

УДК (316.74:2):004.946

DOI: 10.25730/VSU.7606.22.057

Опыт сравнительного исследования религиозно-ориентированных интернет-мемов (на материалах сообществ в социальной сети «ВКонтакте»)

Ф. Д. Редин

ассистент секции религиоведения кафедры онтологии и теории познания,
Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Россия, г. Екатеринбург. E-mail: flyingfortress16@yandex.ru

Аннотация. В работе рассматриваются интернет-мемы, публикуемые в сообществах социальной сети «ВКонтакте», ориентированных на христианскую аудиторию. В теоретическом отношении опираясь на концепции культуры участия (Н. Jenkins) и проживаемой религии (R. Orsi, N. Ammerman, M. McGuire), автор статьи исследует шесть сообществ «ВКонтакте» посредством сравнительного анализа их контента и интервьюирования представителей администрации. В результате проделанной работы удастся прийти к выводам о том, что 1) обогащенные элементами религиозного происхождения мемы широко используются как средство коммуникации в конфессионально-ориентированном онлайн; 2) религиозно-ориентированные мемы являются одним из способов приспособления религии к языковым реалиям современности; 3) концепции культуры участия и проживаемой религии за некоторым исключением удовлетворяют целям описания данного феномена и могут становиться теоретическим фундаментом схожих исследований в дальнейшем; 4) религиозно-ориентированные мемы отличаются смысловым и структурным разнообразием, достаточно представлены в русскоязычном сегменте интернета, и еще более – в англоязычном.

Ключевые слова: мемы, ВКонтакте, социальные сети, культура участия, проживаемая религия, религиозно-ориентированные мемы.

Интернет-мемы возникли и популяризовались как жанр сетевой коммуникации сравнительно недавно (в близком к современному виде они стали массово создаваться и публиковаться не ранее середины 2000-х годов), но быстро стали универсальным средством межкультурного и трансязыкового общения в Интернете. Сегодня сложно представить себе культурный феномен, влиятельную организацию, яркого политического деятеля и т. п., о которых в том или ином виде не говорилось бы языком мемов. В этом смысле исключением не является и религия: с помощью мемов говорят *о ней* (как говорили и раньше: к примеру, при помощи фольклора и малых литературных форм) и *от ее лица*, вкладывая в уста и действия персонажей мемов религиозные идеи, упоминания обычаев или, *vice versa*, делая культурных героев религиозного происхождения действующими в рамках мема актерами. Одна из особенностей интернет-мема как коммуникативного средства состоит в его гибкой структуре и простоте использования, позволяющей отдельным пользователям при минимальных технических навыках начинать высказывание элементами разнородных культурных сред, составить из этих элементов коллаж, в рамках которого они начинают продуцировать множество новых, подчас неожиданных смыслов. По этой причине в рамках настоящего исследования было сочтено целесообразным отказаться от использования понятия *религия*, указывающего на нечто целостное, обладающее границами и имеющее вид организованной системы, в пользу термина *религиозное*, под которым понимаются отдельные идеи, визуальные образы, персонажи, артефакты, элементы культа и т. п., заимствованные из религиозных традиций. Поскольку в фокусе работы находятся интернет-мемы, создающиеся и распространяемые в рамках сообществ «ВКонтакте», ориентированных на конфессиональную аудиторию, а их содержание отсылает к элементам религиозных традиций, для обозначения таких мемов, на наш взгляд, корректно использовать термин *религиозно-ориентированные мемы (РОМ)*.

Для описания сущности интернет-мемов в работах по филологии и лингвистике часто используются термины *креолизированный текст*, *интертекст*, *полиmodalный дискурс* [6] и подобные им. В рамках специальных исследований эти дефиниции обладают рядом частных различий, и используются в зависимости от теоретико-методологического подхода и задач

конкретных авторов. Однако важное для целей настоящей работы значение этих терминов может быть сведено к тому, что содержание некоторого интернет-мема определяется взаимодействием в его рамках нескольких каналов трансляции информации. К примеру, сочетание определенного визуального наполнения и сопроводительной подписи, как двух различных семиотических систем в рамках интернет-мема, определяет его полимодальный характер, усложняет структуру, затрудняет сведение значения мема к значениям его отдельных компонентов. Дешифровка сообщения, содержащегося в интернет-меме, таким образом, оказывается возможна при условии внимания к характеру взаимодействия элементов, а также пониманию контекста, в котором они функционируют.

Еще одной характерной чертой интернет-мемов является их нацеленность на создание комического эффекта: эта особенность подобного контента стала одним из важнейших критериев отбора эмпирического материала для данной статьи. Исследованиям конкретных механизмов, благодаря которым этот эффект достигается, посвящен ряд трудов, преимущественно филологической направленности [3; 7; 8]. Определенных успехов отечественной и зарубежной гуманитаристике удалось добиться и в разработке проблем взаимоотношений религиозных систем и их отдельных представителей как с цифровой средой [1; 2], так и с юмором [4; 9; 11]. Однако по вопросам взаимоотношений в рамках триады «религия – интернет – мемы», составляющим смысловое ядро данной работы, в публичном доступе на русском и английском языках было обнаружено лишь несколько исследований разной степени полноты [13; 17], появление которых отчасти было стимулировано подъемом академического интереса к реакции религиозных сообществ на пандемию COVID-19 и связанные с ней события [12; 15].

Исходя из того, что РОМ являются продуктами свободного индивидуального творчества пользователей сети, а среда, в которой они создаются и распространяются, предположительно характеризуется отсутствием жесткой вертикальной иерархии и располагает к трансформациям формы и содержания, можно предположить, что адекватным целям исследования теоретическим фундаментом могут быть концепции *проживаемой религии* (R. Orsi, N. Ammerman, M. McGuire) и *культуры участия* (H. Jenkins). Основу первой из них составляет представление о том, что транслируемое через институты, официальный текст и ритуал религиозное знание органично вплетено в ткань повседневных действий и опыта, на первый взгляд не имеющих религиозного содержания [14]. В русле данного подхода оказывается возможно распознать воплощения религиозных смыслов в артефактах, действиях и высказываниях, подчас не вполне отрефлектированных самими практиками, но наиболее аутентичных, соответствующих личному пониманию веры и связанного с ней опыта [10]. Проживаемая религия, таким образом, представляет собой совокупность практик и представлений, укорененных в повседневном опыте встречи и общения со священным, динамически изменяющихся и конституирующих религиозную идентичность людей, вовлеченных в эту деятельность. Поскольку производство/потребление контента (и, в частности, мемов) посредством социальных сетей, несомненно, является повседневной практикой для урбанизированной части современного общества, возможность научного исследования содержащихся в этой практике элементов религиозного представляется обоснованной. В центре разработанной Г. Дженкинсом теоретической модели культуры участия [16] (participatory culture) находится тезис о том, что процессы производства и потребления контента, в доцифровую эпоху носившие скорее вертикальный характер и осуществлявшиеся разными по существу своим ролям актерами (например: один автор/издатель/производитель – множество читателей/потребителей), ныне оказались сосредоточены в руках «просьюмеров»: множества равноправных членов сетевого сообщества, участвующих в непрерывном и одновременном процессе создания, потребления, интерпретации и «переплавки» культурных продуктов. Особенности формы и содержания этих культурных продуктов, по мысли Г. Дженкинса, способны многое рассказать исследователю о том, каким образом индивидуальные представления о чем-либо становятся общим местом в той или иной среде, либо, напротив, отбраковываются сообществом. Поместив РОМ в фокус исследования, можно увидеть, какие элементы религиозной культуры или связанные с религией темы интересуют пользователей некоторой группы в наибольшей степени и обозначить контуры того, как эти элементы и темы интерпретируются на индивидуальном уровне.

В число целей настоящей работы, таким образом, входили попытки, опираясь на эмпирический материал, исследовать возможности интернет-мема как инструмента репрезентации религиозного, выявить специфические черты религиозно-ориентированных мемов и охарактеризовать среду, в которой они создаются и распространяются.

За период с 01.01.2021 по 01.05.2021 было исследовано шесть религиозно-ориентированных сообществ в социальной сети «ВКонтакте», публикующих юмористический контент: «Православные шутят», «Православные тоже шутят», «Скимень», «Terra Orthodoxa», «Christian memes» и «Христианские мемы на каждый день». Исследование было проведено в три этапа. На первом из них был отобран круг сообществ социальной сети ВКонтакте, специализирующихся на публикации юмористического контента, имеющего отношение к религии. Выяснилось, что наиболее широко представленной в таком формате конфессией является христианство. На втором этапе была проведена аналитическая работа, целью которой было выявление сходств и различий в подходах к репрезентации религиозного через интернет-мемы в рамках выборки из шести сообществ. Для этого публикации, появившиеся в них за рассматриваемый период, локально архивировались в виде скриншотов, а затем анализировались с целью установить преобладающую смысловую направленность этих медиа-текстов, а также выявить основные тематические направления для данных групп, уловить общее и различное в сути и способе подачи освещаемых на этих площадках проблем. В качестве инструмента количественного анализа была использована таблица, в которую для каждой группы заносилось общее количество единиц контента, их распределение по тематическим блокам, типам мемов и их смысловой окраске. Для того, чтобы выделить мемы из общей массы контента сообществ, была использована классификация, в рамках которой выделяются следующие группы: двусоставные М., персонажные М., синтаксические М., ситуативные М., и демотиваторы. Данная классификация, несомненно, не являясь исчерпывающей [5], в совокупности с достаточным личным опытом взаимодействия с подобным контентом позволила составить выборку, в которую попали 112 мемов. Третий этап исследования заключался в проведении полуструктурированных онлайн-интервью с членами администрации сообществ. Целью данных интервью было получение сведений о личной религиозности и взглядах администраторов, их связи с церковными институтами, либо отсутствии таковой, принципах генерации и публикации мем-контента в подведомственных им сообществах, а также о демографической картине в них. В результате удалось провести интервью с администраторами четырех групп: «Православные шутят», «Христианские мемы на каждый день», «Terra Orthodoxa» и «Christian memes».

По признаку смысловой окраски, публикуемые в группах мемы были ранжированы по трем категориям: «положительная», «ироничная», «критическая». К первой категории были отнесены мемы, смысл и эмоциональная тональность которых не были направлены на порицание, критику, побуждение к сомнению в справедливости/уместности тех или иных суждений и действий. Мемы, отнесенные нами к этой категории, в целом можно охарактеризовать как «беззлобные», «добрые» и «нейтральные»: т. е. либо направленные на то, чтобы вызвать у реципиента положительные эмоции от одобрения до умиления, либо просто сообщающие некий факт. Вторая категория мемов «ироничные», как следует из ее названия, характеризуется тенденцией к высмеиванию, сатирической репрезентации тех или иных сторон религиозной жизни, побуждению реципиента к размышлению о сравнительных достоинствах и недостатках некоторых явлений. Несмотря на общий сатирический характер, в мемах этой категории редко можно встретить открытый негатив в отношении обсуждаемого в их рамках предмета. Последней выделенной нами категорией мемов по смысловой окраске являются «критические». Они, как правило, посвящены бичеванию недостатков и заблуждений представителей конкретных конфессий и философских взглядов, формированию отношения реципиента к чему-либо как «неправильному», «неуместному», «негативному», «еретическому». Зачастую такой эффект достигается взаимодействием текстовой и визуальной составляющих: подвергающиеся критике явления и объекты представлены в виде шаблонных карикатурных персонажей, в уста которых вложены высказывания, так же сконструированные по шаблону мема.

В первую очередь оказалось возможным подразделить исследуемые сообщества на две группы, с некоторой долей условности названные «массовыми» («Православные шутят», «Православные тоже шутят») и «элитарными» («Скимень», «Terra Orthodoxa», «Christian memes» и «Христианские мемы на каждый день»). Такое разделение было произведено по следующим причинам. Первая, и наиболее очевидная из них: количество подписчиков. Разница в их числе теоретически могла бы объясняться различным возрастом групп, однако сопоставление дат основания отдельных сообществ и количества подписанных на них людей не позволяют удовлетвориться таким ответом. К примеру, сообщество «Православные тоже шутят», основанное в апреле 2019 года, имеет аудиторию 30 500 подписчиков, в то время как на имеющий гораздо

более продолжительную историю «Скимень» (основан ок. 2015 года) подписано почти в пять раз меньше людей. Второе основание, позволяющее констатировать принципиальную разницу между этими двумя группами сообществ, связано со спецификой контента, публикуемого в них. Во всех отобранных нами группах присутствуют мемы и шутки на религиозную тематику, однако, они, во-первых, в ряде случаев не являются единственным типом содержащегося там контента, во-вторых, стилистически, существенно отличаются от группы к группе. Стилистическая и эмоциональная специфика содержимого сообществ «Православные шутят» и «Православные тоже шутят», позволяет констатировать их обособленность от менее масштабных из рассмотренных нами сообществ, и отнести их к группе «массовых».

Отличия между двумя выделенными категориями обнаруживаются и в демографическом измерении. Так, удалось установить, что среди подписчиков «Православные шутят» соотношение мужчин к женщинам составляет 30 и 70 % соответственно, а возраст участников в среднем превышает 35 лет. Ряд косвенных признаков позволяет предположить, что в сообществе «Православные тоже шутят» (несмотря на созвучие названий никак не связанном с «Православные шутят») половозрастной состав участников выглядит схожим образом. Совершенно иную картину обнаруживают три группы «элитарного» блока, данные по которым удалось получить: средний возраст подписчиков колеблется в пределах 18–24 лет, а доля мужчин в составе их аудитории составляет в среднем 78 %¹.

Четыре из шести исследованных нами групп имеют выраженную ориентацию на православный вариант христианства. К ним относятся «Православные шутят», «Православные тоже шутят», «Скимень», и «Terra orthodoxa». «Православные шутят» (основана около 2012 года) декларируют это через свое название; кроме того, двое из пяти администраторов группы являются действующими священнослужителями РПЦ МП. В ходе беседы один из администраторов сообщил, что не имеет отношения к созданию группы, и присоединился к работе по ее модерированию спустя значительное время после ее основания, которое было частной инициативой женщины, по-видимому, не имеющей отношения к церкви как институту.

Ориентированность на православие сообщества «Православные тоже шутят» так же с очевидностью прослеживается в названии, однако поверхностного взгляда на публикуемый там контент может быть недостаточно для того, чтобы с уверенностью идентифицировать его как «православный». Достоверно установить, занимает ли администратор группы какое-либо положение в церковной иерархии не удалось, однако, исходя из указанной на его странице в социальной сети информации, можно с высокой степенью уверенности заключить, что он является мирянином. Юмористический контент этих двух групп, отнесенных выше к категории «массовых» представлен не только (а в случае с «Православные тоже шутят» – и не столько) мемами в собственном смысле этого слова: здесь можно встретить текстовые анекдоты; шутки, визуальная составляющая которых несет только иллюстративный характер, мало участвуя в процессе смыслообразования; призывы к сбору средств для больных детей; видеозаписи выступлений церковных деятелей. Вместе с тем, интернет-мемы тоже встречаются здесь, и их специфика представляет интерес в рамках настоящей работы.

Группа «Скимень» уже в информационной шапке позиционирует себя как «Православный паблик – паблик нового поколения». Из текста, описывающего цели группы и ее отличительные особенности, явствует глубокая теоретическая проработка позиции администрации по вопросам самопозиционирования и направлений деятельности. Перечисленные здесь принципы, которыми сообщество руководствуется в своей работе, оказываются частично обоснованы вероучительными положениями православия: «2. Самобытность – мы не стыдимся называть себя православными и обращать внимание на двухтысячелетний опыт Церкви.», «3. Верность – есть только два гендера и 15 Поместных Церквей (Американская, да-да, мы о тебе!)». Администрация группы «Скимень» отказалась беседовать с нами, сославшись на то, что выработка консенсуса по поводу задаваемых в рамках исследования вопросов слишком трудозатратна ввиду наличия у группы трех администраторов. То, имеют ли эти люди какое-либо отношение к церкви как институту, так же осталось непроясненным.

Подобно сообществу «Скимень», группа «Terra Orthodoxa» (основана около начала 2020 года) в шапке группы позиционирует себя как «Проект, посвященный православному христианству, от Рима и Константинополя до нынешних дней.», а в качестве целей своей ра-

¹ В частности: 77 % для «Christian memes», 82 % для «Христианские мемы на каждый день» и 75 % для «Terra Orthodoxa».

боты декларирует, что «Сообщество создано с целью дополнить Интернет-пространство информацией в доступной форме о нашей вере, которая, как мы надеемся, будет интересной, нужной и полезной». Здесь же отдельно указано, что группа не является миссионерской, что вполне коррелирует с ее содержанием. На вопрос об институциональной принадлежности к церкви администратор группы сообщил, что в настоящее время исполняет обязанности пономаря, однако, создание и модерирование группы было его частной инициативой, связанной с его прошлым опытом работы с интернет-медиа.

Эти два сообщества, кроме религиозно-ориентированных мемов наполнены цитатами из Священного Писания и святоотеческой литературы, постами с информацией об истории церкви и ее актуальных проблемах. Публикации подобного содержания составляют значительную часть всего массива контента, и религиозно-ориентированные мемы служат скорее дополнением, разбавляющим публикации просветительского характера.

Сообщества «Христианские мемы на каждый день» (основано около начала 2020 года) и «Christian memes» (основано около марта 2020 года) не заявляют о себе как об ориентированных исключительно на православие и православную аудиторию. Это можно заключить как исходя из названий и информации, которую сообщества предоставляют о себе, так и из того, что публикуемый в них контент репрезентует мнения и касается проблем, свойственных скорее христианству вообще, а не исключительно православию. «Подпишись, и ты точно станешь христианином», заявлено в информационной шапке «Христианских мемов на каждый день»: призыв, который сразу же настраивает пользователя на непринужденный лад, отвлеченный от глубоких проблем богословия и межконфессиональных отношений. В информационной секции группы «Christian memes» заявлено «Some pic about our faith» (картинки о нашей вере. – англ.), «Христианские юморески, так сказать», что так же свидетельствует об отсутствии жесткой конфессиональной привязки, и в целом легкой тональности контента. Среди блока «элитарных» сообществ эти две группы отличает их целенаправленная ориентация именно на интернет-мемы, отраженная в названиях и проявленная в содержимом, которое представлено исключительно этим типом контента.

Анализ контента групп позволил выявить ряд тематических блоков, встречающихся во всех рассмотренных случаях. Сюжеты и смысловая нагрузка обнаруженных мемов в абсолютном большинстве случаев находились в русле одной из следующих тем:

1) «Манифестация» – декларирование специфических черт, моделей поведения и мышления, которыми должны обладать люди, придерживающиеся определенных религиозных и философских взглядов.

2) «Ритуал» – мемы, содержание которых вращается вокруг практической стороны религиозной жизни: религиозных праздников, обрядов, таинств, регламентированного религиозной пищевой поведением.

3) «Самокритика» – категория мемов, высвечивающих проблемы и недостатки отдельных групп внутри конфессии, а также церкви как института.

4) «Полемика с другими» – мемы, смысл которых отражает те или иные разногласия как между христианскими конфессиями, так и между христианством и различными направлениями философской мысли: атеизмом, русской религиозной философией XIX–XX веков.

5) «История и богословие» – мемы, сюжет и комическая составляющая которых основаны на фактах церковной истории или проблеме, имеющей отношение к богословию. Зачастую обе темы могут освещаться в рамках одного мема.

6) Уникальной категорией для группы «Христианские мемы на каждый день» оказались мемы, в юмористической форме представляющие некоторые сюжеты из Ветхого Завета и Евангелия. Подобный контент удалось обнаружить в ориентированной на иудаизм группе «Мемный завет», содержимое которой подробно не рассматривается в рамках настоящей работы.

Говоря о мемах в «массовых» сообществах, в рамках настоящей работы мы ограничимся погружением в содержимое группы «Православные шутят», поскольку оно на основе разнообразного материала достаточно наглядно демонстрирует специфику контента таких групп. Обнаруженные в «Православные тоже шутят» мемы, во-первых, малочисленны, во-вторых, по стилю, тематике и в смысловом отношении крайне похожи на таковые в «Православные шутят». В общей сложности в двух этих группах было обнаружено 32 мема (26 в «Православные шутят» и 6 в «Православные тоже шутят»).

Содержимое сообщества «Православные шутят», как явствует из названия, представляет из себя разнообразные юмористические высказывания, раскрывающие те или иные сторо-

ны жизни православных верующих, духовенства, церкви вообще. Некоторая часть публикаций, вместе с тем, посвящена не только религии: здесь достаточно часто можно встретить юмор, построенный на комизме повседневных, бытовых ситуаций. Формы, в которые облечен этот юмор, отличаются разнообразием. Здесь можно встретить карикатуры, текстовая и визуальная составляющие которых монолитны, а специфика их взаимодействия предопределена автором рисунка; текстовые анекдоты; анекдоты, сопровождаемые картинками, несущими иллюстративную функцию, и напрямую не вовлеченными в процесс смыслообразования: к примеру, тексты, комизм которых построен на нетривиальной реакции ребенка на некоторый факт или событие, зачастую сопровождаются фотографиями детей. На стене сообщества периодически публикуются фотографии, на которых запечатлены различные бытовые предметы, объекты городской инфраструктуры и благоустройства, помещенные в специфический контекст, отсылающий к элементам православного вероучения или религиозной практики (например, фотография кружки с надписью «Best teacher ever», стоящей на фоне иконы, изображающей Христа Пантократора; фото желтой кнопки на светофорном столбе с надписью «ждите», к которой кто-то приписал маркером «...чуда»).

Наиболее широко освещаемой темой для этой группы оказалась тема религиозной практики (11 мемов). Чаще всего в рамках этого направления упоминались крупные религиозные праздники, празднование которых пришлось на период составления выборки: Рождество, Масленица, Великий пост, Благовещение, Пасха. В периоды до и во время этих значимых событий религиозной жизни количество тематических публикаций закономерно увеличивалось. Примечательно, что среди проанализированных публикаций категории «Ритуал» практически не встречалось мемов, посвященных основным таинствам Церкви (евхаристии, исповеди и т. д.). В основном роль персонажей мемов, через реплики и действия которых репрезентуются элементы религиозного, играют священнослужители, изображаемые как в процессе отправления культа, так и в повседневных ситуациях; персонажи популярной культуры и исторические личности, олицетворяющие простых верующих; животные, в основном представленные котами, запечатленными на фото в забавных ситуациях; простые верующие.

Исторические личности и персонажи произведений искусства, фигурирующие в мемах на религиозную тематику, могут весьма неожиданным образом окрашивать содержащееся в меме высказывание. Так, мем, посвященный Великому Посту и празднику Благовещенья, представляет собой фотографию Адольфа Гитлера, эмоционально бьющего себя кулаком в грудь, и задающего невидимой аудитории гневный вопрос: «Это я не пощусь?! Я даже на Благовещение рыбу не ем!». Спектр и характер смысловых коннотаций, вызываемых таким мемом, легко можно себе представить, об интерпретациях остается только гадать. Любопытно, что автором мема является действующий настоятель одного из приходов на территории Украины: человек, предположительно, обладающий представлением о границах допустимого в отношении смешения элементов поп-культуры и истории с элементами учения церкви и религиозной практики.

Куда менее провокативными, но не менее наглядно отражающими неоднозначность смыслов, которые могут возникнуть в результате помещения элементов религиозного в контекст интернет-мема, являются два изображения, сюжет первого из которых посвящен празднованию Масленицы, а второго – Крещенскому омовению в купели. В первом случае верующие, столпившиеся вокруг лопаты, на которой им преподносятся блины, сравниваются с орками – одними из антагонистов в романе Дж. Толкиена «Властелин колец» и трилогии фильмов по его мотивам. Во втором случае вопрос, «почему в прорубь не окунаетесь?» звучит из уст персонажа экранизации романа М. А. Булгакова «Собачье сердце» – управдома Швондера, в первоисточнике являющегося карикатурой на агрессивного малообразованного оппортуниста, для которого онтологическим значением обладают не принципы человечности и здравого смысла, а буква наспех сочиненного закона и формального распоряжения. Судя по наличию таких примеров, можно предположить, что администрация группы в целом достаточно лояльно относится к творческим интерпретациям элементов православной культуры, предлагаемым подписчиками.

Впрочем, подобные мемы являются скорее исключениями из общего массива, представленного в группе. Преобладающей смысловой окраской для контента «Православные шутят» оказалась «положительная». Характерный для сообщества юмор можно в целом охарактеризовать как беззлобный и доступный для понимания реципиента, не обладающего специальными познаниями, направленный не на критику и полемику, а на освещение религиозной

повседневности простых верующих и служителей культа. Мемы, посвященные церковной истории или богословским вопросам, отсутствуют в «Православные шутят» как класс, равно как и иной контент, который можно было бы назвать религиозно-просветительским. Администратор группы сообщил, что «нашего (т. е. созданного администрацией) контента процентов 10, наверное. В основном группу наполняют люди».

Полученные данные о контенте «массовых» групп позволяют заключить, что содержащиеся в них мемы в основном репрезентуют актуальные для участников проблемы, связанные с практической стороной их религиозности, а формат интернет-мема служит для пользователей инструментом индивидуальной творческой интерпретации связанного с религией опыта.

На контенте «элитарных» групп мы остановимся несколько подробнее, так как он сильнее отличается от сообщества к сообществу, и позволяет уловить специфику различных подходов к репрезентации религиозного через интернет-мемы.

Старейшим по времени основания и крупнейшим по количеству подписчиков среди рассмотренных нами «элитарных» групп является сообщество «СкименЪ». Хотя группа не позиционирует себя как исключительно юмористическая, контент, который можно здесь обнаружить, в основном представлен либо мемами (их в выборку попало 20), либо религиозно-просветительскими материалами: цитатами из святоотеческой литературы, высказываниями некоторых философов-теистов, ссылками на статьи, содержащие критику того, что по мнению администрации и части подписчиков группы можно классифицировать как ересь. Косвенные данные указывают на то, что контент здесь является авторским и создается членами администрации, хотя достоверно установить соотношение его источников не удалось. В шапке группы, сказано, что подписчики имеют возможность опубликовать свои материалы на стене, если они не противоречат мировоззрению администраторов. Общая тональность публикаций в группе имеет выраженный полемический характер: значительная часть постов в той или иной мере посвящена критике русской религиозной философии XX века, иных христианских конфессий, идей и отдельных лиц, связанных с экуменистическими, модернистскими и либеральными инициативами.

Публикация мемов, направленных на критику тех или иных идей, личностей и конфессий, порой порождает неоднозначную реакцию подписчиков в комментариях. Под постами, высмеивающими то, что в дискурсе данной группы обобщенно маркируется как «ереси» (экуменизм, модернизм, католицизм, протестантизм, варианты учения об апокатастасисе, концепции персонализма русских религиозных философов: этот список может быть продолжен), подчас можно обнаружить комментарии, выражающие разочарование отдельных подписчиков в контенте группы, а также вполне аргументированные сомнения в том, что язвительное, а иногда и просто грубое (см. Рис. 1, где сторонники взглядов о. Андрея Кураева в сущности названы баранами) подшучивание над «заблуждающимися» людьми – есть поведение, плохо согласующееся с учением Христа. Впрочем, в этих случаях находится достаточное количество защитников позиции сообщества, демонстрирующих высокий уровень погруженности в историко-церковную и богословскую проблематику и обладающих серьезными навыками ведения дискуссии.



Рис. 1. Мем «СкименЪ» 1

Администрация активно участвует в дискуссиях подписчиков, периодически блокируя тех из них, позиция и аргументы которых кажутся некорректными или неубедительными. Встречаются здесь и мемы, содержание которых раскрывает более двух точек зрения на некоторую проблему, а специфический внешний вид персонажей, олицетворяющих их носителей, позволяет реципиенту уяснить отношение авторов к различным позициям (Рис. 2). Впрочем, критика «ересей» с помощью мемов не сводится здесь исключительно к сатире различной степени злобности: встречаются изображения, транслирующие снисходительное или жалостливое отношение к идейным оппонентам: они изображены поверженными и кающимися, а фигура, олицетворяющая в данном контексте истину, протягивает им руку, дабы помочь встать и направиться по верному пути (Рис. 3). Несколько меньшее количество мемов здесь посвящено истории и богословию: в них чаще всего не содержится острой критики, а тональность в целом можно охарактеризовать как нейтрально-юмористическую.



Рис. 2. Мем «Скименъ» 2



Рис. 3. Мем «Скименъ» 3

Рисунки 3 и 4 иллюстрируют то, как при помощи мема, построенного на одном и том же шаблоне, создается высказывание на различные религиозные темы. В случае с рисунком 3 очевиден антагонизм между лежащей и стоящей фигурами, отраженный как в текстовом содержании мема, так и в образе, протягивающем руку помощи: он воплощен в виде лягушонка Пепе с седой бородой, одетого в рясу. Мем с Пепе за время своего существования оброс множеством различных коннотаций, в том числе, с легкой руки экс-президента США Дональда Трампа и его сторонников, стал символом расовой (и, порой, любой другой) нетерпимости и идей ультраправого спектра. Этот мем был отнесен нами к категории посвященных полемике, поскольку его персонажи олицетворяют две конфликтующих точки зрения, а используемые выразительные средства создают однозначную дихотомию «ложное – истинное». Рисунок 4, построенный на том же самом шаблоне с заменой одного из визуальных элементов и текста, изображает уже не идейных противников, а Спасителя и того, кто нуждается в спасении. Данный мем, на наш взгляд, является мемом-манifestацией идеи, причем не исключительно православной, а христианской вообще.



Рис. 4. Мем «Скименъ» 3

В целом контент сообщества «СкименЪ» сильно отличается от содержимого «массовых» групп: он часто посвящен темам, далеким от повседневного опыта верующих, требует подготовки для считывания его смыслов, по-видимому, имеет просветительскую функцию, ориентирован на более эрудированную аудиторию, обладающую отрефлексированной и аргументированной позицией по вопросам веры и религии, готовую отстаивать эту позицию в дискуссиях.

Группа «Terra Orthodoxa» наполняется в основном авторскими мемами (19 шт.). На вопрос об источнике контента администратор сообщил следующее: «как правило я [делаю мемы], бывает и подписчики предлагают (но часто отклоняю, не всегда подходит). Стараюсь все же какую-то планку держать». В группе отсутствует возможность комментировать публикации, поэтому установить специфику реакции на тот или иной контент со стороны аудитории не представляется возможным.

В количественном отношении по ряду параметров мы видим схожую со «СкименЪ» картину. Тематически здесь преобладают полемические мемы, за ними с небольшим отрывом следуют публикации, посвященные элементам ритуальной практики. Спектр критикуемых явлений частично совпадает с таковым в «СкименЪ»: это русская религиозная философия и различные проявления религиозного модернизма. Критика эта, однако, носит иной характер, и раскрывает не столько радикальное несогласие автора с той или иной позицией, сколько подталкивает реципиента к размышлению о проблеме (Рис. 5 и 6). Представлены здесь и мемы, темой которых является повседневный опыт верующего человека, манифестация специфической идентичности людей, вовлеченных в деятельность сообществ, подобных рассматриваемому. Общая сдержанная тональность контента группы не предполагает жестких или провокационных высказываний на темы, связанные с религией.



Рис. 5. Мем «Terra Orthodoxa» 1



Рис. 6. Мем «Terra Orthodoxa» 2

Мемы в публикациях группы не являются преобладающим типом контента. В основном они встречаются между несколькими постами с информацией о религиозных праздниках, цитатами из Евангелия и Предания, размышлениями на богословские темы. Не-юмористическое содержимое сообщества имеет выраженный религиозно-просветительский характер.

На вопрос о том, считает ли он формат интернет-мемов удачным для разговора о религии, администратор группы ответил отрицательно. По мнению информанта, мемы воспринимаются людьми «несерьезно», и являются в массе своей информационным шумом. Вместе с тем, современные реалии требуют современных способов коммуникации, поэтому использование интернет-мемов в процессе разговора на религиозные темы наш собеседник счел неизбежным. Кроме того, существование христианских мемов и публикующих их сообществ способствует трансформации стереотипного представления о христианах, которые «не сидят в интернете и не смотрят эти самые мемы (а некоторые на полном серьезе так считают)». Если рассматривать мемы как инструмент приобщения людей к религии или информирования о различных ее сторонах, то они не являются в этом отношении гарантированно эффективными: «...Если мы это [мемы] рассмотрим как последующий «путь к воцерковлению», то

это ну максимум первый шаг», «...Мемом можно донести информацию. Но в большинстве случаев ты даешь лишь «верхушку», а остальную часть айсберга ты уже предлагаешь познавать читателю, если она еще ему незнакома. Допустим у нас частенько бывают мемы про Флорентийскую унию. Человек может про это не знать ничего, но увидев мем, он пойдет гуглить», сообщил администратор.

Группа «Christian memes», как следует из ее названия, является специализированным мем-сообществом. По количеству обнаруженных мемов оно является лидером в нашей выборке (33 шт.). Мемы, так или иначе касающиеся межконфессиональной полемики, так же, как и в предыдущих исследованных сообществах, составляют большой процент от общего количества. Примечательным данный факт выглядит в свете того, что сообщество внешне не позиционирует себя как ориентированное на репрезентацию точки зрения какой-то конкретной ветви христианства, а посвящено мемам на христианскую тематику вообще. Практически все полемические мемы здесь отражают аспекты разногласий между ветвями христианства, в отдельных можно усмотреть критику современного атеизма, сциентизма и людей, тяготеющих к современным формам внеконфессиональной религиозности.

Мемы, с помощью которых осуществляется манифестация религиозного, частично свидетельствуют о том, что несмотря на внешнее отсутствие ориентации на конкретный вариант христианства, их создатель тяготеет к православию. В интервью администратор, по образованию являющийся религиоведом, а по вероисповеданию православным, сообщил, что является автором 90 % контента группы. В целом мемы категории «манифестация» здесь освещают темы, характерные для христианского (а иногда и религиозного) дискурса в целом: борьба с грехом, спасение, особенности мышления и поведения неопитов. В группе представлен пласт тем, связанных с религиозной практикой: из пяти мемов этого блока два посвящены Великому Посту, два Литургии и один Таинству исповеди. Среди прочего сообществе обнаружен уникальный в рамках нашей выборки пример критики в адрес высшего руководства РПЦ, а именно – патриарха Московского и всея Руси Кирилла, для чего использован ставший популярным в марте-апреле 2021 года шаблон мема «Сынуля-аболтус», в оригинале представлявшего собой серию фотографий женщины с ее сыном, на одной из которых последний вскинул руку в нацистском приветствии. В комментариях к мему нашлись как критики подобного контента, так и те, кто солидаризовался с такой характеристикой патриарха.

В целом, преобладающей смысловой окраской для контента «Christian memes» является положительная либо ироничная. Здесь не встречается мемов, с помощью которых какие-либо идеи объявлялись категорически неверными, а контент полемического содержания направлен скорее на информирование реципиента о существовании тех или иных слабых мест в позициях христианских конфессий и разногласий между ними, способен подтолкнуть к самостоятельному погружению в вопрос. В отношении порога вхождения содержимое группы отличается разнообразием: с одной стороны, оно часто рассчитано на аудиторию, погруженную в религиозную проблематику, однако, здесь можно встретить и мемы, которые могут быть актуальны для неопитов, верующих, для которых практическая сторона религиозной жизни первостепенна по отношению к теоретической, и даже людей в целом далеких от религии.

Для опубликованных за указанный период мемов в группе «Христианские мемы на каждый день» преобладающими оказались темы манифестации, а также истории и богословия. Содержимое группы, по-видимому, ориентировано на достаточно молодую аудиторию: например, это можно констатировать исходя факта из включения в состав мемов-манифестаций отсылок к мультфильмам на телеканале «Союз» (сам канал впервые запустил эфир в 2005 году) и к аниме «Евангелион» в контексте рассуждения о детстве. В мемах достаточно часто фигурируют персонажи фильмов, компьютерных игр, мультфильмов. Уникальной тематической категорией, не встречавшейся в остальных сообществах, являются мемы, в юмористической форме обыгрывающие сюжеты из Ветхого Завета и Евангелия (рис. 7). Подобный контент, хотя и не встречался в исследованных ранее группах, обнаруживается в ориентированном на иудаизм сообществе «Мемный завет». Такого рода мемы примечательны тем, что они апеллируют не к межконфессиональным различиям ветвей христианства, что в той или иной степени было характерно для предыдущих рассмотренных групп «элитарного» блока, а к одной из главных вещей, которая их объединяет – Священному Писанию. Администратор группы сообщил, что «...сообщество нацелено на то, чтобы с помощью мемов подтолкнуть людей к более глубокому изучению христианства, чтению самых базовых книг, как Библия, сочинения святых отцов...», и именно по этой причине «...на паблик подписывались не

только христиане, но и атеисты/агностики, у нас не было пропаганды религии...». В секции комментариев группы, вместе с тем, периодически разворачивались достаточно оживленные дискуссии между представителями разных направлений христианства.

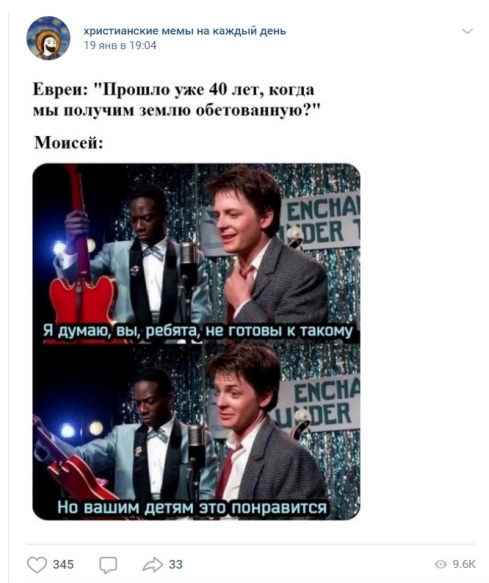


Рис. 7. Мем «Христианские мемы на каждый день»

Рассмотрев совокупность мемов в контенте религиозно-ориентированных сообществ «ВКонтакте», мы можем констатировать следующее. Во-первых, сам формат интернет-мема, как средства разговора на религиозные темы, более распространен в «элитарных» группах с малочисленной и молодой аудиторией. Подписчики «массовых» сообществ этой форме юмора в основном предпочитают более традиционные: анекдоты, карикатуры, текстовые шутки, хотя периодически обращаются и к мемам. Во-вторых, существует достаточно устойчивый круг тем, которые освещаются в этих группах при помощи данного формата. Проанализировав выборку мемов в шести сообществах, мы обнаружили, что вне зависимости от количества участников, их демографических характеристик и институциональной принадлежности администрации к церкви, в мемах оказываются тем или иным образом отражены специфические представления о свойствах религии, практиках, определенной идентичности, рефлексия по поводу взаимоотношений с другими конфессиями и философскими учениями. В-третьих, от группы к группе различным является происхождение поступающего в них контента. Для «массового» сообщества «Православные шутят» основным источником мемов являются подписчики, подчас крайне своеобразно воплощающие свои представления о религии в этом формате. Для «элитарных» сообществ типичной оказалась ситуация, при которой большая часть контента создается одним или несколькими администраторами, транслирующими через них свои взгляды, и заявляющими в интервью о том, что формальное и содержательное качество материала, предлагаемого подписчиками, в целом довольно низко. В-четвертых, формируемая мемами тональность, в русле которой развивается разговор на какую-либо тему, так же отличается для разных групп. Вне зависимости от тематического направления разговора для контента «массовых» групп свойственна легкая и в чем-то даже наивная тональность, здесь практически не встречается жесткой критики по отношению к чему бы то ни было, распространен беззлобный юмор на темы, касающиеся быта, религиозной повседневности и практики. «Элитарные сообщества» сильнее ориентированы на теоретические аспекты религиозного: местный юмор часто посвящен тонкостям богословских разногласий между конфессиями, довольно жесткой критике целых мировоззрений и философий. В смысле определения своей идентичности и способов ее отстаивания через мемы «элитарные» группы в разной степени радикальны: наиболее непримиримые, такие как «СкименЪ», несколько мягче иронизирующие по поводу заблуждений иных конфессий и философий как «Терра Orthodоха», и в каком-то смысле нацеленные на диалог «Христианские мемы на каждый день». В-пятых, элементы, заимствованные из православной культуры и дискурса, оказываясь творчески интерпретированы и соединены в контексте религиоз-

но-ориентированного мема с остальными его частями, могут видоизменять свое значение, порождая такие нетривиальные феномены как управдома Швондера, советующего искупаться в проруби, или целые коллекции «православных» мемов, в которых едко высмеиваются и обвиняются в «ересях» представители иных христианских конфессий. В целом, можно заключить, что интернет-мемы, в которые включены элементы православного происхождения, отличаются интенсивностью представленности определенных тем и эмоциональной тональностью, однако, выполняют в рамках двух групп сообществ одну и ту же функцию, а именно – раскрывают специфику взглядов администрации и подписчиков на самих себя и мир вокруг.

Несомненным представляется тот факт, что для трансляции религиозных идей, элементов культуры и религиозного опыта отдельных верующих достаточно широко используется формат интернет-мема, являющийся, таким образом, одним из способов репрезентации элементов религиозного комплекса в медиапространстве. По всей видимости, в отношении механизмов генезиса и функционирования, религиозно-ориентированные интернет-мемы не имеют существенных отличий от мемов, распространенных в пределах иных субкультур, активных в виртуальном пространстве: для них характерны общеупотребительные структурные типы, шаблоны и элементы популярной культуры, с которыми оказываются сращены специфическая лексика, образы и темы, характерные для рассматриваемой среды.

По-видимому, процесс приспособления религии к современной языковой реальности, фактически выражающийся в существовании религиозно-ориентированных мемов, протекает вне контроля со стороны религиозных институтов. Несмотря на то, что администрированием специализирующихся на таком контенте сообществ порой занимаются действующие священнослужители, эта работа, по их утверждениям, никак не курируется со стороны официальной церкви, а спектр причин, по которым они ей занимаются, варьируется от стремления к развенчанию стереотипов о христианах до желания поделиться собственным опытом веры и религии. В основном же возникновение таких сообществ является последствием частных инициатив людей, не связанных с церковью институционально, но обладающих религиозным опытом, гуманитарно образованных и исповедующих православие.

Справедливость рассмотрения религиозно-ориентированных мемов как продукта культуры участия с определенными оговорками подтверждается эмпирическим материалом. Подобный контент действительно может быть продуктом со-творчества пользователей: мемы, основанные на одном и том же шаблоне принимают в рамках одного сообщества различные значения, а там, где открыта возможность оставлять комментарии могут разворачиваться ожесточенные споры, в которых религиозно образованные комментаторы пытаются обоюдно оспорить точки зрения, и где исходный мем демонстрирует интерпретационный потенциал. Вместе с тем, практика публикации пользовательского контента оказалась распространена всего лишь в одном из рассмотренных нами сообществ; в основном авторами большей части содержимого являются члены администрации, а потому процесс производства/потребления информации носит здесь скорее вертикальный характер. Однако следует отметить, что в фокус данного исследования попали только сообщества в социальной сети: суть – организации, в которых всегда присутствует иерархия, выражающаяся отношением «администратор – подписчик». За пределами нашего внимания к настоящему времени остались страницы отдельных пользователей, в пределах которых картина может быть иной.

Тезис о том, что религиозно-ориентированные мемы являются одним из материальных проявлений проживаемой религии, в целом подтверждается результатами исследования. В пределах сообществ с помощью мемов ведется разговор на актуальные для верующих людей темы, причем в зависимости от демографических характеристик и масштаба аудитории одни темы оказываются проявлены сильнее, а другие отходят на второй план. Специфика формата интернет-мема: повсеместно распространенного, простого в освоении, предоставляющего широкие возможности для конструирования и трансляции смыслов, подталкивает пользователей (в контексте нашего исследования – преимущественно администрацию групп) к тому, чтобы делиться с его помощью элементами собственного, в том числе религиозного мировоззрения и опыта, находить единомышленников или встречать суровую критику. Элементы культуры, практики и образы религиозного происхождения, будучи помещены в контекст мема, нередко оказываются аберрированы и могут породить не свойственные им изначально смыслы.

Список литературы

1. Гришаева Е. И., Шумкова В. А. Теории среднего уровня в исследовании религии и медиа: медиатизация, медиация и RSST // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. 2020. № 38 (2). С. 7–40.
2. Гришаева Е. И., Шумкова В. А. Церковь «ВКонтакте». Исследование самопрезентации православных приходов в социальной сети vk.com // Медиатизация культуры: конструирование новых текстов и практик : материалы международной научной конференции. М. : Неолит, 2018. С. 36–42.
3. Гуторенко Л. С. К вопросу об амбивалентности троллинга и его использовании в комических креолизованных Интернет-мемах // Litera. 2018. № 4. С. 244–250.
4. Ефимова О. Б., Туманян Т. Г. К вопросу о месте смеха и юмора в традиции ислама // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Философия и конфликтология. 2016. Вып. 2. С. 126–134.
5. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 195–201.
6. Канашина С. В. Семантические особенности интернет-мема как полимодального дискурса // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2018. Вып. 16 (811). С. 74–79.
7. Канашина С. В. Эффект обманутого ожидания в интернет-мемах как особая коммуникативная стратегия // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2017. № 10 (187). С. 9–14.
8. Постнов А. Г. Нарушения логических законов как приемы создания интернет-мемов // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова. 2019. № 27. С. 74–76.
9. Рокотьянская Л. О., Губанов Н. Н., Губанов Н. И. Религия и юмор: истоки противостояния и проблемы разрешения конфликтов // Гуманитарный вестник. 2019. № 4. С. 1–16.
10. Трубина Е. Г., Лубна С. От исследований повседневности к исследованиям религиозной повседневности: понятие «живой религии» // Манускрипт. 2020. Т. 13. Вып. 11. С. 185–188.
11. Федорова М. В. Гелотологическая проблематика в контексте современных подходов к изучению религии // Манускрипт. 2016. № 12–2 (74). С. 187–190.
12. Федорова М. В. Хайп-эсхатология или «игра в COVID-19»: изменение религиозного сознания в эпоху глобального кризиса // Философская мысль. 2021. № 1. С. 40–55.
13. Jenkins H. Convergence culture: where old and new media collide. New York University Press. 2008. 368 p.
14. Morgan D. Religion and Humor in the Time of Pandemic / Religious matters in an Entangled World. URL: <https://religiousstudies.duke.edu/news/religion-and-humor-time-pandemic> (дата обращения: 16.04.2021).
15. Orsi R. Everyday Miracles: The study of Lived religion // Lived Religion in America: Toward A History of Practice. Princeton, NJ. Princeton University Press. 1997. Pp. 3–21.
16. Reading Religion in Internet Memes / Bellar W., Campell H. A., Cho K. J., Terry A., Tsuria R., Yaldin-Segal A., Ziemer J. // Journal of Religion, Media and Digital Culture. 2013. Vol. 2. Is. 2. 39 p.
17. Regiani H., Borelli V. Memetizing and mediatizing: memes as an evangelical discursive strategy // Journal for Communication Studies. 2017. Vol. 10. №3 (20). Pp. 9–31.

Experience of comparative research of religiously-oriented Internet memes (based on the materials of communities in the VKontakte social network)

F. D. Redin

assistant of the Religious Studies section of the Department of Ontology and Theory of Cognition,
Ural Federal University n. a. the First President of Russia B. N. Yeltsin.
Russia, Yekaterinburg. E-mail: flyingfortress16@yandex.ru

Abstract. The paper examines Internet memes published in the communities of the VKontakte social network, aimed at a Christian audience. Theoretically, based on the concepts of participatory culture (H. Jenkins) and lived religion (R. Orsi, N. Ammerman, M. McGuire), the author of the article explores six VKontakte communities through a comparative analysis of their content and interviewing administration representatives. As a result of the work done, it is possible to come to conclusions that 1) memes enriched with elements of religious origin are widely used as a means of communication in a confessional-oriented online; 2) religiously-oriented memes are one of the ways of adapting religion to the linguistic realities of modernity; 3) the concepts of culture of participation and lived religion, with some exceptions, satisfy the goals of descriptions of this phenomenon can become the theoretical foundation of similar studies in the future; 4) religiously-oriented memes differ in semantic and structural diversity, they are sufficiently represented in the Russian-speaking segment of the Internet, and even more so in the English-speaking one.

Keywords: memes, VKontakte, social networks, culture of participation, lived religion, religiously-oriented memes.

References

1. Grishaeva E. I., Shumkova V. A. *Teorii srednego urovnya v issledovanii religii i media: mediatizaciya, mediaciya i RSSST* [Middle-level theories in the study of religion and media: mediatization, mediation and RSSST] // *Gosudarstvo, religiya, cerkov' v Rossii i za rubezhom* – State, religion, church in Russia and abroad. 2020. No. 38 (2). Pp. 7–40.
2. Grishaeva E. I., Shumkova V. A. *Cerkov' "VKontakte". Issledovanie samoprezentacii pravoslavnykh prihodov v social'noj seti vk.com* [Church "VKontakte". Study of self-presentation of Orthodox parishes in the social network vk.com] // *Mediatizaciya kul'tury: konstruirovaniye novykh tekstov i praktik : materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* – Mediatization of culture: constructing new texts and practices : materials of the international scientific conference. M. Neolith, 2018. Pp. 36–42.
3. Gutorenko L. S. *K voprosu ob ambivalentnosti trollinga i ego ispol'zovaniyu v komicheskikh kreolizovannykh Internet-memah* [On the ambivalence of trolling and its use in comic creolized Internet memes] // *Litera* – Litera. 2018. No. 4. Pp. 244–250.
4. Efimova O. B., Tumanyan T. G. *K voprosu o meste smekha i yumora v tradicii islama* [On the question of the place of laughter and humor in the tradition of Islam] // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya: Filosofiya i konfliktologiya* – Herald of St. Petersburg University. Series: Philosophy and Conflictology. 2016. Is. 2. Pp. 126–134.
5. Zinov'eva N. A. *Vozdejstvie memov na Internet-pol'zovatelej: tipologiya Internet-memov* [The impact of memes on Internet users: typology of Internet memes] // *Vestnik ekonomiki, prava i sociologii* – Herald of Economics, Law and Sociology. 2015. No. 1. Pp. 195–201.
6. Kanashina S. V. *Semanticheskie osobennosti internet-mema kak polimodal'nogo diskursa* [Semantic features of the Internet meme as a polymodal discourse] // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki* – Herald of the Moscow State Linguistic University. Series: Humanities. 2018. Is. 16 (811). Pp. 74–79.
7. Kanashina S. V. *Effekt obmanutogo ozhidaniya v internet-memah kak osobaya kommunikativnaya strategiya* [The effect of deceived expectations in Internet memes as a special communicative strategy] // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* – Herald of Tomsk State Pedagogical University. 2017. No. 10 (187). Pp. 9–14.
8. Postnov A. G. *Narusheniya logicheskikh zakonov kak priyomy sozdaniya internet-memov* [Violations of logical laws as techniques for creating Internet memes] // *Vestnik Hakasskogo gosudarstvennogo universiteta im. N. F. Katanova* – Herald of the Khakass State University n. a. N. F. Katanov. 2019. No. 27. Pp. 74–76.
9. Rokotyanskaya L. O., Gubanov N. N., Gubanov N. I. *Religiya i yumor: istoki protivostoyaniya i problemy razresheniya konfliktov* [Religion and humor: the origins of confrontation and problems of conflict resolution] // *Gumanitarnyj vestnik* – Humanitarian herald. 2019. No. 4. Pp. 1–16.
10. Trubina E. G., Lubna S. *Ot issledovaniy povsednevnosti k issledovaniyam religioznoj povsednevnosti: ponyatie "zhivoj religii"* [From studies of everyday life to studies of religious everyday life: the concept of "living religion"] // *Manuskript* – Manuscript. 2020. Vol. 13. Is. 11. Pp. 185–188.
11. Fedorova M. V. *Gelotologicheskaya problematika v kontekste sovremennykh podhodov k izucheniyu religii* [Gelotological problematics in the context of modern approaches to the study of religion] // *Manuskript* – Manuscript. 2016. No. 12–2 (74). Pp. 187–190.
12. Fedorova M. V. *Hajp-eskhatologiya ili "igra v COVID-19": izmeneniye religioznogo soznaniya v epohu global'nogo krizisa* [Hype-eschatology or "the game of COVID-19": changing religious consciousness in the era of global crisis] // *Filosofskaya mysl'* – Philosophical thought. 2021. No. 1. Pp. 40–55.
13. Jenkins H. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York University Press. 2008. 368 p.
14. Morgan D. *Religion and Humor in the Time of Pandemic / Religious matters in an Entangled World*. Available at: <https://religiousstudies.duke.edu/news/religion-and-humor-time-pandemic> (date accessed: 16.04.2021).
15. Orsi R. *Everyday Miracles: The study of Lived religion* // *Lived Religion in America: Toward A History of Practice*. Princeton, NJ. Princeton University Press. 1997. Pp. 3–21.
16. *Reading Religion in Internet Memes* / Bellar W., Campell H. A., Cho K. J., Terry A., Tsuria R., Yaldin-Segal A., Ziemer J. // *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. 2013. Vol. 2. Is. 2. 39 p.
17. Regiani H., Borelli V. *Memetizing and mediatizing: memes as an evangelical discursive strategy* // *Journal for Communication Studies*. 2017. Vol. 10. No. 3 (20). Pp. 9–31.