-го лица. Креолизованный текст считается оппозитивным, поскольку содержание, переданное картинкой вступает в противопоставление с вербальной информацией.

На рисунке 10 – коллаж из 5 фрагментов. Это интервью бывшего президента США Дональда Трампа с журналистом. Первые два кадра знакомят нас с участниками коммуникации, политический деятель олицетворяет собой *Le gouvernement – Государство*, а на журналиста возлагается роль *Les jeunes – Молодежь*. Исходя из данных кадров можно предположить, что государство публикует документ следующего содержания:





Рисунок 10. Le gouvernement vs les jeunes

*(10) C'est à cause des jeunes et leurs soirées que les cas de Corona augmentent – В увеличении случаев заболевания коронавирусом виноваты молодежь и вечеринки, которые они устраивают.*

*Beh non... c'est parce que vous forcez les jeunes à retourner en classe – Но это не так... это происходит, потому что вы заставляете молодежь посещать занятия в очной форме.*

**Интерпретация.** С точки зрения государства, распространение вируса происходит вследствие чрезмерной активности молодого поколения и их безответственного отношения к эпидемиологической ситуации в стране. На четвертом кадре можно увидеть несогласие с данным заявлением, что подтверждается мимикой журналиста и вербальной составляющей.

Выражение лица Трампа на последнем кадре: политик не согласен с аргументами журналиста, он убежден в своей правоте и не считает, что принятые им решения могли спровоцировать рост случаев заболевания коронавирусом. При этом экс-президент США уклоняется от комментариев по данной ситуации. В последние месяцы правления страной Дональд Трамп был уличен в игнорировании борьбы с вирусом, поскольку все его внимание было сконцентрировано на президентских выборах.

**Анализ вербальной части.** В многосоставном меме-диалоге наблюдается полное взаимодействие вербальной и иконической частей, которые дополняют друг друга. По классификации О.В. Поймановой представленный выше креолизованный текст можно характеризовать как интегративный.

#### 2.4. Анализ взаимодействия вербальной и невербальной составляющей в экологическом меме

На рисунке 11 изображен президент США Дональд Трамп, который сидит в окружении детей и внимательно слушает одного из них. По его напряженному выражению лица и взгляду можно понять, что он не понимает, о чем идет речь, либо не согласен со своими оппонентами.

Europe: veux-tu signer pour l'écologie?



Рисунок 11. Veux-tu signer pour l'écologie?

**Интерпретация.** Дети символизируют собой Европейский Союз (синий флаг перекрывает голову одного из малышей). На публикации представлен диалог между США и Европейским Союзом. Члены Союза задают американскому президенту насущный вопрос относительно экологической ситуации в мире:

(11) *Veux-tu signer pour l'écologie?* – *Хочешь подписать соглашение в защиту экологии?*



По выражению лица президента можно понять, что ему не нравится эта идея, и он не собирается подписывать бумаги.

**Анализ вербальной части.** Автор использует обобщение *Europe*, что обозначает Европейский Союз. Задавая вопрос, автор использует инверсию *veux-tu*, и обращается к Д. Трампу во 2 лице единственном числе (как обычно обращаются маленькие дети к взрослому).

В меме наблюдается полное взаимодействие вербальной и иконической частей. Данный односоставный мем-диалог читается аддитивным.

На рисунке 12 изображена сцена из известного фильма ужасов «Оно». Согласно сюжету клоун заманивает к себе ребенка при помощи *воздушного шарика* – *un ballon*, и впоследствии похищает его. Эффект комического достигается при участии 16-летней экологической активистки из Швеции Греты Тунберг, которая прославилась благодаря своей эмоциональной речи в ООН в защиту окружающей среды. Ниже представлен диалог между персонажами:



Рисунок 12. Tu veux un ballon?

(12) *Tu veux un ballon?* – Ты хочешь шарик?

*Est-ce du plastique?* – Он сделан из пластика?

*Oh merde!* – Черт!

**Интерпретация.** Исходя из диалога можно понять, что клоуну не удалось запугать и похитить девушку, а наоборот, благодаря второй фразе клоун смог идентифицировать стоящего перед собой человека и осознать парадоксальность сложившейся ситуации. Он произносит слово, относящееся к ненормативной лексике, что выражает его шок и испуг за свою жизнь. Исходя из выражения лица Греты, мы можем сделать вывод, что пластик наносит серьезный ущерб окружающей среде.

**Анализ вербальной части.** По структуре мем можно определить как многосоставный мем-диалог от 2-го лица. Исходя из классификации О.В. Поймановой данный креолизованный текст считается изобразительно-центрическим.

На рисунке 13 изображена экологическая активистка Грета Тунберг и военнослужащий. Вербальный компонент представлен в виде мини-диалога:



Рисунок 13. Ma génération

(13) *Ma génération va faire démarrer une révolution – Мое поколение скоро совершит революцию*

*Ta génération ne sait même pas faire démarrer une tondeuse – Твое поколение даже не знает, как запустить газонокосилку*

**Анализ вербальной части.** Каждый из героев является представителем своего поколения. Молодое поколение употребляет в своей

речи время *future immédiat – va faire*, обозначающее действие в ближайшем будущем. Второй персонаж мема не поддерживает движение Г. Тунберг, так как считает это поколение не способным совершить большой прорыв. На это указывает обращение военного к девушке во втором лице единственного числа *Ta génération – твое поколение*, а также частица речи *même – даже*. По его ухмылке можно понять, что он не воспринимает девушку всерьез.

По классификации О.В. Поймановой данный двусоставный мем-диалог характеризуется как аддитивный по степени соотношения объема информации и по роли изображения и текста.

Таким образом, проведенный анализ показал следующее соотношение структур:

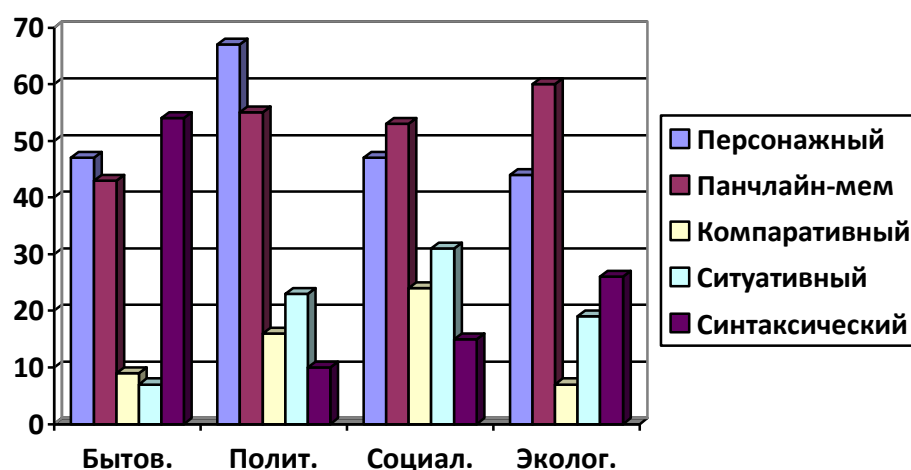


Рисунок 14. Соотношение структур разных видов мема

**Бытовые мемы.** Всего проанализировано 112 публикаций, из них 53 публикации являются смешанными. Чаще всего встретились такие структурные комбинации как персонажные + синтаксические мемы (28 публикаций), а также персонажные + панчлайн-мемы (18 публикаций). 59 содержат только 1 структурный тип: 22 синтаксических, 20 панчлайн-мемов, 10 персонажных, 5 компаративных, 2 ситуативных.

Из 112 публикаций встретились следующие структуры (по мере убывания): синтаксические мемы (61 публикация), персонажные мемы (53

публикации), смешанные мемы (53 публикации), панчлайн-мемы (48 публикаций), компаративные мемы (10 публикаций) и ситуативные мемы (8 публикаций).

**Политические мемы.** Общее количество - 100 публикаций, при этом 43 содержат в себе только 1 структурный тип: 20 персонажных, 14 панчлайн-мемов, 7 компаративных, 1 ситуативный. Остальные мемы (57) смешанной структуры. Наиболее частая структурная комбинация - персонажные + панчлайн-мемы (33 публикации).

Из 100 публикаций встретились следующие структуры (по мере убывания): персонажные мемы (67 публикаций), смешанные мемы (57 публикации), панчлайн-мемы (55 публикаций), ситуативные мемы (23 публикации), компаративные мемы (16 публикаций) и синтаксические мемы (10 публикаций).

**Социальные мемы.** Из общего количества социальных мемов (55 публикаций) 27 содержат в себе только 1 структурный тип: 12 панчлайн-мемов, 7 компаративных, 5 персонажных, 3 ситуативных. Оставшиеся 28 - смешанные публикации. Чаще всего встречалась структурная комбинация - персонажные + панчлайн-мемы (11 публикаций), а также персонажные + ситуативные мемы (11 публикаций).

Из 55 публикаций встретились следующие структуры (по мере убывания): панчлайн-мемы (29 публикаций), смешанные мемы (28 публикаций), персонажные мемы (26 публикаций), ситуативные мемы (17 публикаций), компаративные мемы (13 публикаций) и синтаксические мемы (8 публикаций).

**Экологические мемы.** Из общего количества публикаций (27 публикаций) 12 содержат в себе только 1 структурный тип: 8 панчлайн-мемов, 2 синтаксических, 1 персонажный, 1 ситуативный; оставшиеся 15 публикаций являются смешанными. Наиболее частая структурная комбинация - персонажные + панчлайн-мемы (6 публикаций).

Из 27 публикаций встретились следующие структуры (по мере убывания): панчлайн-мемы (16 публикаций), смешанные мемы (15 публикаций), персонажные мемы (12 публикаций), синтаксические мемы (7 публикаций), ситуативные мемы (5 публикаций) и компаративные мемы (2 публикации).

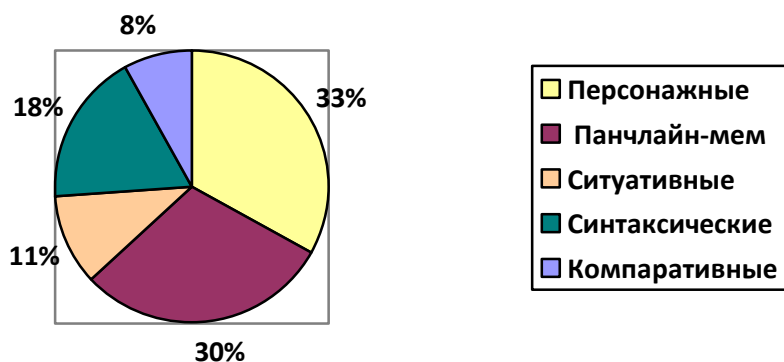


Рисунок 15. Частотность использования структур мема

Вне зависимости от тематической направленности мемов наиболее частыми структурами являются персонажная (33%) и панчлайн-мем (30%), благодаря которым удается наиболее точно передать смысл.

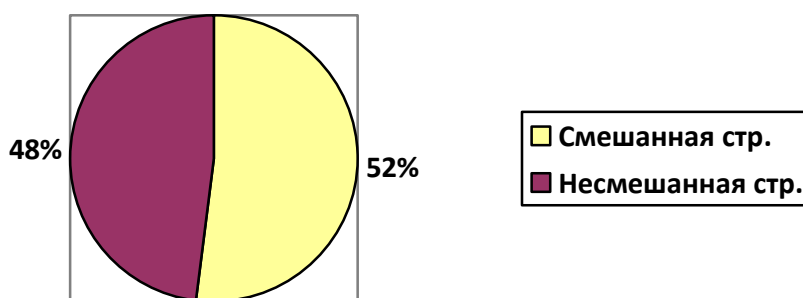


Рисунок 16. Соотношение смешанных и несмешанных структур

Согласно рисунку 16 соотношение смешанных и несмешанных структур практически одинаковое, что указывает на тот факт, что на достижение комизма не влияет количество используемых структур.

В таблице 1 представлены основные результаты проведенной нами работы.

Таблица 1. Семантико-прагматические особенности взаимодействия вербальных и невербальных компонентов

Структурный тип	Вид взаимодействия	Прагматическое воздействие
Ведущая функция: Придание комизма мему		
Панчлайн-мем	Панчлайн вербальный и развязка невербальная	Передача отношения автора к обыгрываемой ситуации
	Панчлайн вербальный и развязка вербальная	Улучшение понимания мема
	Вербальная развязка на английском языке	Придание сарказма, драматизма ситуации
Ведущая функция: Придание комизма мему		
Персонажная	Невербальная составляющая - знаменитые люди и прецедентные феномены из мемосферы в виде животных и простых людей	Нахождение отклика у реципиента в связи с распространенностью данной ситуации
	Акцент на невербальных компонентах: внешнем виде персонажа, его мимике и позе тела	Передача отношения автора к обыгрываемой ситуации
Ведущая функция: Придание комизма мему		
Компаративная	Использование в вербальной части синтаксического параллелизма	Представление неоправданных ожиданий и разочарования
	Построение вербальной и невербальной частей по шаблону «ожидание/реальность»	
	Противопоставление 1 л. ед. ч. и 3 л. ед. ч. + невербальные части с разными ситуациями	Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации
	Противопоставление форм залога «voix active/voix passive» - «активный/пассивный залог» + невербальная часть с разными ситуациями	
	Противопоставление временных форм «imparfait/présent» - «прошедшее незавершенное/настоящее» + невербальная часть с разными ситуациями	
	Вербальная часть со словами «vs» - «против», «quand» - «когда», «avant» - «до», «après» - «после», «maintenant» - «сейчас», «la réalité» - «реальность» + невербальная часть с разными ситуациями	Сравнение ситуации в прошлом и ситуации в настоящем
	Противопоставление временных форм «présent/présent» - «настоящее/настоящее», «passé composé/passé composé» - «прошедшее завершенное/прошедшее	
		Демонстрация неизменности ситуации

Структурный тип	Вид взаимодействия	Прагматическое воздействие
	завершенное» + невербальная часть с разными ситуациями;	
	Использование 3 вербальных и невербальных компонентов в структуре	Сравнение ситуаций или точек зрения, для демонстрации ухудшения ситуации
Ведущая функция: Придание комизма мему		
Синтаксическая	Вербальный компонент на английском языке	Придание сарказма, драматизма ситуации
	Часто используемые клише «quand» - «когда», «moi» - «я», «when» - «когда», «tu ne peut pas... si...» - «ты не можешь... если...»	Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации;  Отсылка к прецедентным феноменам мемосферы
	Использование в вербальной части «présent» - «настоящее время»	Указание на регулярность, периодическое повторение ситуации
	В большинстве случаев после клише используется подлежащее, выраженное в форме личного местоимения 1 л. ед. ч.	Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации
	Употребление подлежащего в форме неопределенно-личного местоимения «on»	Демонстрация типичности ситуации
	Изображению отдается большая роль в понимании смысла	Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации
Ведущая функция: Придание комизма мему		
Ситуативная	Мем может включать от 2 до 6 рисунков	Демонстрация ситуации в процессе развития, в динамике
	Большинство кадров изъяты из фильмов, мультфильмов, публичных выступлений политических деятелей и знаменитостей	Отсылка к прецедентным феноменам мемосферы
	В большинстве мемов персонажи задействованы в диалоге	Улучшение понимания мема
	Коммуникация между персонажами представлена не в виде текста, а при помощи действий персонажей	Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации

Таким образом, вербальные и невербальные компоненты в данном речевом жанре активно взаимодействуют в целях придания комизма мему.

## ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

В ходе анализа 294 мемов в современном французском языке (112 публикаций на бытовую тему, 100 на политическую, 55 на социальную и 27 на тему экологии), было установлено следующее:

1. Были обнаружены вербальные и невербальные особенности присущие для каждой структуры мема.

- Передача отношения автора к обыгрываемой ситуации чаще всего встречается в таких структурах как панчлайн-мем, персонажная. В первой структуре это выражается в вербальном панчлайне и невербальной развязке. Во второй акцент осуществляется на невербальные компоненты, такие как внешний вид персонажа, его мимика и поза тела.

- Улучшение понимания мема создается за счет вербального панчлайна и развязки в панчлайн-меме, а также за счет диалогов между персонажами в ситуативном меме.

- Использование сарказма и придача драматизма ситуации встречается в таких структурах как панчлайн-мем и синтаксическая, и достигается благодаря вербальной развязке на английском языке.

- Узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации встречается во многих структурах: персонажная, компаративная, синтаксическая и ситуативная. Данный прием реализуется при помощи использования знаменитых людей и прецедентных феноменов из мемосферы в виде животных и простых людей, противопоставления 1 л. ед. ч. и 3 л. ед. ч., а также форм залога, и использования клише. Кроме того, для того, чтобы найти отклик у реципиента авторы синтаксических мемов уделяют большое внимание изображению, поскольку благодаря ему происходит улучшение понимания ситуации. Также зачастую в ситуативных мемах коммуникация между персонажами представлена не в виде текста, а при помощи действий персонажей, что тоже оказывает влияние на узнаваемость реципиентом самого себя.



- Отсылка к прецедентным феноменам мемосферы встречается в синтаксических и ситуативных мемах, что достигается за счет использования популярных слов и клише, а также благодаря невербальным компонентам (кадры из фильмов, мультфильмов, публичных выступлений политических деятелей и знаменитостей).

- Демонстрация динамики развития ситуации характерна для компаративной, синтаксической и ситуативной структур. В первой структуре встречается сравнение ситуации в прошлом и настоящем времени, демонстрация неизменности ситуации, что достигается при помощи противопоставления временных форм, сопоставления 3 вербальных и невербальных компонентов в структуре, а также использование вербальных временных маркеров. Синтаксической структуре присуще указание на регулярность, периодическое повторение ситуации и ее типичность, что осуществляется благодаря использованию в вербальной части настоящего времени, а также подлежащего в форме неопределенно-личного местоимения *он*. В ситуативном меме развитие ситуации происходит за счет использования нескольких невербальных компонентов.

- Представление неоправданных ожиданий и разочарования присуще компаративной структуре, что достигается благодаря синтаксическому параллелизму в вербальной части, а также построению вербальной и невербальной частей по шаблону «ожидание/реальность».

2. Чаще всего используются такие структуры как персонажная (33%) и панчлайн-мем (30%), благодаря которым удастся наиболее точно передать смысл. Соотношение смешанных (52%) и несмешанных (48%) структур практически одинаковое, что указывает на тот факт, что на достижение комизма не влияет количество используемых структур.

3. Согласно классификации О.В. Поймановой проведённый анализ показал, что для панчлайн-мемов характерно следующее взаимодействие вербального и невербального компонентов по соотношению объема

информации, переданной различными знаками, и по роли изображения, (по мере убывания): интегративное (52%), выделительное (17%), изобразительно-центрическое (16%), аддитивное (13%), репетиционное (1,3%), оппозитивное (0,6%).

Для персонажной структуры характерно следующее взаимодействие вербального и невербального компонентов (по мере убывания): интегративное (52%), выделительное (17%), изобразительно-центрическое (16%), аддитивное (10%), оппозитивное (3,7%), репетиционное (1,2%).

Мемам с синтаксической структурой свойственно следующее взаимодействие вербального и невербального компонентов (по мере убывания): интегративное (57%), выделительное (17%), аддитивное (9%), изобразительно-центрическое (8%), оппозитивное (5%), репетиционное (3%).

Для компаративной структуры характерно следующее взаимодействие вербального и невербального компонентов (по мере убывания): оппозитивное (41%), интегративное (19,5%), изобразительно-центрическое (19,5%), выделительное (12%), аддитивное (7%), репетиционное (0%).

Для ситуативной структуры свойственно следующее взаимодействие вербального и невербального компонентов (по мере убывания): интегративное (51%), изобразительно-центрическое (28,5%), выделительное (11%), аддитивное (7,5%), репетиционное (2%), оппозитивное (0%).

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование посвящено выявлению взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в речевом жанре мема в современном французском языке.

Работа над теоретической базой исследования позволяет сделать вывод, что понятия креолизованный, семиотически осложненный, поликодовый, мультимодальный, вербально-визуальный, видеовербальный тексты в большинстве случаев отсылают к одному и тому же объекту исследования. При этом смысловые границы между данными терминами не являются достаточно четкими. Как следствие, в современном языкознании терминологически эти понятия в ряде контекстов используются как взаимозаменяемые. В данном исследовании, вслед за Е.Е. Анисимовой и Т.Г. Орловой, мем определяется синонимичными понятиями «креолизованный» или «поликодовый текст».

Мем представляет собой идею, образ, объект нематериальной культуры, который передается от одного члена общества к другому. Мем – это особая креолизованная форма, в которой сложное взаимодействие вербальной и невербальной составляющих представляет большой интерес для многих лингвистов. Он содержит много отсылок и требует достаточно глубоких фоновых знаний для понимания смысла.

Интернет-мем можно рассматривать как речевой жанр, поскольку ему присущи определенные лингвистические и экстралингвистические отличия. Так, например, наблюдаются регулярно повторяющиеся лексические, грамматические и стилистические особенности, а также особенности в структуре текста и в невербальной части мема.

Карикатура, демотиватор, шарж, эдвайсы, интернет комиксы и мем являются продуктами, которые передают информацию в текстово-графическом формате. Они имеют как общие черты, так и отличительные.

Так, например, они направлены на получение эмоционального отклика со стороны реципиента, но отличаются способом оформления.

Согласно целям и задачам исследования при проведении предварительного анализа объекта в качестве инструментов исследования определены следующие методы – мультимодальный анализ, контекстуальный анализ и описательный метод.

Проведенный анализ интернет-мемов выявил особенности взаимодействия вербального и невербального компонентов в его структуре. Текст является неотъемлемой частью интернет-мема, в ином случае публикация теряет всякий смысл и становится просто картинкой. Взаимодействие вербальной части и иконического компонента создают уникальный смысл, не присущий ни той, ни другой составляющей по отдельности. Более того, был выявлен ряд параметров, на основе которых проводился анализ взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в структуре мема.

Были выявлены структурные закономерности в мемах на бытовую, политическую социальную и экологическую тематику. В каждой группе большая часть публикаций построена по смешанному типу, то есть содержит в себе несколько структур. Также, были обнаружены семантико-прагматические особенности взаимодействия вербальных и невербальных компонентов.

Специфика взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в панчлайн-меме заключается в следующем: панчлайн вербальный и развязка невербальная направлены на передачу отношения автора к обыгрываемой ситуации. При этом, если вербальная развязка сформулирована на английском языке, то мему придается сарказм и драматизм.

Взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в персонажном меме:

Невербальная составляющая со знаменитыми людьми и прецедентными феноменами мемосферы в виде животных и простых людей

направлено на нахождение отклика у реципиента в связи с распространенностью данной ситуации. Вербальный компонент в большинстве случаев направлен либо на реципиента, либо используются личное местоимение 1 л. ед. ч. или неопределенно-личное местоимение.

Акцент на невербальных компонентах: внешнем виде персонажа, его мимике и позе тела передает отношение автора к обыгрываемой ситуации. В свою очередь вербальный компонент подчеркивает данный акцент.

Специфика взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в компаративном меме более разнообразна и служит большему количеству прагматических целей, она заключается в следующем:

Используются два изображения, при этом если вербальное сопровождение включает синтаксический параллелизм, то подобное взаимодействие ведет к представлению неоправданных ожиданий и разочарования.

Этой же прагматической цели в данном типе мема служит построение вербальной и невербальной частей по шаблону ожидание/реальность.

Противопоставление 1 л. ед. ч. и 3 л. ед. ч. + невербальные части с разными ситуациями в компаративном меме, а также противопоставление форм залога *voix active/voix passive* – активный/пассивный залог + невербальная часть с разными ситуациями направлены на узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации.

Невербальная часть с разными ситуациями, сопровождаемая противопоставлением временных форм *imparfait/présent* – прошедшее незавершенное/настоящее или же вербальная часть со словами *vs* – против, *quand* – когда, *avant* – до, *après* – после, *maintenant* – сейчас, *la réalité* – реальность направлены на сравнение ситуации в прошлом и ситуации в настоящем.

Противопоставление временных форм *présent/présent* – настоящее/настоящее, *passé composé/passé composé* – прошедшее завершенное/прошедшее завершенное вкупе с невербальной частью,

показывающей разные ситуации используется для демонстрации неизменности ситуации.

Использование в компаративном меме 3 вербальных и невербальных компонентов в структуре направлено на сравнение ситуаций или точек зрения, для демонстрации ухудшения ситуации.

Особенности взаимодействия вербальных и невербальных компонентов в синтаксическом меме также многочисленны.

Вербальный компонент на английском языке + невербальный компонент из фильмов, мультфильмов, интервью известных людей, направлен на придание сарказма, драматизма ситуации.

Часто используемые клише *quand – когда, moi – я, when – когда, tu ne peut pas... si... – ты не можешь... если...* + невербальный компонент из фильмов, мультфильмов, интервью известных людей, а также, животные и люди, которые являются прецедентными феноменами мемосферы направлены на узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации, либо служит отсылкой к прецедентным феноменам мемосферы.

Использование в вербальной части *présent – настоящее время* + невербальный компонент из фильмов, мультфильмов, интервью известных людей, а также, животные и люди, которые являются прецедентными феноменами мемосферы, указывают на регулярность, периодическое повторение ситуации.

Использование подлежащего в форме личного местоимения 1 л. ед. ч. + невербальный компонент из фильмов, мультфильмов, интервью известных людей, а также, животные и люди, которые являются прецедентными феноменами мемосферы, направлены на узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации.

Употребление подлежащего в форме неопределенно-личного местоимения *on* + невербальный компонент из фильмов, мультфильмов, интервью известных людей, а также, животные и люди, которые являются

прецедентными феноменами мемосферы, способствуют демонстрации типичности ситуации.

Если при этом в синтаксическом меме изображению отдается большая роль в понимании смысла, то подобное взаимодействие направлено на узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации.

Взаимодействие вербальных и невербальных компонентов в ситуативном меме: мем может включать от 2 до 6 рисунков + вербальное сопровождение, представленное в виде диалога или короткой фразы, демонстрируют ситуацию в процессе развития, в динамике.

Если большинство кадров взяты из фильмов, мультфильмов, публичных выступлений политических деятелей и знаменитостей + вербальное сопровождение, представленное в виде диалога или короткой фразы, то происходит отсылка к прецедентным феноменам мемосферы.

Если персонажи ситуативного мема задействованы в диалоге, то подобное способствует улучшению понимания.

Наконец, если коммуникация между персонажами представлена не в виде текста, а при помощи действий персонажей, то происходит узнавание реципиентом самого себя в обыгрываемой ситуации, где вербальный компонент описывает представленную ситуацию.

Исходя из классификации О.В. Поймановой, по соотношению объема информации, переданной различными знаками, и по роли изображения, для панчлайн-мемов, персонажной, синтаксической и ситуативной структур характерен интегративный (52%, 52%, 57%, 51%) тип взаимодействия двух компонентов, для компаративной – оппозитивный (41%) тип.

Анализ показал, что в основном для достижения комического эффекта для любого мема характерны структуры персонажного и панчлайн-мема.

Результат проведенной работы можно использовать при дальнейшем исследовании семантико-прагматических особенностей вербальных и невербальных компонентов юмористических жанров различной направленности с привлечением дополнительных единиц эмпирического

материала. Интересным направлением будет сравнительно-сопоставительное исследование мемов на материале нескольких языков.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Айнутдинов А.С. Типология и функции карикатуры в прессе // Вестник ЧелГУ. 2008. С. 20–28.
2. Анисимова Е.Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов). М.: Academia, 2003. 128 с.
3. Артемова Е.А. Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2002. 240 с.
4. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров // Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1979. С. 237–280.
5. Бек Д., Кован К. Спиральная динамика. Управляя ценностями, лидерством и изменениями в XXI веке. М.: Открытый Мир, 2010. 424 с.
6. Бернацкая А.А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение: Специализированный вестник / под ред. А.П. Сковордникова. Красноярск: Изд-во Краснояр. Гос. Ун-т, 2000. Вып. 3. С. 48–56.
7. Броуди Р. Психические вирусы. М.: Современные психотехнологии, 2002. 192 с.
8. Ворошилова М.Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: УрГПУ, 2013. 194 с.
9. Голиков А.С., Калашникова А.А. Демотиваторы в интернет-коммуникации: генезис, смысл, типология // Вестник ХГУ. 2010. Вып. 16. С. 124–130.
10. Головина Л.В. Влияние иконических и вербальных знаков при смысловом восприятии текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1986. 173 с.
11. Дементьева К.В. Медиамем и его роль в формировании полиэтничного общества // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. Вып. 53. С. 257–278.

12. Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993. 316 с.
13. Дубовицкая Л.В. Феномен креолизованного текста: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 2013. 22 с.
14. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста: материалы научной конференции при МГПИИЯ им. М. Тозера. Ч.I. М., 1974. С.103–109.
15. Елина Е.А. Семиотика рекламы. М.: Дашков и Ко, 2009. 136 с.
16. Жигарева Е.А. Текст как семиотическая категория // Вестник АУБ. Серия: Филология. 2009.
17. Загоруйко А.О., Ефремова М.А. Потенциал использования интернет-мемов в качестве обучающего средства // Вопросы методики преподавания в вузе. 2019. Т. 8. Вып. 28. С. 12–21.
18. Иркабаева М.В. Речевые акты и речевые жанры: соотношения // Вестник Башкирского университета. 2010. Вып.3. С. 626–640.
19. Канашина С.В. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2016. 27 с.
20. Канашина С.В. Интернет-мем как поликодовый текст // Языковое бытие человека и этноса. 2017. С. 106–112.
21. Канашина С.В. Мем как единица передачи культурной информации языковыми и неязыковыми средствами [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru/5Z6d> (дата обращения: 05.01.2020).
22. Карикатура // Академик: словари и энциклопедии на академике [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru/6oUi> (дата обращения: 15.01.2020).
23. Кубрякова Е.С. Введение. Основные направления в современном развитии грамматической мысли // Современные грамматические теории. Сб. научно-аналитич. обзоров. – М.: ИНИОН, 1985. С. 5–29.

24. Лебедева М.Ю. «Новая грамотность»: что такое мультимодальные тексты [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-gl.ru/6oUk> (дата обращения: 08.01.2020).
25. Менегетти А. Онтопсихология и меметика. М.: Psicologica Editrice Roma, 2005. 387 с.
26. Мусохранова А.А., Крапивкина О.А. Типология креолизованных текстов // European Student Scientific Journal. 2014. Вып. 3.
27. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2012. Вып. 2. С. 47–52.
28. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. М.: Азбуковник, 1997. 944 с.
29. Орлова Т.Г. Педагогическое речеведение. Словарь-справочник / под ред. Т.А. Ладыженской и А.К. Михальской. М.: Флинта. Наука, 1998. 312 с.
30. Пересторонина И.Л., Панькова Е.С. Понятия семиотического, креолизованного и рекламного текста в лингвистике // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. Серия: Языкознание. Литературоведение. 2012. С. 83–89.
31. Пойманова О.В. Семантическое пространство видеовербального текста. Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Москва, 1997. 24 с.
32. Прокофьев Г.В. Категория интердискурсивности как средство организации медиадискурса // Вестник ТГПУ. Серия: Языкознание. Литературоведение. 2013. С. 77–79.
33. Рашкофф Д. Медиавирус. Тайные послания в популярной культуре. М.: Ультра, 2003. 193 с.
34. Реформатский А.А. Лингвистика и полиграфия. М.: ВЦК НА, 1933. 58 с.
35. Сидорова Е.В. Использование мультимодального текста при изучении эмоциональной речи // Ученые записки ОГУ. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2013. С. 145–149.

36. Сонин А.Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления // Вопросы языкознания. 2005. Вып. 6. С. 115–124.
37. Сонин А.Г. Комикс: психолингвистический анализ. Барнаул: Алтайский госуниверситет, 1999. 111 с.
38. Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Наука, 1990. С. 180–186.
39. Тумакова Е.В. Креолизованный текст в художественном и медийном дискурсе // Мир русского слова. 2016. Вып. 2. С. 43–49.
40. Харитонов Е.В. Девятое Искусство: Зарубежный фантастический комикс. М.: Academia, 2005. 95 с.
41. Чернявская В.Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. М.: Либроком, 2009. 248 с.
42. Шереметова В.С. Интернет-мем как лингвистический феномен [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru/6oUr> (дата обращения: 05.01.2020).
43. Щурина Ю.В. Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров // Жанры речи. 2014. С. 147–153.
44. Щурина Ю.В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник ЧГУ. 2014. Вып. 6. С. 85–89.
45. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. Вып. 3. С. 160–171.
46. Cambridge Dictionary [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nArov> (дата обращения: 08.06.2021).
47. Gautier A., Siouffi G. Les mêmes langagiers: propagation, figement, déformation [numéro thématique] // Travaux de linguistique. 2016. 73. P. 7–25.
48. Guijarro, J.M., Sanz, M.J. On interaction of image and verbal text in a picture book. A Multimodal and Systemic Functional Study. Palgrave Macmillan, 2009. 123 p.

49. Henry Jenkins [Электронный ресурс]. 2011. URL: <https://google.ru/G9TJS> (дата обращения: 17.05.2021).
50. Kostadinovska-Stojchevska B. Shalevska E. Internet memes and their socio-linguistic features // *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*. 2018. 2(4) P. 158–169.
51. Kress G.R., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The modes and the media of contemporary communication* // Oxford University Press. 2001. P. 115–118.
52. Liberté de la presse: le dessin comme arme absolue ? // *Enseigner le français* [Электронный ресурс]. 2003. URL: <http://goo.gl/Pjii4e> (дата обращения: 17.04.2020).
53. Linke A., Nussbaumer M., Portmann P.R.. *Studienbuch Linguistik* // *Journal of Germanic Linguistics*. 1994. С. 344–345.
54. McCulloch G. A Linguist Explains the Grammar of Doge [Электронный ресурс]. 2014. URL: <https://goo-gl.ru/P63KQ> (дата обращения: 15.01.2020).
55. Napieralski A., Goniewicz A. La rupture du tabou sur Internet – analyse linguistique des mèmes sur Aleksander Kwasniewski // *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Romanica*. 2017. Т. 12. P. 192–195.
56. Overview of multimodal literacy. Victoria State Government [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/7TbVN> (дата обращения: 17.05.2021).
57. Reed J. The language of memes – and how to create your own [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-gl.ru/ye7gM> (дата обращения: 15.01.2020).
58. What is Multimodal Text (Page 3). Line [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru/yEmu5> (дата обращения: 17.05.2021).

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

1. 2021 // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nxWAG> (дата обращения: 07.04.2021).
2. 3 pompes // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/MPLzS> (дата обращения: 21.05.2021).
3. À cause du réchauffement // Facebook [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/czJcK> (дата обращения: 07.06.2020).
4. À l'heure // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/mKc0L> (дата обращения: 07.04.2021).
5. Albert Einstein // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/IJTbr> (дата обращения: 10.03.2020).
6. Albert Vanberghe // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/XGuxG> (дата обращения: 07.04.2021).
7. Alexandria Ocasio-Cortez // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/VHhUT> (дата обращения: 19.03.2021).
8. Allégorie // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/lu7wN> (дата обращения: 31.05.2021).
9. Appeler les États-unis “States” // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Vlqmf> (дата обращения: 16.05.2021).
10. Après taxe // Google [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1elw> (дата обращения: 23.04.2020).
11. Articles des traités européens // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/JBakY> (дата обращения: 25.05.2021).
12. Attention aux coups de soleil // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/КМокv> (дата обращения: 02.04.2021).
13. Au goulag // Facebook [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-gl.ru/boze> (дата обращения: 13.03.2020).
14. Au restaurant // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/JvezC> (дата обращения: 02.04.2021).

15. Au revoir // Memedroit [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo.su/1EIZ> (дата обращения: 23.04.2020).
16. Вае // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/rk2HQ> (дата обращения: 08.06.2021).
17. Barrez-vous, flemme de dire bonjour // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/3u17c> (дата обращения: 21.05.2021).
18. Bonjour Manu // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/FXtf1> (дата обращения: 07.04.2021).
19. Bonne ambi // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/cWMY3> (дата обращения: 13.04.2021).
20. Bonsoir Docteur! // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/1Wp94> (дата обращения: 02.04.2021).
21. C'est la carte du covid clochard! // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/5aB70> (дата обращения: 02.04.2021).
22. C'est votre projet! // KnowYourMeme [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://goo.su/1ekY> (дата обращения: 13.04.2020).
23. C'était bien l'école // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nNE7u> (дата обращения: 25.05.2021).
24. Ça doit être la gastro // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/DYAO2> (дата обращения: 21.05.2021).
25. Ça fait beaucoup là non? // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/mOFp9> (дата обращения: 07.06.2020).
26. Ça passe? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/tUu4k> (дата обращения: 21.05.2021).
27. Capitalisme vs Communisme // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/1B16E> (дата обращения: 02.04.2021).
28. Ce couple qui court // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/3iciz> (дата обращения: 02.04.2021).
29. Ce moment de souffrance // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/WpAXj> (дата обращения: 21.05.2021).

30. Ce que je crois faire quand je drague // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/WJZ3Z> (дата обращения: 07.04.2021).
31. Ce que Macron a dit // Fr.memedroid [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Th> (дата обращения: 17.05.2020).
32. Ce que veulent les séparatistes // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/eMig7> (дата обращения: 07.04.2021).
33. Célibataire // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/N09jt> (дата обращения: 02.04.2021).
34. Ces politiques! // pinterest [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1eor> (дата обращения: 19.05.2020).
35. Cette blague m'a pas trop convaincu // photofunky [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1elm> (дата обращения: 19.05.2020).
36. Changer l'Europe // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/Um4l6> (дата обращения: 25.05.2021).
37. Comment tu sais que tu l'aimes bien? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/5jFmK> (дата обращения: 21.05.2021).
38. Covid-19 // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/vJb7K> (дата обращения: 02.04.2021).
39. Croissance nulle? // eklablog [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/8K5wu> (дата обращения: 07.03.2020).
40. Déconfinement, ça se précise // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/527pW> (дата обращения: 19.03.2021).
41. Députés français // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/TiwwW> (дата обращения: 07.04.2021).
42. Des insectes // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/1znMh> (дата обращения: 21.05.2021).
43. Détruire l'UE // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/fyLtK> (дата обращения: 25.05.2021).
44. Dis siri // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-su/1EQU> (дата обращения: 29.03.2020).



45. Dis-le encore, Emmanuel // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Q7dpA> (дата обращения: 07.04.2021).
46. Donald Trump // Meme Gag [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1erpx> (дата обращения: 13.04.2020).
47. Égalité // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/t3IwD> (дата обращения: 07.04.2021).
48. Emmanwell // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/KBTFZ> (дата обращения: 07.04.2021).
49. Encore un dernier et j'arrete // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/ZmXrB> (дата обращения: 07.04.2021).
50. Environnement Canada // Meme Generator [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/hhE09> (дата обращения: 07.06.2020).
51. Erreur de retrait du périphérique // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/p18xb> (дата обращения: 07.04.2021).
52. Essaie de me mordre la jambe // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U3> (дата обращения: 08.05.2020).
53. Et la je leur dit // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/SUOGP> (дата обращения: 02.04.2021).
54. État français // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/wZsz1> (дата обращения: 07.04.2021).
55. Être dans la trentaine // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/4SdNB> (дата обращения: 21.05.2021).
56. Être modialement connu // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/2UGZN> (дата обращения: 02.04.2021).
57. Europe Écologie Les Verts // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/LOCro> (дата обращения: 10.03.2020).
58. Éviter le crash écologique // VDR Nation [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/VIBs6> (дата обращения: 07.06.2020).
59. Expert en mèmes // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/ajqw2> (дата обращения: 02.04.2021).

60. Fin de soirée // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo.su/1Eqc> (дата обращения: 19.04.2020).
61. First brexit than frexit // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/gwJim> (дата обращения: 07.04.2021).
62. Fiston, tu as été adopté // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/bwVRF> (дата обращения: 02.04.2021).
63. France vs Italie // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Paiez> (дата обращения: 02.04.2021).
64. François Fillon // Memedroid [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://goo-gl.ru/8CMD1> (дата обращения: 07.03.2020).
65. Gilets jeunes // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/vp8bE> (дата обращения: 07.04.2021).
66. Go relire le chapitre d'avant // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/QBP9w> (дата обращения: 21.05.2021).
67. Gouvernement // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/VsDxb> (дата обращения: 02.04.2021).
68. Grace au coronavirus // Memedroid [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/oordG> (дата обращения: 07.06.2020).
69. Greta revient à l'école // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Zt1xf> (дата обращения: 02.04.2021).
70. Help // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/M3Ruo> (дата обращения: 21.05.2021).
71. Hier j'ai révisé jusque 23h // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Mcdum> (дата обращения: 02.04.2021).
72. Hollande // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo.su/1ere> (дата обращения: 08.05.2020).
73. Il a ses petites habitudes comme tout le monde // hitek.fr [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://goo-gl.ru/6oyN> (дата обращения: 13.03.2020).
74. Il est temps d'y aller // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/sWsUM> (дата обращения: 02.04.2021).

75. П у а u n a n // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/QmzCl> (дата обращения: 21.05.2021).
76. Invironmentlest // Google [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/AfLVn> (дата обращения: 07.06.2020).
77. It's french system // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-su/1eQT> (дата обращения: 29.03.2020).
78. J'ai l'air de buguer // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Nc5Hz> (дата обращения: 21.05.2021).
79. J'ai perdu mes enfants... // Pinterest [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/SUIL3> (дата обращения: 25.05.2021).
80. J'insulte les Français // Union-Nationale [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Tg> (дата обращения: 01.04.2020).
81. J'suis si mignonne // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/p5c3x> (дата обращения: 21.05.2021).
82. Jaurès // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/4SE3R> (дата обращения: 07.04.2021).
83. Je relis le même paragraphe // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/PurJF> (дата обращения: 21.05.2021).
84. Je relooke mon future ex // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/D3G4D> (дата обращения: 21.05.2021).
85. Je suis sorti courir hier... // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/O9W6W> (дата обращения: 02.04.2021).
86. Je suis un blessé de guerre // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/zReAh> (дата обращения: 21.05.2021).
87. Je t'écoute Anaïs // Facebook [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/ndBZN> (дата обращения: 07.06.2020).
88. Je vais chercher du pain // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Chuwg> (дата обращения: 02.04.2021).
89. Je veux une vague rouge // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/shRx3> (дата обращения: 02.04.2021).

90. Jean Castex // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/h1nvt> (дата обращения: 07.04.2021).
91. Kan tu rigoles a la blague // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U7> (дата обращения: 19.04.2020).
92. Keuf keuf keuf // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/gWB1U> (дата обращения: 21.05.2021).
93. Kim Jong Un // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1erI> (дата обращения: 08.05.2020).
94. Kim Jong-Un // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/IFnWh> (дата обращения: 02.04.2021).
95. Kim-Jong-Un: \*meurt\* // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U1> (дата обращения: 08.05.2020).
96. L'appel // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1erc> (дата обращения: 29.05.2020).
97. L'environnement? // QuickMeme [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/mNfJl> (дата обращения: 07.06.2020).
98. L'esclavage // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/WqElv> (дата обращения: 07.04.2021).
99. L'état , L'économie, les étudiants // Memedroid [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/oordG> (дата обращения: 07.06.2020).
100. L'Europe qui protège // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/HNYki> (дата обращения: 07.04.2021).
101. L'image du jour // Vondamanjak [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-gl.ru/6oBx> (дата обращения: 11.04.2020).
102. L'industrie textile // Google [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/ZzaFg> (дата обращения: 07.06.2020).
103. L'offre que j'ai montré // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/7IM7r> (дата обращения: 07.04.2021).
104. L'Union européenne // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/jU2mD> (дата обращения: 25.05.2021).

105. L'Union européenne est un projet de paix... // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/HuRsX> (дата обращения: 07.04.2021).
106. L'Union Européenne, en fait // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/BP11z> (дата обращения: 07.04.2021).
107. La Chine // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/YiES0> (дата обращения: 02.04.2021).
108. La croissance économique // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/O5OXC> (дата обращения: 07.06.2020).
109. La croissance verte // Chroniques du nouveau monde [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/CwoY7> (дата обращения: 07.06.2020).
110. La dame du CDI // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/lwuuu> (дата обращения: 21.05.2021).
111. La deuxième vague // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/3mSYe> (дата обращения: 07.04.2021).
112. La dure vie des anti-écologie // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/fBrPV> (дата обращения: 07.06.2020).
113. La féministe engagée // Memedroid [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Uwpu2> (дата обращения: 07.06.2020).
114. La fin du confinement // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1EQ6> (дата обращения: 14.04.2020).
115. La France // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/EtOSK> (дата обращения: 07.04.2021).
116. La France en 1944 // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/EL14d> (дата обращения: 02.04.2021).
117. La France quand elle doit defendre la police // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/EkbUI> (дата обращения: 07.04.2021).
118. La même personne // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1EQn> (дата обращения: 29.03.2020).

119. La nationalité française // Meme [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://goo.su/1em8> (дата обращения: 14.04.2020).
120. La police quand il faut condamner des violeurs // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/b8IR9> (дата обращения: 19.03.2021).
121. La poubelle // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/fCoXh> (дата обращения: 21.05.2021).
122. La première fois // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/gLV0r> (дата обращения: 21.05.2021).
123. La presidential election candidates 2016 // fr.memedroid [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-gl.ru/6oBG> (дата обращения: 01.05.2020).
124. La république // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/fiIKj> (дата обращения: 07.04.2021).
125. La situation actuelle // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/1Uc3G> (дата обращения: 07.04.2021).
126. La Suisse // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/3уwга> (дата обращения: 07.06.2020).
127. La Suisse // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/au9AU> (дата обращения: 02.04.2021).
128. Le 3eme confinement // Memedroid [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/oordG> (дата обращения: 07.06.2020).
129. Le 3eme confinement // Memedroid [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/oordG> (дата обращения: 07.06.2020).
130. Le 8<sup>e</sup> merveille du monde // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/4fPuJ> (дата обращения: 21.05.2021).
131. Le discours des militants // Google [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/qF1ll> (дата обращения: 07.06.2020).
132. Le gouvernement vs les jeunes // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/x6Ugp> (дата обращения: 19.03.2021).

133. Le Maya dyslexique // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/s0cPz> (дата обращения: 02.04.2021).
134. Le mec au bar // pinterest [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1eld> (дата обращения: 19.05.2020).
135. Le même programme // Twitter [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1EQ9> (дата обращения: 01.05.2020).
136. Le nouveau spécimen // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/LCAE5> (дата обращения: 21.05.2021).
137. Le patriarcat // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/uTNqY> (дата обращения: 02.04.2021).
138. Le peuple français // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Bb6ud> (дата обращения: 02.04.2021).
139. Le pire feeling // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/0NOJk> (дата обращения: 25.05.2021).
140. Le plat typiquement canadien // hitek.fr [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://goo-gl.ru/6oуN> (дата обращения: 13.03.2020).
141. Le pote le plus radin // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/0EIWO> (дата обращения: 02.04.2021).
142. Le président de Gaulle // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/HjFpb> (дата обращения: 16.05.2021).
143. Le réchauffement climatique?! // Chroniques du nouveau monde [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/CwoY7> (дата обращения: 07.06.2020).
144. Le regard // Pinterest [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/TYafB> (дата обращения: 25.05.2021).
145. Le saumon // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/iy0ph> (дата обращения: 07.04.2021).
146. Le télé-travail // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/2R7v8> (дата обращения: 02.04.2021).

147. Le Tsar // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/JADJ8> (дата обращения: 02.04.2021).
148. Le yoga // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/x10Jh> (дата обращения: 02.04.2021).
149. Lequel des deux est toujours vivant? // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/LnBey> (дата обращения: 07.04.2021).
150. Les agents du FBI // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/2F9XU> (дата обращения: 02.04.2021).
151. Les Alliés // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nmzT1> (дата обращения: 07.04.2021).
152. Les associations anti-raciste // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/suvKD> (дата обращения: 02.04.2021).
153. Les bad boy // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/g87RX> (дата обращения: 21.05.2021).
154. Les champs élysées // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Y4bcS> (дата обращения: 10.03.2020).
155. Les chasseurs // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/15hTn> (дата обращения: 07.06.2020).
156. Les conducteurs de camions // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/1ZLFx> (дата обращения: 02.04.2021).
157. Les déplacements interrégionaux // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/KSVJ7> (дата обращения: 21.05.2021).
158. Les élèves // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1eRH> (дата обращения: 29.05.2020).
159. Les escaladeurs de Montagnes // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/s4Q96> (дата обращения: 02.04.2021).
160. Les États Unis // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/x6Ugp> (дата обращения: 07.04.2021).
161. Les Etats-Unis // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/O1iSb> (дата обращения: 02.04.2021).



162. Les européistes se voyant batir l'Europe // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/GQaXs> (дата обращения: 07.04.2021).
163. Les froitards // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/Pi5s6> (дата обращения: 01.05.2021).
164. Les mecs quand tu leur dis // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2TQ> (дата обращения: 23.05.2020).
165. Les médecins en Corée du Nord // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Oq6PS> (дата обращения: 02.04.2021).
166. Les meufs de télérealité // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nwuLm> (дата обращения: 21.05.2021).
167. Les parisiens // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Wh1Ce> (дата обращения: 02.04.2021).
168. Les prisonniers // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/ZEkUU> (дата обращения: 10.03.2020).
169. Les scénarios // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Bsojr> (дата обращения: 13.04.2021).
170. Les soldats allemands drogués à la pervitine // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nx7c5> (дата обращения: 07.04.2021).
171. Les USA // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Dr6Ay> (дата обращения: 07.04.2021).
172. Les USA // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/VM6UN> (дата обращения: 02.04.2021).
173. Libéral // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/E99qP> (дата обращения: 01.05.2021).
174. Louis XVI // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/yit7x> (дата обращения: 10.03.2020).
175. Louis XVI // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/O3oEz> (дата обращения: 02.04.2021).

176. Ma banquière quand // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/XmGfk> (дата обращения: 31.05.2021).
177. Ma démocratie // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-su/1EpT> (дата обращения: 24.04.2020).
178. Ma génération // les moutons enragés [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Tp> (дата обращения: 23.05.2020).
179. Ma maman // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/3BowB> (дата обращения: 13.04.2021).
180. Macron // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/it42h> (дата обращения: 07.04.2021).
181. Macron au sommet de l'OTAN // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/WdnS8> (дата обращения: 07.04.2021).
182. Macron nous cache t-il quelque chose ?? // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Tn> (дата обращения: 23.05.2020).
183. Macron vs Gilets jeunes // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/A7I8t> (дата обращения: 07.04.2021).
184. Magasin // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/acuTm> (дата обращения: 02.04.2021).
185. Mais le brexit peut etre annulé? // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/kHhL0> (дата обращения: 07.04.2021).
186. Maman, je sors // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/WIGu4> (дата обращения: 02.04.2021).
187. Marseillais au volant // Twitter [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-su/1elc> (дата обращения: 12.05.2020).
188. Me when je donne des conseils love // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/aLdeq> (дата обращения: 25.05.2021).
189. Meme français Macron // pinterest [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-su/1eR7> (дата обращения: 19.05.2020).
190. Merci encore pour la technique // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/do4jT> (дата обращения: 02.04.2021).

191. Merci Routine // Makeameme.org [Электронный ресурс]. Б.г. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U6> (дата обращения: 19.04.2020).
192. Merkel et Trump // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1Erd> (дата обращения: 29.05.2020).
193. Mes pauvres potes // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/xz59D> (дата обращения: 21.05.2021).
194. Mes voisins // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/RE02S> (дата обращения: 21.05.2021).
195. Missed calls // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/DvyCM> (дата обращения: 02.04.2021).
196. Moi à 12 ans // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/ddbhr> (дата обращения: 21.05.2021).
197. Moi après m'être coupé les cheveux // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/7BFkv> (дата обращения: 21.05.2021).
198. Moi quand j'arrive chez mes potes // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/k0WsT> (дата обращения: 13.04.2021).
199. Moi quand je réalise // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Wju1K> (дата обращения: 13.04.2021).
200. Moi quand le prof m'autorise à rentrer // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/6shhk> (дата обращения: 10.03.2020).
201. Moi, je n'en sais rien // RMweb [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://goo-su/1EmF> (дата обращения: 14.04.2020).
202. Mon horoscope // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/8MIVC> (дата обращения: 21.05.2021).
203. Mon pote // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/J6LoA> (дата обращения: 21.05.2021).
204. Mon professeur en ligne // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/W9cB2> (дата обращения: 02.04.2021).
205. Napoléon 1<sup>er</sup> // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/1a0dB> (дата обращения: 07.04.2021).

206. Nicolas Sarkozy // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/gcOKs> (дата обращения: 07.04.2021).
207. Nos missiles // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Tm> (дата обращения: 23.05.2020).
208. Nouveaux pays membres // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/mkK3q> (дата обращения: 07.04.2021).
209. Obama apporte les preuves // Agoravox [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://goo-gl.ru/6oAe> (дата обращения: 14.03.2020).
210. Officier anglais // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/aP0Ip> (дата обращения: 07.04.2021).
211. Oh lala je me demande ce que c'est // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/5TYgl> (дата обращения: 21.05.2021).
212. Oh-oh non // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/qggf7> (дата обращения: 13.04.2021).
213. Panik // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/FNsZs> (дата обращения: 07.04.2021).
214. Papa et maman vont l'adorer // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/IzGsF> (дата обращения: 21.05.2021).
215. Paradoks // Memedroid [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Gf6tU> (дата обращения: 07.06.2020).
216. Père Noel // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/0y1d6> (дата обращения: 25.05.2021).
217. Place Ducale à Charleville // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/b4z25> (дата обращения: 02.04.2021).
218. Plus besoin de thermomètre// Eau Evolution [Электронный ресурс]. 2013. URL: <https://goo-gl.ru/rnk2L> (дата обращения: 07.06.2020).
219. Pourquoi j'entends de la musique? // Imglade [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U8> (дата обращения: 12.05.2020).
220. Pourquoi t'as cramé le feu rouge ? // Twitter [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://goo-su/1emt> (дата обращения: 12.05.2020).

221. Routine en train // GymLifes [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/6oyX> (дата обращения: 14.03.2020).
222. Produits bios // Chroniques du nouveau monde [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/CwoY7> (дата обращения: 07.06.2020).
223. Promesses // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/OjIrc> (дата обращения: 07.04.2021).
224. Propagande européiste // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/WdnS8> (дата обращения: 07.04.2021).
225. Qu'est ce qui vous amène? // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/7sYTr> (дата обращения: 02.04.2021).
226. Qu'est-ce qu'il attend? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/cjAGY> (дата обращения: 21.05.2021).
227. Qu'on donne a ce brave homme // Twitter [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2Ub> (дата обращения: 12.05.2020).
228. Quand attends plus rien depuis des années // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Wn0bY> (дата обращения: 21.05.2021).
229. Quand il y a eu des milliers de morts // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru.com/2U2> (дата обращения: 11.05.2020).
230. Quand je dis à Mamounette // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/kzWHE> (дата обращения: 31.05.2021).
231. Quand je place une blaque // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1erF> (дата обращения: 08.05.2020).
232. Quand je suis en froid // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/nFyph> (дата обращения: 21.05.2021).
233. Quand le train arrive // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/nuucU> (дата обращения: 19.03.2021).
234. Quand on s'est embrouillés // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/HvhvD> (дата обращения: 21.05.2021).
235. Quand Routine te propose du thé // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/dHDZu> (дата обращения: 01.05.2021).

236. Quand t'essayes de convertir tes potes // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/jukqA> (дата обращения: 07.06.2020).
237. Quand tes parents rentrent // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/FTjfa> (дата обращения: 21.05.2021).
238. Quand ton pote te propose d'aller en teknival // Facebook [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://goo-su/1er8> (дата обращения: 13.03.2020).
239. Quand tu débat sur l'écologie // Memedroid [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Gf6tU> (дата обращения: 07.06.2020).
240. Quand tu fais de l'équitation // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/mQXyl> (дата обращения: 21.05.2021).
241. Quand tu ments sur ton CV // Gifs Gratuits PJS [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://goo-su/1emG> (дата обращения: 29.03.2020).
242. Quand tu tombes // Pinterest [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/ke7qS> (дата обращения: 25.05.2021).
243. Quand tu vas a la piscine // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/OMBsf> (дата обращения: 21.05.2021).
244. Quand tu vois tes potes // Twitter [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-su/1EnB> (дата обращения: 01.05.2020).
245. Quand un pays membre dénonce un problème // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/8tj9h> (дата обращения: 07.04.2021).
246. Quelle épidémie? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/X6dqQ> (дата обращения: 02.04.2021).
247. Qui veut sortir? // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/KgzPZ> (дата обращения: 07.04.2021).
248. Quitte-le // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/N9AF4> (дата обращения: 21.05.2021).
249. Quoi?! // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/vr7ko> (дата обращения: 21.05.2021).

250. Random parisien // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/cSA3K> (дата обращения: 25.05.2021).
251. Rare liste des avantages // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/GPAvD> (дата обращения: 07.04.2021).
252. Rends l'argent // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/WRoKX> (дата обращения: 21.05.2021).
253. Restrictions sanitaires // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/6Fby2> (дата обращения: 02.04.2021).
254. Sarkozy // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/IqPe1> (дата обращения: 07.04.2021).
255. Si tu prends la pillule bleue // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Qh1Cz> (дата обращения: 02.04.2021).
256. Sms en 2001 // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/GXVop> (дата обращения: 07.04.2021).
257. Solfège // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/533N3> (дата обращения: 07.04.2021).
258. Sors! // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/SSb9o> (дата обращения: 10.03.2020).
259. Soutien l'économie des autres pays de l'UE // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/xqXpf> (дата обращения: 07.04.2021).
260. T'as un super talent? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/8ybN6> (дата обращения: 21.05.2021).
261. Ta santé mentale // Facebook [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Sv0Ax> (дата обращения: 07.06.2020).
262. Tehc // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/bAhpF> (дата обращения: 02.04.2021).
263. Тос тос // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/O7i8q> (дата обращения: 02.04.2021).

264. Ton premier jour de classe // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/9Ao9i> (дата обращения: 07.04.2021).
265. Tout le monde dans l'avion // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/zN0pL> (дата обращения: 02.04.2021).
266. Tout le monde est en écologie // Meme Generator [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/3zyWK> (дата обращения: 07.06.2020).
267. Trump ou Macron? // Facebook [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://goo-gl.ru/6oAt> (дата обращения: 13.03.2020).
268. Trump s'occupant de la crise du coronavirus // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/0hAxF> (дата обращения: 07.04.2021).
269. Tu m'fais de la Pen // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-su/1eRC> (дата обращения: 29.05.2020).
270. Tu ne peux pas perdre la soutien du peuple // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/mwGud> (дата обращения: 07.04.2021).
271. Tu ne peux pas perdre les élections // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/ENQIh> (дата обращения: 07.04.2021).
272. Tu vas commencer par te calmer // Twitter [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://goo-su/1EIP> (дата обращения: 12.05.2020).
273. Tu veux un ballon? // Webastro [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/6oBM> (дата обращения: 23.04.2020).
274. Types de voleurs // Memedroit [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://goo-su/1EM2> (дата обращения: 23.04.2020).
275. Un carré // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/toLAC> (дата обращения: 07.04.2021).
276. Un email administratif // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/PpC6J> (дата обращения: 13.04.2021).
277. Un grand plan d'aides // Instagram [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/p5FKm> (дата обращения: 07.04.2021).



278. Un nouveau tatouage // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/ccJJ7> (дата обращения: 13.04.2021).
279. Une blague en 2020 // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/DG9qN> (дата обращения: 02.04.2021).
280. Une diplomatie independante // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/zczXU> (дата обращения: 07.04.2021).
281. Une feministe qui m'accuse // Memedroid [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/Uwpu2> (дата обращения: 07.06.2020).
282. Une opération mathématique // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/VaWg9> (дата обращения: 21.05.2021).
283. Une réu Zoom // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/u0KHV> (дата обращения: 21.05.2021).
284. Une vraie Europe federale // Instagram [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://goo-gl.ru/adjfE> (дата обращения: 07.04.2021).
285. USA: France, aide moi! // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/Rfw4y> (дата обращения: 02.04.2021).
286. Veux-tu signer pour l'écologie? // Memedroit [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://goo-su/1E1U> (дата обращения: 23.04.2020).
287. Viens par là toi // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/TDY6M> (дата обращения: 21.05.2021).
288. Vladimiroutine // Вконтакте [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://goo-gl.ru/02Ptf> (дата обращения: 02.04.2021).
289. Wazaaaaa! // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/MFMOb> (дата обращения: 07.04.2021).
290. What can I say? // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/eGz6R> (дата обращения: 13.04.2021).
291. When l'environnement est toxique // AhSeeit [Электронный ресурс]. Б.г.. URL: <https://goo-gl.ru/spppb> (дата обращения: 07.06.2020).
292. When t'essaies de savoir // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/zekxq> (дата обращения: 25.05.2021).

293. Yves Rocher // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/9JEM4> (дата обращения: 07.04.2021).

294. Zoom // Instagram [Электронный ресурс]. 2021. URL: <https://goo-gl.ru/o2dWz> (дата обращения: 21.05.2021).

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра романских языков и прикладной лингвистики  
45.03.02 Лингвистика

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯиПЛ  
А.В. Колмогорова  
« 25 » июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЕРБАЛЬНЫХ И НЕВЕРБАЛЬНЫХ  
КОМПОНЕНТОВ В РЕЧЕВОМ ЖАНРЕ МЕМА

Выпускник

Беркетова

Е.А. Беркетова

Научный руководитель



канд. филол. наук, доц. каф.  
РЯиПЛ Е.Ч. Дахалаева

Нормоконтролер



В.В. Ефимова

Красноярск 2021