

УДК 811.111'27'42:316.75

DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-2-10>

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МЕМІВ ЯК ІДЕОЛОГЕМ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

Юшак Вікторія Миколаївна,

кандидат філологічних наук,

старший викладач кафедри англійської філології

Волинський національний університет імені Лесі Українки

vika.yushak@gmail.com

orcid.org/0000-0002-7810-7452

Лепка Діана Михайлівна,

студентка IV курсу факультету іноземної філології

Волинський національний університет імені Лесі Українки

dianka2000@gmail.com

orcid.org/0000-0001-8612-9101

У статті здійснено аналіз теоретичних напрацювань українських і зарубіжних науковців у сфері соціолінгвістики, медіалінгвістики, політичної та когнітивної лінгвістики. Вивчено особливості медіадискурсу, виокремлено його основні принципи і структурні характеристики, досліджено головні аспекти Інтернет-дискурсу. Шляхом аналізу наукових розвідок з окресленої проблематики вивчено явище «мем», причини його виникнення й роль у загальнокультурному просторі. Визначено особливості класифікації мемів та окреслено їх роль у медіапросторі, а також здійснено системний аналіз концепцій, пов'язаних із досліджуваним феноменом.

Під час дослідження мемів як засобів поширення ідеології в медіапросторі вивчено причини перетворення Інтернет-комунікації на альтернативний метод взаємодії між людьми. Надано практичне обґрунтування ролі медіадискурсу як симулякра реальності, що відображає уявлення людини про її навколишній світ на основі певних загальноприйнятих моделей і функціонує у свідомості реципієнта як цілісний художній образ. Охарактеризовано гіперреальність Інтернет-дискурсу та роль мемів у процесі самовираження членів Інтернет-спільнот. Інтернет-меми не є звичайним стереотипним відображенням реальності, а стають результатом суб'єктивного сприйняття дійсності, її часто суперечливої інтерпретації. Це дає підстави стверджувати, що в політичному дискурсі Інтернет-меми виконують роль ідеологем, значення змінюється відповідно до політичної прагматики.

Аналіз політичних мемів про Д. Трампа дав змогу виокремити етапи формування мема як засобу імітації реальності. Охарактеризовано чотири стадії перетворення мема на засіб імітації фундаментальної реальності й окреслено особливості їх трансформації на кожному етапі. З метою визначення їх змістових характеристик і функцій в Інтернет-просторі здійснюється компонентний аналіз Інтернет-мемів про Д. Трампа. Останній етап процесу повного перетворення на одиницю гіперреальності проходять не всі медіаелементи, адже не завжди фрази-кліше, знаки, символічні зображення можуть повністю стерти зв'язок із контекстом, у якому виникли. Цілеспрямоване створення й використання мемів-ідеологем є ефективним засобом впливу на свідомість суспільства, тому що мем є лаконічним, у ньому переважають візуальні аспекти, він легко запам'ятовується і створює ілюзію розуміння, хоча семантичне й емоційне забарвлення цих медіаелементів по-різному декодується адресатами.

У статті детерміновано роль мемів як ідеологем у політичному дискурсі. Виокремлено основні аспекти, що сприяють функціонуванню цього феномена як засобу поширення ідеології в межах конкретної соціальної групи. Окреслено роль вербальних і візуальних компонентів мемів у контексті медіадискурсу.

Ключові слова: мем, ідеологема, медіадискурс, Інтернет-дискурс, симулякр, гіперреальність, ідеологія.

THE PECULIARITIES OF FUNCTIONING OF MEMES AS IDEOLOGEMES IN THE MODERN ENGLISH MEDIA DISCOURSE

Yushak Victoria Mykolaivna,

Candidate of Philological Sciences,

Teacher at the Department of Foreign Languages

Lessia Ukrainka Volyn National University

vika.yushak@gmail.com

orcid.org/0000-0002-7810-7452



Lepka Diana Mykhailivna,

4th year Student at the Faculty of Foreign Philology

Lessia Ukrainka Volyn National University

dianka2000@gmail.com

orcid.org/0000-0001-8612-9101

The article analyzes the researches of the Ukrainian and foreign scholars in the fields of sociolinguistics, media linguistics, political and cognitive linguistics. The peculiarities of the media discourse are studied, its basic principles and structural characteristics are singled out, the main aspects of the Internet discourse are studied. Analyzing scientific researches on the outlined issues, the phenomenon of "meme", the reasons for its formation, and its role in the cultural space were studied. The peculiarities of the memes classification are defined and their role in the media space is outlined, as well as the systematic analysis of the theories related to the studied phenomenon is carried out.

During the study of memes as a means of spreading ideology in the media space, the reasons for the transformation of the Internet communication into an alternative method of interaction between people were studied. The article provides a practical justification for the role of media discourse as a simulacrum of reality. The hyperreality of the Internet discourse and the role of memes in the process of self-expression of the Internet groups members are described. The analysis of political memes about D. Trump made it possible to distinguish the stages of the formation of memes as a means of imitating reality. Four stages of transformation of a meme into a means of imitation of fundamental reality are characterized and features of their transformation at each stage are outlined. To determine their semantic characteristics and functions in the Internet space, the component analysis of the Internet memes about D. Trump is carried out.

The article determines the role of memes as ideologemes in the political discourse. The main aspects that contribute to the functioning of this phenomenon as a means of spreading ideology within a particular social group are highlighted. The role of verbal and visual components of memes in the media discourse is outlined.

Key words: meme, ideologeme, media discourse, Internet discourse, simulacrum, hyperreality, ideology.

1. Вступ

Соціальне буття людини має безпосередній зв'язок із мовою, у якій поступово відображаються події навколишнього світу. Виникнення нових тенденцій у соціумі впливає на поведінку людей, міжособистісну взаємодію. Завдяки технологічному прогресу змінюються канали передачі інформації та, відповідно, методи комунікації в Інтернет-просторі.

Саме тому увага лінгвістів перенесена на більші одиниці дослідження, дискурси, що, окрім вербальних засобів взаємодії, охоплюють також соціальний контекст та інші екстралінгвістичні феномени. Одним із нових методів комунікації є меми, що виникають у медіадискурсі як реакції на події суспільного життя. Ці медіаелементи можуть поширювати інформацію певного ідеологічного спрямування, тому що деякі меми лише імітують реальність, а не достовірно передають її.

У сучасній науковій спільноті набирають обертів дослідження медіадискурсу (Т. ван Дейк, 1989; Т.Г. Добросклонська, 2005; М.Р. Желтухіна, 2016; Д. Крістал, 2017; Ю.О. Шевлякова, 2013). Поняття «мем» висвітлено в працях С. Блекмора (2002), Р. Броуді (1996), У. Дюрема (1991), К. Р. Ембера (1988), Ч. Ламсдена (1981), А. Лінча (1996).

Актуальність дослідження зумовлена прикладним спрямуванням сучасних лінгвістичних студій, а також потребою в соціолінгвістичному аналізі мемів як засобів імітації

реальності та одного з методів ідеологічного впливу в медіапросторі.

Мета дослідження полягає в контент-аналізі Інтернет-мемів і виявленні особливостей їх перетворення на елементи ідеологічного впливу в контексті медіадискурсу (на матеріалі політичних мемів про Д. Трампа).

2. Розділ 1

У ХХІ столітті лінгвістичні дослідження є надзвичайно динамічними, адже завдяки постійній зміні тенденцій у соціокультурному та політично-економічному просторі науковий аналіз явищ потребує поглиблення теоретичних узагальнень. Поява нових каналів передачі інформації детермінує особливості комунікації, що, окрім мовних феноменів, інтегрує велику кількість екстралінгвістичних явищ: різні способи мислення, поведінки, взаємодії, оцінки, впливу, почуття, віри, використання символів (Gee, 1999: 19).

У контексті аналізу різноманітних лінгвістичних процесів важливим є дослідження медіадискурсу як сфери передачі інформації, розвитку соціальної думки, формування концептуальної картини світу людини та уособлення складної структурованої системи мовленнєвої й технічної взаємодії. Окрім власне висловлювань, учасників мовленнєвих актів, каналу передачі інформації, медіадискурс охоплює також велику кількість позамовних інтегральних складників.

Основним принципом медіадискурсу є орієнтація на адресата. «Фактор адре-

сата» є складним концептом, адже адресанту потрібно взяти до уваги соціолінгвістичні особливості, що маркують певну соціальну групу та визначають соціальний статус адресата – віковий, гендерний, професійний, соціальний, культурний, освітній аспекти. Саме тому аудиторія деяких ЗМІ часто об'єднується під впливом однакових очікувань щодо форми й змісту комунікативних дій. Вплив на масового адресата в медіапросторі за своєю метою є схожим на маніпулятивний вплив у міжособистісному спілкуванні й відрізняється лише способом передачі інформації (опосередкованість мас-медіа та неможливість миттєвого коригування засобів впливу залежно від реакції адресата) й індивідуально-масовою природою адресата.

У сучасному комунікативному просторі, що формується в процесі взаємодії різних типів дискурсу, великий відсоток передачі інформації припадає на Інтернет-сферу. Інтернет-дискурс є невичерпним джерелом даних, тому що «світова павутина» – це синтез ідей віртуальності, гіпертексту, мультимедіа, універсальної інформаційної мережі, мережевого суспільства та нелінійного мислення (Романов).

Ураховуючи концепції лінгвістів щодо трактування терміна «Інтернет-дискурс», доцільно стверджувати, що Інтернет-простір – це складна система, елементи якої функціонують у межах лінгвістичного й паралінгвістичного контекстів і реалізуються в процесі комунікативної та когнітивної діяльності. Уважаємо, що в Інтернет-дискурсі не існує чітких правил реалізації комунікації, що зумовлює постійне виникнення нових тенденцій до об'єктивізації думок в Інтернеті. Одним із таких методів передачі ідей є мему.

Термін «мем» уперше використаний англійським біологом і засновником теорії мемів Річардом Доукінзом у 1976 році в книзі *“The Selfish Gene”* («Егоїстичний ген») (Доукінс, 2000). У дослідженні науковець провів аналогію між генетичною та культурною еволюцією, у якій мем функціонує як ген і здатний до самовідтворення, самокопіювання, мутації та штучної селекції.

У контексті медіадискурсу мему часто розглядають як певні приховані в привабливій інформаційній оболонці ідеологічні звернення, які за допомогою Інтернет-мережі досягають аудиторії та впливають на сприйняття реальності споживачами медіасфери. Спонтанність творчості Інтернет-користувачів спричиняє виникнення великої кількості схожих за тематикою, використаними

елементами мемів, зміст яких постійно доповнюється й поглиблюється, поступово втрачаючи зв'язок із первинним джерелом. Отже, Інтернет-мем починає існувати як цілісна структура, яку члени певної соціальної групи можуть правильно декодувати незалежно від контексту. Саме тому Інтернет-комунікація з використанням різноманітних медіаелементів є альтернативним методом взаємодії між людьми, створює новий вимір соціальної реалізації, гіперреальність.

Згідно з твердженням французького філософа Ж. Бодріяра, у віртуальному світі люди спілкуються за допомогою образів, симулякрів, що стирають відмінності між справжнім та уявним, так симулюючи процес реальної комунікації (Baudrillard, 1983: 22). Симулякр (від лат. *“Simulacrum, Idola, Phantasma”*) – це знак, символ, який не має реального означуваного предмета, але копіює форму вихідного зразка. Послугуючись трактуванням типів симулякрів за Ж. Бодріяром, вважаємо, що медіадискурс – це симулякр третього типу, що апелює до творчо створеної художньої реальності (Інтернет-комунікація, соціальні мережі, Інтернет-меми), яка відображає уявлення людини про її навколишній світ (дійсність як симулякр) на основі певних загальноприйнятих моделей та існує у свідомості реципієнта як цілісний художній образ. Гіперреальність Інтернет-дискурсу не є детермінованою та слугує «наріжним каменем» творчості, способів самовираження членів Інтернет-спільнот за допомогою мемів, що не мають безпосереднього зв'язку з денотатом. Тому Інтернет-меми не є звичайним стереотипним відображенням реальності, вони стають результатом сприйняття дійсності, її суб'єктивної, часто суперечливої інтерпретації у свідомості індивіда.

3. Розділ 2

Попри свою гумористичну природу, сатиричні риси мема часто стають засобом інформаційної політики. На нашу думку, це відбувається в чотири етапи, у процесі яких мем, як і симулякр, починає лише імітувати реальні соціальні події. Для дослідження цих етапів доцільно проаналізувати політичні Інтернет-меми, у яких часто фігурує Дональд Трамп, американський державний діяч, політик, чинний президент Сполучених Штатів Америки.

З 2017 року в Інтернеті великої популярності набули мему з використанням незрозумілого буквосполучення *“covfefe”*. Приводом до їх створення став твіт Дональда Трампа



“Despite the constant negative press covfefe”, що містив очевидну друкарську помилку у слові “coverage” й був видалений із профілю президента через декілька годин.

Першою стадією перетворення твіту в мем стало «вірусне» поширення в Інтернеті знімків екрана («скріншотів»), на яких представлений сам напис, що слугував першоджерелом політичного медамема. На цьому етапі члени Інтернет-спільнот чітко передавали конкретний факт фундаментальної реальності, не спотворюючи його (рис. 1).

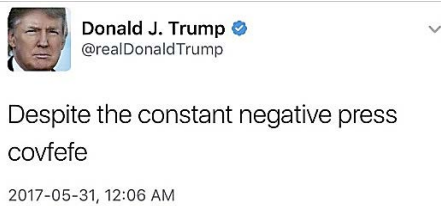


Рис. 1

Друга стадія охоплювала поширення мемів, які все ще використовували твіт президента як референт, проте символи або частини зображення не були достовірними, а лише натякали на існування первинної інформації. Цей етап охоплює одиниці медіадискурсу, які все ще існують у контексті твіту, але передають факти в спотвореному вигляді.

Один із таких мемів додає переклад слова “covfefe”, що нібито німецькою означає “Heil Hitler” (рис. 2). Інший користувач намагається пояснити значення слова російською, а еквівалентною до “covfefe” є фраза “I resign” (рис. 3).



Рис. 2



Рис. 3

Ще одним прикладом мемів на цьому етапі є намагання декодувати шифр, яким є буквосполучення “covfefe”, за допомогою періодичної системи хімічних елементів Дмитра Менделєєва (рис. 4). Символи “Co”, “V”, “Fe”, “Fe” послідовно співвідносять із хімічними елементами: кобальт (Co), ванадій (V) та ферум (Fe). Так формується код «27232626» (відповідно до порядкових номерів у таблиці), що співпадає з унікальним ідентифікаційним номером (PMID, PubMed Identifier), присвоєним публікації “A Single Transcriptome of a Green Toad...” про «зелену жабу» (“a Green Toad”). Цей мем, попри існування в контексті твіту президента, є алюзією на іншу серію мемів із жабеням Пепе, що асоціювалася з кампанією Дональда Трампа, білим націоналізмом протягом президентських перегонів у США 2016 року (рис. 5).



Рис. 4



Рис. 5

На третій стадії розвитку починається поступова втрата контексту, у якому виник мем, зв'язок із першоджерелом практично відсутній. Змінюється зовнішня оболонка медіаелемента: більше не використовується твіт президента як референт, а семантичні зміни певних символів призводять до виникнення вторинних значень одиниць мема.

Третій етап охоплює медіаелементи, на яких усе ще зображений Дональд Трамп, але буквосполучення "covfefe" вжите в значенні «необачності», хибних кроків чинного президента США й інших політиків. Деякі користувачі почали використовувати графічну схожість "covfefe" та слова "coffee" (рис. 6), а інші базували власні меми на подібності "covfefe" та німецького слова "Kampf". Так виникло зображення книги Дональда Трампа під назвою "Mein Covfefe" (рис. 7), що є алюзією на працю Адольфа Гітлера "Mein Kampf", яка стала ідеологічною основою німецького націонал-соціалізму.



Рис. 6



Рис. 7

Остання, четверта, стадія утворення мема-симулякра реальності означає повну втрату зв'язку з першоджерелом інформації. Знаки та символи більше не наслідують реальні факти: вони функціонують нарівні з ними (режим тотальної еквівалентності). "Covfefe" стає симулякром із власним комплексом значень і їх інтерпретацій. Меми з використанням цього буквосполучення більше не містять зображень із президентом Трампом чи його твіту (рис. 8, 9).



Рис. 8



Рис. 9

На нашу думку, медіаелементи з використанням буквосполучення "covfefe" є прикладом креолізованих мемів, що складаються з вербального та візуального структурних рівнів. Твіт Д. Трампа став основою для створення частково «крилатої» фрази, що згодом стала впізнаваною та функціонувала з нульовим ступенем креолізації в мемах, які пройшли всі чотири стадії перетворення на елемент гіперреальності. Ми вважаємо, що такі меми стають чистими симулякрами, є прикладами плюралізму людських думок і суб'єктивною інтерпретацією подій у суспільстві.

Четвертий етап процесу повного перетворення на одиницю гіперреальності проходять не всі медіаелементи, адже не завжди фрази-кліше, знаки, символічні зображення можуть повністю стерти зв'язок із контекстом, у якому виникли. Яскравим прикладом є меми, що створені як реакція на коментар Дональда Трампа щодо свідчень посла США в Європейському Союзі Гордона Сондленда в рамках процедури імпічменту президента 20 листопада 2019 року.

Меми на цю тематику пройшли лише три етапи в розвитку:

- 1) «якісна копія» – швидке поширення фотографій із Трампом і текстом його доповіді (рис. 10);
- 2) поступове додавання неіснуючих символів і частин зображення задля створення «неіснуючої копії реальності» (рис. 11, 12);
- 3) зміна зовнішньої оболонки медіаелемента й набуття вторинних значень (рис. 13).



Рис. 10



Рис. 11

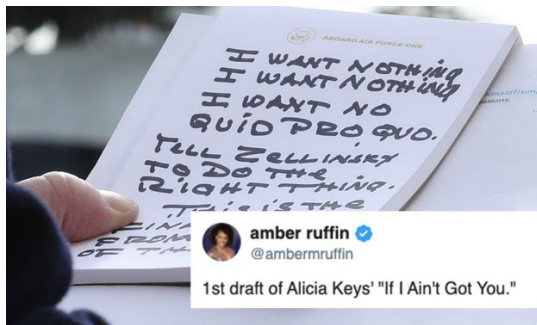


Рис. 12



Рис. 13

Уважаємо, що метою четвертої стадії перетворення цих мемів на «чистий симулякр» стане деконтекстуалізація задля усунення стандартного сприйняття суб'єкта мемів, фраз “I want nothing” і “Quid pro quo”, що спричинене видимою присутністю зображення Дональда Трампа як референта, з яким співвідноситься передана інформація. Цей етап є довготривалим.

Джерело походження інформації, що перетворюється на елемент гіперреальності, прямо впливає на реалізацію мемів у мовно-культурному середовищі. Поширення в Інтернеті досить часто зазнають меми на політичну тематику (про Дональда Трампа, наприклад), тому що вони висвітлюють події, які передусім турбують суспільство. Це здебільшого вербально-візуальні меми, адже вербальний і візуальний аспекти дають змогу комплексно передати враження про особу чи подію в соціальному просторі та мають вагомий вплив на адресата.

Оскільки меми є результатом інтерпретації подій, що відбуваються в соціумі, компонентами гіперреальності, яку підсвідомо створює людина, саме ці медіаелементи є важливим засобом розповсюдження ідеології в межах певної соціальної групи. Це дає нам підстави стверджувати, що меми виконують роль ідеологем у політичному дискурсі, значення яких не є обмеженим, а змінюється відповідно до політичної прагматики. Цілеспрямоване створення й використання мемів-ідеологем є ефективним

засобом впливу на свідомість суспільства, тому що мем є лаконічним, у ньому переважають візуальні аспекти, він легко запам'ятовується і створює ілюзію розуміння, хоча семантичне та емоційне забарвлення цих медіаелементів по-різному декодується адресатами.

На нашу думку, суперечності в трактуванні основних засад функціонування мемів-ідеологем полягає в тому, що, з одного боку, вони є міцними одиницями цифрової культури, одним із основних завдань яких є передача інформації. Однак, з іншого боку, ця функція також обмежує те, як люди бачать, сприймають, думають про події та проблеми реального світу. Однією з головних причин цього є структура соціальних мереж, у яких найчастіше поширюють ідеологеми такого типу. Інтернет платформи, на зразок *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, існують на основі стратегій штучного привернення уваги аудиторії. Тому, ми вважаємо, що саме візуальний аспект мемів-ідеологем стає ключовим у процесі їх створення, передачі та трансформації в Інтернеті.

Після підписання Д. Трампом 25 січня 2017 року наказу про «Покращення безпеки кордону та забезпечення імміграції» (*“Border Security and Immigration Enforcement Improvements”*), який спрямований на виконання однієї з ключових рекламних кампаній Трампа, підвищення безпеки кордонів шляхом федерального фінансування будівництва стіни уздовж кордону з Мексикою, в Інтернеті були поширені меми щодо цієї події (рис. 14, 15, 16).



Рис. 14



Рис. 15



Рис. 16

На нашу думку, ці Інтернет-меми в контексті політичного дискурсу мають ознаки соціально-політичної модальності, хоча ці медіаелементи не створені певною політичною силою, а спершу виникли на анонімних веб-форумах. Незважаючи на те що меми про стіну з Мексикою частково висміюють підписаний Д. Трампом наказ, ці медіаелементи відкрито не підтримують представників Демократичної партії США, загальна більшість яких виступає проти таких нововведень. Проте контент цих мемів чітко зорієнтований на протест, який сповідували як демократи, так і деякі республіканці у 2017 році. Ми вважаємо, що власне поширення цих мемів в Інтернеті й охоплення великої аудиторії відіграло важливу роль в інформуванні суспільства про зміст підписаного наказу. Це й стало причиною подальшої редуплікації схожих мемів в Інтернет-просторі.

4. Висновки

Отже, завдяки безперервному виникненню нових тенденцій у соціокультурному та політично-економічному просторі відбувається також зміна спектру лінгвістичних досліджень. На сучасному етапі розвитку науки в контексті аналізу різноманітних мовних і позамовних процесів важливим є дослідження медіадискурсу як сфери розвитку соціальної думки, що уособлює складну структуровану систему мовленнєвої й технічної взаємодії за допомогою елементів медіакультури.

Яскравим прикладом новітніх методів комунікації в Інтернет-просторі є меми, що функціонують як метамова, часто складаються з алюзій і передають основну інформацію імпліцитно. Тому кожен декодує ці медіаелементи відповідно до власного досвіду та сприйняття світу. Дослідження теоретичних і практичних засад існування мемів у медіапросторі в контексті когнітивної соціолінгвістики уможливило аналіз особливостей розвитку цих медіаелементів, визначення

методів, етапів конструювання впливу на людське сприйняття й розуміння конкретних соціальних подій за допомогою Інтернет-мемів.

Аналіз мемів про президента США Дональда Трампа підтвердив, процес перетворення цих медіаелементів на симулякри, засоби імітації реальності, ідеологічного впливу є довготривалим. Попри те що меми схильні до мутації та саморедуплікації, під час передачі від одного індивіда до іншого меми не завжди повністю втрачають зв'язок із референтом, хоча й набувають нових, вторинних значень. Цілеспрямоване створення й використання мемів-ідеологем є ефективним засобом впливу на суспільство, тому що мем є лаконічним, він легко запам'ятовується, створює ілюзію розуміння, по-різному декодується, адже містить як вербальні, так і візуальні елементи.

Перспектива подальших досліджень полягає в порівняльному аналізі мемів про різних політичних діячів, міжнародні події та процеси, виокремленні нових характеристик мемів на різних етапах їх розвитку, а також у дослідженні інших аспектів цих медіаелементів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва : Едиториал, 2005. 202 с.
3. Докинс Р. Эгоистичный ген. Москва : Мир, 2000. 65 с.
4. Желтухина М.Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия. *Верхневолжский филологический вестник*. 2016. № 4. С. 154–159.
5. Романов О.В. Онтологические и гносеологические проблемы философии Интернета (Генезис и синтез фундаментальных идей). URL: <http://www.dslib.net/ontologia/ontologicheskie-i-gnoseologicheskie-problemy-filosofii-interneta.html> (дата звернення: 01.03.2020).
6. Шевлякова Ю.О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*. 2013. Вип. 38. С. 239–242.
7. Baudrillard J. Simulations. Los Angeles. California : Semiotext(e), 1983. P. 1–30.
8. Blakemore D. Relevance and linguistic meaning: The Semantics and pragmatics of discourse markers. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 200 p.
9. Brodie R. Virus of the mind: The new science of the meme. Seattle : Integral Press, 1996. 251 p.
10. Crystal D. Language and the internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 272 p.
11. Durham W.H. Coevolution: Genes, culture and human diversity. Stanford : Stanford University Press, 1991. 656 p.



12. Ember C.R., Ember M. Anthropology. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1988. 531 p.
 13. Gee J.P. An introduction to discourse analysis: Theory and method. London: Routledge, 1999. 176 p.
 14. Lumsden C.J., Wilson E.O. Genes, mind and culture. Cambridge : Harvard University Press, 1981. 428 p.
 15. Lynch A. Thought contagion: How belief spreads through society. New York : Basic Books, 1996. 192 p.
- REFERENCES:**
1. Dejk T.A. van. (1989). Yazyk. Poznanie. Kommunikacyia [Language. Cognition. Communication.]. Moskva: Progress, 312 p.
 2. Dobrosklonskaya T. G. (2005). Medialingvistika: sistemnyj podxod k izucheniiu yazyka SMI [Media linguistics: complex approach to the study of media language]. Moskva. Editorial, 202 p.
 3. Dokins R. Egoistichnyj gen [Egocentric gene]. Moskva: Mir, (2000). 65 p.
 4. Zheltuhina M. R. (2016). Sovremennyj mediadiskurs i mediakultura vozdejstviia [The modern media discourse and the media culture of influence]. Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik. № 4. pp. 154–159.
 5. Romanov O. V. Ontologicheskie i gnoseologicheskie problemy filosofii Interneta (Genezis i sintez fundamentalnyh idej) [Ontological and gnoseological problems of the philosophy of the Internet (Genesis and synthesis of fundamental ideas)]. URL: <http://www.dslib.net/ontologia/ontologicheskie-i-gnoseologicheskie-problemy-filosofii-interneta.html> (data zvernennya 01.03.2020).
 6. Shevlyakova Yu. O. (2013). Osoblyvosti diskursu Internet-ZMI (na materialy anglomovnyh on-lajn zhurnaliv dlia pidlitkiv) [The peculiarities of the Internet media discourse (based on the English online magazines for teenagers)]. Naukovi zapysky [Nacionalnogo universytetu «Ostrozka akademiya»]. Seriya «Filologichna». Vyp. 38. pp. 239–242.
 7. Baudrillard J. (1983). Simulations. Los Angeles – California: Semiotext(e), pp. 1–30.
 8. Blakemore D. (2002). Relevance and linguistic meaning: The Semantics and pragmatics of discourse markers. Cambridge : Cambridge University Press, 200 p.
 9. Brodie R. (1996). Virus of the mind: The new science of the meme. Seattle: Integral Press, 251 p.
 10. Crystal D. (2017). Language and the internet. Cambridge : Cambridge University Press, 272 p.
 11. Durham W. H. (1991). Coevolution: Genes, culture and human diversity. Stanford: Stanford University Press, 656 p.
 12. Ember C. R., Ember M. (1988). Anthropology. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 531 p.
 13. Gee J. P. (1999). An introduction to discourse analysis: Theory and method. London: Routledge, 176 p.
 14. Lumsden C. J., Wilson E. O. (1981). Genes, mind and culture. Cambridge: Harvard University Press, 428 p.
 15. Lynch A. (1996). Thought contagion: How belief spreads through society. New York: Basic Books, 192 p.

*Стаття надійшла до редакції 23.07.2020.
The article was received July 23, 2020.*