

■ ■ ■ Ирония и сарказм как коммуникативные стратегии в мемах

Суворова А.А.

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье представлен комплексный лингвопрагматический анализ иронии и сарказма как ключевых коммуникативных стратегий, определяющих функционирование интернет-мемов в цифровой среде. Актуальность работы обусловлена возрастающей ролью мемов в формировании публичного дискурса, трансформации общественно-политической коммуникации и повседневных практик общения. Центральной проблематикой исследования выступает выявление специфики и механизмов реализации иронии и сарказма в поликодовой природе мемов, а также определение их прагматических функций и вирального потенциала. Методологическая основа исследования носит междисциплинарный характер, интегрируя подходы лингвистики, коммуникологии, социокультурного анализа и меметики. Теоретический фундамент составили концепции как отечественных, так и зарубежных ученых, что позволило рассмотреть феномен с различных научных позиций. Для решения поставленных задач был применен комплекс методов, включающий теоретико-методологический анализ, семиотический и лингвопрагматический анализ (с акцентом на вербальные, визуальные компоненты и их поликодовое взаимодействие), интертекстуальный, контекстуальный и функциональный анализ, а также сравнительно-сопоставительный метод. Эмпирическую базу составил репрезентативный корпус интернет-мемов, отобранных для выявления устойчивых паттернов использования иронии и сарказма. В результате проведенного исследования было установлено, что ирония и сарказм являются системообразующими элементами мема, во многом обуславливающими его потенциал и успешность распространения. Ирония, понимаемая как стратегия, основанная на взаимодействии эксплицитно позитивного и имплицитно негативного смыслов, выступает инструментом мягкой критики, смягчения коммуникативной ответственности и создания условной игровой реальности. Сарказм же интерпретируется как наиболее острая форма иронии, часто реализуемая через механизм эхо-цитирования и доведения до абсурда, и служит для тотальной дискредитации и эстетического уничтожения объекта, выступая стратегией открытой провокации. Важным исследовательским результатом работы стала идентификация и классификация четырех основных механизмов реализации данных стратегий.

Ключевые слова: интернет-мемы, ирония, сарказм, коммуникативные стратегии, цифровая коммуникация, креолизованный текст.

Для цитирования: Суворова А.А. Ирония и сарказм как коммуникативные стратегии в мемах//Коммуникология. 2025. Том 13. №4. С. 209-224. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-4-209-224.

Сведения об авторе: Суворова Анна Александровна, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы. Адрес: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6. г. Москва, Российская Федерация. E-mail: annasuvorova@inbox.ru, ORCID: 0009-0000-0520-7703.

Статья поступила в редакцию: 24.09.2025. *Принята к печати:* 14.12.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Современная цифровая коммуникация характеризуется стремительной динамикой и трансформацией традиционных языковых форм. Одним из наиболее репрезентативных феноменов этой новой реальности стал мем – единица информации, существующая в виде изображения, видеофрагмента, фразы или их комбинации, которая добровольно распространяется пользователями интернета, видоизменяясь и приобретая новые смыслы.

Изначально концепт мема был предложен эволюционным биологом Ричардом Докинзом в 1976 году в его книге «Эгоистичный ген» как культурный аналог гена, культурная единица, способная к репликации, мутации и отбору. Однако в цифровую эпоху это понятие обрело второе, более узкое и прикладное значение, став объектом междисциплинарного исследования на стыке лингвистики, социологии, культурологии и коммуникологии.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что в настоящее время мемы стали активно использоваться в качестве инструмента построения дискурса, влияющего на формирование общественного мнения, трансформацию общественно-политической коммуникации и повседневных практик общения. По утверждению С.В. Канашиной, центральное место в лингвопрагматике мемов занимают ирония и сарказм [Канашина, 2022]. Эти коммуникативные стратегии позволяют сжать сложные социальные, политические и культурные концепции в лаконичные, легко усваиваемые и эмоционально заряженные форматы, обеспечивая их максимальную репликацию (под репликацией в данном случае следует понимать самостоятельную форму интраперсонального общения [Архипова, 2003], экстериоризованную в структуре того или иного дискурса).

Целью настоящей статьи является комплексный анализ иронии и сарказма как базовых коммуникативных стратегий в мемах, определяющих их прагматическую эффективность и виральный потенциал.

Для достижения этой цели были поставлены следующие задачи:

- определить теоретические основы изучения мемов в рамках меметики, лингвистики и прагматики;
- разграничить понятия «ирония» и «сарказм» применительно к поликодовой природе мемов;
- выявить и классифицировать основные механизмы реализации иронического и саркастического высказывания в различных форматах мемов;
- проанализировать прагматические функции данных стратегий в процессе цифровой коммуникации.

Материал и методы исследования. Проведенное исследование феномена иронии и сарказма в интернет-мемах базируется на комплексной методологии, характерной для современных междисциплинарных исследований на стыке лингвистики, коммуникологии и социокультурного анализа. Методологический аппарат работы сочетает общенаучные и частнонаучные методы, а ее эмпири-

ческую основу составил репрезентативный массив конкретного цифрового контента – корпус интернет-мемов.

Теоретическую базу исследования составили работы как отечественных (С.В. Канашиной, Я.В. Солдаткиной, М.В. Захаровой, З.А. Заврумова, В.В. Дементьева, А.С. Лежниной, М.М. Бахтина, В.Я. Шабеса), так и зарубежных ученых и исследователей (С. Аттардо, П. Брауна и С. Левинсона, Дж. Хаймана, Д. Спербера, Д. Уилсон, С. Кумон-Накамуры, С. Глаксберг, М. Браун). Это позволило использовать труды различных научных школ и подходов к изучению иронии и сарказма в цифровом дискурсе.

Методы исследования были подобраны в соответствии с поставленными задачами и носят комбинированный характер: теоретико-методологический анализ, семиотический и лингвопрагматический анализ (анализ вербальных компонентов, визуальных компонентов, поликодовости), интертекстуальный анализ, контекстуальный и функциональный анализ, сравнительно-сопоставительный метод.

Результаты исследования. Четыре основных вида комического – юмор, иронию, сатиру, сарказм – различают преимущественно по способу отражения действительности и отношению к объекту осмеяния. Ирония этот объект мягко критикует, сатира – разоблачает, сарказм – дезавуирует, эстетически уничтожает, а юмор, в философском плане выполняющий функцию принятия мира, в конечном счете утверждает, поддерживает, в соответствии с принципом карнавализации, предмет осмеяния [Солдаткина, 2022]. Кроме того, по мнению М.М. Бахтина культура юмора способна снижать и переосмысливать различные догмы [Бахтин, 2008], и, на наш взгляд, именно мемы в цифровую эпоху взяли на себя эту функцию.

Как справедливо отмечает Я.В. Солдаткина, современный виртуальный метемический фонд как нельзя лучше иллюстрирует не только все смеховое разнообразие, но и тенденцию к систематизации и каталогизации именно на основе различных видов комического [Солдаткина, 2022].

Для нашего исследования наибольший интерес представляют ирония и сарказм.

В современной лингвистике сформировались три основных подхода к интерпретации иронии как коммуникативной стратегии: понимание иронии как завуалированной агрессии (С. Аттардо [Attardo, 2007], В.В. Дементьев [Дементьев, 2006], Дж. Хайман [Haiman, 1998]), как стратегии вежливости, направленной на смягчение критики (П. Браун и С. Левинсон [Brown, Levinson, 1987], Дж. Лич [Leech, 1991]), и как способа доминирования (П. Бурдьё [Bourdieu, 1991], К.М. Шилихина [Шилина, 2014]). Общим для этих направлений является определение сущности иронии как взаимодействия двух противоположных смыслов: буквального, выраженного непосредственно текстом (смысл высказывания), и подразумеваемого, вкладываемого автором (смысл автора). Анализируя оценочный потенциал и когнитивные аспекты иронии, З.А. Заврумов подчеркивает, что ироническое

высказывание неизменно содержит две противоположные оценки – позитивную, представленную эксплицитно, и негативную, переданную имплицитно. При этом суггестивное воздействие иронии, по мнению исследователя, напрямую зависит от степени противоречия между вербализованным содержанием и подразумеваемым значением [Заврумов, 2014].

Иронический посыл мемов формируется на основе т.н. абстракций, комический эффект которых строится на многозначности или универсальности представленной ситуации, не имеющей прямой привязки к конкретным политико-экономическим или социокультурным контекстам [Солдаткина, 2022]. Ярким примером подобного явления стал популярный в 2021 году мем «*Вы рыбов продаете? – Нет, просто показываю*» (рисунок 1), который принято относить к категории «абстрактных». Его ироничность заключается в контрасте между продавцом – рыбака-любителя – и неплатежеспособными животными, которые оценивают товар исключительно с эстетической точки зрения, в силу невозможности покупки желанного (ведь кошки действительно любят рыбу) товара. Фундаментом для данного шаблона послужил диалог, воспроизводящий грамматически неверную падежную конструкцию и ответ «красивое».



Рисунок 1. Мем про котов и рыбов / Meme about cats and fish

Этот мем применялся, обогащался, видоизменялся для интерпретации значимых исторических событий, например, таких как взаимоотношения Украины и НАТО («*Вы в НАТО принимаете? – Нет, только обещаем. – Красивое*») или внешняя политика России 2020-х гг. («*Газ продаете? – Только за рубли. – Красивое*»), общественных явлений («*Вы работать умеете? – Нет, только резюме показываю. – Красивое*»), а также для комментирования произведений культуры

(сюжет мультфильма «В синем море, в белой пене...» 1984 г., реж. Р.А. Саакянц). При этом мем устойчиво сохранял ироническую направленность, обыгрывая человеческие странности, слабости или экстраординарные случаи.

В то же время иронические интонации, характерные для многих меметических серий, часто формируется и под влиянием визуального компонента. К примеру, серия мемов, изображающих котов и Наташу (рисунок 2). Коты сами по себе олицетворяют домашний уют и легкий, беззлобный юмор. Используемая в них фраза-лозунг «*Наташа, мы все уронили*», произносимая от лица котов, воспринимается значительно мягче и комичнее, чем, к примеру, ее смысловой аналог, построенный на обсценной лексике – «*Юра (Гагарин), прости нас, мы все потеряли*», который отличается грубостью и агрессивностью. Важно отметить, что на пике популярности мем про котов и Наташу активно применялся для осмысления актуальных политических событий: коты «роняли» курс рубля и цены на нефть, комментировали заявления Президента РФ и др. Однако даже в таком контексте мем сохранял свойственную ему ироничную интонацию, не переходя в едкую сатиру или откровенный сарказм.



Рисунок 2. Мем про котов и Наташу / Meme about cats and Natasha

Проведенные М.В. Захаровой исследования демонстрируют, что с точки зрения коммуникологии способность распознавать иронию не обусловлена ни уровнем образования индивида, ни его когнитивных способностей или особенностей языковой личности. В большинстве коммуникативных ситуаций ирония не служит выражением глубинных мировоззренческих установок, а просто реализует оценочную позицию говорящего в ценностном ключе (важно отметить, что это высшая ипостась и задача иронии и они реализуются в значимых для говорящего случаях, при условии, что он является элитарной языковой личностью с полностью сформированным мировоззрением). В практическом плане ирония чаще решает бытовые прагматические задачи: уязвление собеседника, самозащита в конфликтной ситуации, достижение собственной цели без эскалации, повышение социального статуса в группе и т.д. [Захарова, 2023].

Именно этим обусловлены как популярность термина, так и неоднозначность восприятия иронии в речевой практике. Культура закрепляет за иронией статус элитарного типа мышления, что побуждает многих носителей языка, особенно молодых, рассматривать ее как инструмент приобщения к интеллектуальной элите. Однако в реальной коммуникации они часто не распознают иронические высказывания и негативно реагируют на них. Подавляющее большинство испытуемых одновременно заявляло о положительном отношении к иронии, уверенности в ее понимании и применении, но при этом проявляли неприятие к ироническому поведению наблюдаемых коммуникантов. Также использование иронии в повседневном общении чаще всего интерпретировалось как проявление невежливости, недостаточной воспитанности, грубости или неумения строить грамотную коммуникацию, то есть воспринималось как признак не элитарной, а ущербной языковой личности [Захарова, 2023].

Итак, ключевой парадокс иронии как коммуникативной стратегии заключается в том, что, с одной стороны, за иронией закреплен статус элитарного интеллектуального инструмента, а с другой – в повседневной практике она зачастую выполняет сугубо прагматические функции и воспринимается не как признак ума, а как проявление коммуникативной некомпетентности и грубости. Можно предположить, что успешность мема напрямую зависит от того, насколько его создателю удастся разрешить этот парадокс: создать ироническое высказывание, которое будет одновременно узнаваемо и принято целевой группой как «элитарный» код, но при этом не будет воспринято случайным зрителем как простое хамство или глупость.

В научных исследованиях, посвященных проблеме целей, функций, способов выражения и т.п. сарказма в коммуникации, данный феномен традиционно анализируется в тесной связи с иронией. Ряд ученых, таких как: Ю.Б. Борев, А.А. Потбня, С. Кумон-Накамура, С. Глуксберг и М. Браун [Kumon-Nakamura, Glucksberg, Brown, 1995], интерпретируют сарказм как высшую и наиболее острую, язвительную форму иронии. Согласно другой точке зрения, представленной в работах Д. Уилсона и Д. Спербера, саркастическое высказывание определяется как

эхо-упоминание, т.е. отсылка к утверждению собеседника, помещенная в новый контекст. Наиболее широкая трактовка сарказма принадлежит Р. Гиббсу и Л. Колстону, которые классифицируют в качестве сарказма все иронические высказывания, содержащие имплицитный негативно-оценочный смысл.

Обобщая, в рамках нашего исследования можно определить сарказм как коммуникативную стратегию, использующую иронию в ее наиболее острой и язвительной форме для выражения негативной оценки с помощью эхо-цитирования и/или имплицитного противопоставления ожидаемой и реальной ситуации, что делает его высокоэффективным инструментом для создания критических и провокационных (но не только) интернет-мемов.

Согласно А.С. Лежниной коммуникативно-прагматические функции саркастического высказывания состоят в реализации целого «пучка» интенций его автора: дискредитации оппонента, оскорблении, опровержении чужого мнения, ухода от ответа, отказа, самопрезентации, самозащиты. Эти интенции проявляются в саркастическом высказывании либо по отдельности, либо в комплексе, в зависимости от контекстуально-ситуационных обстоятельств речевого общения [Лежнина, 2014].

Рассмотрим в качестве примера саркастического серию мемов «Вилли Вонка» (рисунок 3), в которой персонаж из фильма «Вилли Вонка и шоколадная фабрика» (1971, реж. М. Стюарт) выражает недоверие и сарказм по отношению к собеседнику.



Рисунок 3. Мем про Вилли Вонка и гороскопы /
Meme about Willy Wonka and horoscopes

Это классический пример вербального мема, где сарказм используется как ключевая коммуникативная стратегия для высмеивания достаточно масштабного социального феномена – веры в астрологию.

Фраза начинается с побудительной конструкции «Давай расскажи», что создает иллюзию диалога и прямого обращения к воображаемому собеседнику (стороннику астрологии). Императив имитирует просьбу, но на самом деле является вызовом. Придаточная часть предложения построена по типу нейтрального запроса информации (мнения), однако фактически выражает претензию героя мема на истину – очевидно, что он не верит в гороскопы и не считает, что все в мире зависит от положения звезд и планет в тот или иной момент времени. Ядро сарказма здесь – это противопоставление буквального (предложение серьезно поговорить о зависимости культурно-исторических, биологических и иных процессов от гороскопов) и подразумеваемого (демонстрация скептицизма в отношении гороскопов) значения предложения. Сарказм здесь используется как форма косвенного речевого акта. Вместо прямого отрицания («гороскопы – это ерунда») автор выбирает стратегию доведения до абсурда, в том числе посредством гиперболы, ведь даже многие приверженцы астрологии не считают ее влияние столь тотальным. Автор предлагает адресату самому озвучить его же преувеличенную и нелогичную позицию, тем самым ставя его в заведомо проигрышное положение.

Образ Вилли Вонки из этого фильма давно стал меметическим сам по себе. Он ассоциируется с эксцентричным, но невероятно пронцательным и умным персонажем, который смотрит на чудачества и глупость других (посетителей его фабрики) с высоты своего интеллекта и опыта. В примере на рисунке 3 Вилли Вонка изображен в своей характерной позе: он подпирает щеку рукой, его взгляд томный, немного усталый и пронизанный язвительной вежливостью. Он смотрит прямо на собеседника, изображенного спиной к зрителю, в результате чего создается впечатление, что саркастический запрос обращен именно к зрителю. Изображение Вилли Вонки выполняет роль визуализации сарказма и превращает текстовую фразу в законченное высказывание, наделенное конкретными интонацией, мимикой и отношением.

Примечательно, что, с точки зрения Я.В. Солдаткиной, в отличие от мемов политической тематики, откликающихся на сиюминутные переживания и впечатления, саркастические мемы в большей степени анализируют искажения базовых представлений о мироустройстве (и геополитическом в том числе), о справедливости, образованности и других краеугольных категориях социального и даже духовного бытия [Солдаткина, 2022]. В этом смысле саркастические интернет-мемы выступают антиподом юмористическим, поскольку последние лишены критической направленности в адрес общественного устройства или моральных устоев.

Проведенный нами анализ позволил выявить, что ирония и сарказм являются не случайными, а системообразующими элементами многих успешных мемов. Их функционирование можно классифицировать по нескольким ключевым механизмам.

Первый – создание контекстуального разрыва между визуальным и вербальным рядом. Классический пример – мем «Женщина кричит на кота» (рисунок 4).



Рисунок 4. Мем «Женщина кричит на кота» / Meme “Woman yelling at a cat”

Изображение состоит из двух кадров: на первом – женщина (визуально американская светская львица, фрагмент из телешоу «Настоящие домохозяйки Беверли-Хиллз», 2011-2012 г.), эмоционально что-то говорящая за столом, на втором – кот, сидящий перед тарелками с недоуменным и немного агрессивным, но интеллектуально одаренным видом. Вербальная надпись накладывается произвольно, но по общему шаблону выглядит примерно следующим образом: реплика женщины носит агрессивный, обвиняющий или абсурдный характер (например, «Я визуал!»), в то время как предполагаемая мысль кота выражает наивное недоумение или саркастический комментарий («Ты просто залипаешь в Тиктоке»).

Данный мем является универсальным шаблоном, который может бесконечно адаптироваться под различные ситуации. Пользователи могут заменять вербальный ряд, сохраняя визуальную основу, чтобы обыграть любой случай, где имеет место:

- несправедливое или абсурдное обвинение;
- непонимание между людьми с разным мышлением (часто – эмоциональным/рациональным);
- оправдание, основанное на простом и непровержимом факте.

Визуальный ряд (известные персонажи с застывшими эмоциями) служит идеальной пустой формой, которую можно наполнить любым актуальным содержанием, что и делает его высоковиральным.

С точки зрения теории Д. Спербер и Д. Уилсон, получатель мема прикладывает когнитивные усилия, чтобы связать абсурдный вербальный ряд с изображением, и в момент нахождения релевантности (осознания несоответствия) получает положительный эмоциональный эффект – так работает юмор в мемах. Этот эффект является наградой за затраченные усилия, что мотивирует пользователя

к дальнейшему распространению исходного мема, а также его модификаций [Sperber, Wilson, 1986]. В данном случае мозг зрителя мгновенно проделывает путь от восприятия идиомы «косо посмотрел» к ее буквальной интерпретации, предлагаемой котом. Мгновенное разрешение этого когнитивного диссонанса в остроумную шутку, построенную на иронии языковой игре, и есть та самая «награда», которая обеспечивает мему популярность.

Второй механизм – формирование групповой идентичности. Мемы, построенные на самоиронии, позволяют сообществу переживать общие неудачи и социальные тревоги. Например, серия мемов «Страдающий Гарольд, или Гарольд, скрывающий боль» (рисунок 5). Выражение лица Андраша Арато на фото идеально передает эмоции, когда человеку приходится притворяться радостным, хотя на самом деле ему грустно, больно, когда он разочарован и т.д.

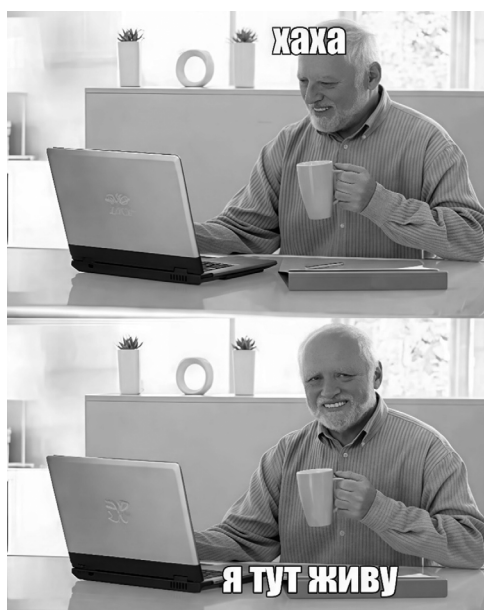


Рисунок 5. Мем «Гарольд, скрывающий боль» / Meme “Hide The Pain Harold”

Рунет особенно богат мемами в духе тотального пессимизма. Сарказм здесь служит механизмом психологической защиты и одновременно маркером принадлежности к группе, которая понимает этот скрытый, горький юмор (например, жители одного города).

Третий механизм – инструмент критики. И сарказм, и ирония активно используются в политических мемах, как правило, с целью намеренной дискредитации объекта.

Четвертый механизм – интертекстуальность. Многие мемы требуют от реципиента высокого уровня медийной и культурной грамотности, так как их ирония

и сарказм строятся на отсылках к другим текстам культуры. Например, мем, представленный на рисунке 6, построен на незавершенном диалоге между Би из советского кинофильма «Кин-дза-дза!» (1986, реж. Г. Н. Данелия) и Квай-Гон Джинном, который обнаружил избранного, Энакина Скайуокера, на Татуине во время Набуанского кризиса и был ответственен за его дальнейшее обучение во вселенной кинофраншизы «Звездные войны» (1999, реж. Дж. Лукас). Примечательно, что характер поучения от Би (образ-философ) здесь «читается» с отчетливым русским национальным акцентом, как поучение «старшего брата» «младшему».

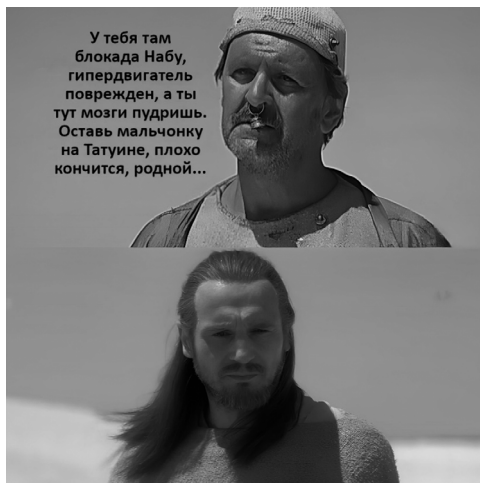


Рисунок 6. Мем про межгалактические путешествия /
Meme about intergalactic travel

Понимание такого мема возможно только при узнавании первоисточников и сопоставлении их с текущим контекстом и друг с другом. Российский лингвист В.Я. Шабес в своих работах о структуре художественного текста отмечал, что смысл рождается на стыке ожидания и его нарушения [Шабес, 1989]. Интертекстуальный мем как раз нарушает ожидание (первоначальный контекст отсылки), сталкивая его с новой реальностью, что и создает иронический эффект.

Обсуждение. Полученные нами в ходе исследования результаты свидетельствуют о том, что ирония и сарказм в мемах выполняют ряд критически важных коммуникативных функций, выходящих далеко за рамки простого юмора.

Во-первых, они выступают механизмом смыслового сжатия (компрессии). Сложные социальные явления, критика власти, личные переживания упаковываются в крайне лаконичную и эффективную форму. Это напрямую коррелирует с принципом экономии усилий в теории релевантности и объясняет, почему ироничные и саркастичные мемы распространяются быстрее: они предлагают высокую смысловую отдачу при низких затратах на восприятие (после первоначального «усилия» по декодированию).

Во-вторых, ирония служит стратегией смягчения коммуникативной ответственности. Высказывание, замаскированное под шутку, позволяет транслировать непопулярные, оппозиционные или социально неодобряемые идеи под видом несерьезного контента. Это создает зону «условной игры», где можно обсуждать табуированные темы. Данный феномен описал еще философ Гегель, говоря об иронии как о «форме лжи, которой позволено говорить правду». В цифровой среде эта функция гипертрофирована.

В-третьих, как показал анализ, ирония и сарказм являются ключевыми инструментами формирования и маркировки групповой идентичности. Способность понять сложный, контекстуально зависимый иронический посыл отделяет «своих» (членов сообщества) от «чужих». Это создает чувство интеллектуального превосходства и общей связи, что, в свою очередь, стимулирует дальнейшее создание и обмен контентом внутри группы, укрепляя ее границы.

Однако важно отметить и риски, связанные с доминированием иронии и сарказма в цифровой коммуникации. Постоянное использование иронического или саркастического модуса может вести к эмоциональному отчуждению и нивелированию серьезного дискурса – феномен, который некоторые исследователи, например, Е.Н. Князева [Князева, 2014], называют «энактивацией» (отказом от искреннего высказывания). Ирония и сарказм могут стать универсальными защитными механизмами, не позволяющими реализовать прямую и честную коммуникацию, а также способствующими распространению цинизма и апатии в социуме.

Выводы. Ирония и сарказм как коммуникативные стратегии в мемах являются не случайными или периферийными элементами, а системообразующим ядром, определяющим прагматическую эффективность, виральный потенциал и смысловую глубину мема как креолизованного текста. Их использование непосредственно связано со спецификой цифровой коммуникации, характеризующейся высокой скоростью, клиповостью и необходимостью компрессии сложных идей в лаконичные, легко реплицируемые форматы.

Ирония, понимаемая как стратегия, основанная на взаимодействии буквального (эксплицитно позитивного) и имплицитного (негативного) смыслов, выступает инструментом мягкой критики, смягчения коммуникативной ответственности и создания зоны «условной игры». Яркими примерами служат мемы «про котов и рыбов» и «про котов и Наташу», где ироническая интонация позволяет обыграть человеческие слабости или абсурдные ситуации, не переходя в открытую конфронтацию. Сарказм же, интерпретируемый как наиболее острая и язвительная форма иронии, часто реализуемая через механизм эхо-цитирования и доведения до абсурда, используется для тотальной дискредитации и эстетического уничтожения объекта. Это стратегия открытой провокации и агрессии, что наглядно иллюстрирует мем «Вилли Вонка», где сарказм направлен против целого социального явления – веры в астрологию.

Важным результатом проведенной работы является идентификация и классификация основных механизмов реализации этих стратегий. Во-первых, это создание контекстуального разрыва между визуальным и вербальным компонентами мема, что порождает когнитивный диссонанс у реципиента, разрешение которого приносит положительный эмоциональный эффект и мотивирует к дальнейшей репликации. Во-вторых, ирония и сарказм служат мощным инструментом формирования групповой идентичности, выступая маркером принадлежности к определенному сообществу, способному декодировать скрытые, контекстуально зависимые послылы. В-третьих, они являются эффективным орудием социальной и политической критики, функционируя по принципу «фрейминга», т.е. «переозначивания» и помещения объекта в сатирический контекст. В-четвертых, их функционирование зачастую строится на интертекстуальности, требуя от аудитории высокой степени медийной и культурной грамотности для распознавания отсылок и порождаемого ими иронического эффекта.

Прагматические функции иронии и сарказма в мемах выходят далеко за рамки развлечения. Они обеспечивают смысловую компрессию, позволяя «упаковывать» сложные социальные и политические концепции в предельно сжатые форматы. Они создают пространство для обсуждения табуированных тем под прикрытием условной игровой формы.

Однако исследование выявило и такой парадокс, как противоречие между закрепленным за сарказмом статусом элитарного интеллектуального инструмента и его частым восприятием в повседневной коммуникации как проявления грубости и некомпетентности. Успешность мема напрямую зависит от способности его создателя разрешить этот парадокс. Кроме того, наблюдается тенденция к «энактизации» – эмоциональному отчуждению, нивелированию серьезного дискурса и распространению цинизма, снижению культуры общения, когда ирония и сарказм превращаются в универсальный защитный механизм, блокирующий возможность прямой и искренней коммуникации.

Таким образом, ирония и сарказм предстают в качестве центральных лингвопрагматических элементов. Они являются тем двигателем, который обеспечивает их релевантность, узнаваемость и, в конечном счете, успешность в качестве единиц культурной передачи в современном цифровом обществе. Дальнейшие исследования могут быть направлены на сравнительный анализ использования этих стратегий в разных лингвокультурных сообществах, а также на изучение их долгосрочного воздействия на публичный дискурс.

Источники

Архипова М.В. (2003). Репликация как средство экстерииоризации внутренней речи в художественном дискурсе: на материале американского короткого рассказа: диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19. 165 с.

Бахтин М.М. (2008). Дополнения и изменения к «Рабле» // *Собрание сочинений: в 7 т. Т. 4 (1): «Франсуа Рабле в истории реализма» (1940 г.); Материалы к книге о Рабле (1930-1950-е гг.); Комментарии и приложения*. С. 681-749.

- Дементьев В.В. (2006). Непрямая коммуникация. 375 с.
- Докинз Р. (2013). Эгоистичный ген. 512 с.
- Заврумов З.А. (2014). Ирония в художественном тексте: лингвостилистика или лингвисторика? // *Вестник Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета*. № 8. С. 219-226.
- Захарова М.В. (2023). Языковая игра и ирония в коммуникативном взаимодействии // *Отечественная филология*. № 3. С. 44-54.
- Канашина С.В. (2022). Интернет-мем и юмор // *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*. № 2. С. 317-328.
- Князева Е.Н. (2014). Энактивизм: новая форма конструктивизма в эпистемологии. 345 с.
- Лежнина А.С. (2014). Лингвопрагматический и риторический аспекты высказываний с саркастическим смыслом: на материале современного немецкого языка: дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.04. 183 с.
- Солдаткина Я.В. (2022). Мем как явление медиакультуры: функции и изобразительно-выразительные средства // *Наука и школа*. № 3. С. 49-56.
- Шабес В.Я. (1989). Событие и текст. 175 с.
- Шилихина К.М. (2014). Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты: дис. ... д-ра филол. наук. 399 с.
- Attardo S. (2007). Irony as Relevant Inappropriateness. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader*. P. 135-172.
- Bourdieu P. (1991). Language and Symbolic Power. 302 p.
- Brown P., Levinson S. (1987). Politeness: Some Universals in Language Usage. 345 p.
- Haiman J. (1998). Talk is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language. 220 p.
- Kumon-Nakamura S., Glucksberg S., Brown M. (1995). How about another piece of pie: The allusional pretense theory of discourse irony. *Journal of Experimental Psychology: General*. Vol. 124 (1). P. 3-21.
- Lakoff G. (2004). Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate: the essential guide for progressives. 144 p.
- Leech G. (1991). Principles of Pragmatics. 250 p.
- Sperber D., Wilson D. (1986). Relevance: Communication and Cognition (Language and Thought Ser). 291 p.

■ ■ ■ Irony and sarcasm as communication strategies in memes

Suvorova A.A.

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia.

Abstract. This article presents a comprehensive linguistic and pragmatic analysis of irony and sarcasm as key communication strategies that determine the functioning of Internet memes in a digital environment. The relevance of the work is due to the increasing role of memes in the formation of public discourse, the transformation of socio-political communication and everyday communication practices. The central issue of the research is the identification of the specifics and mechanisms of the realization of irony and sarcasm in the polycode nature of memes, as well as the definition of their pragmatic functions and viral potential. The methodological basis of the research is interdisciplinary, integrating the approaches of

linguistics, communication, socio-cultural analysis and memetics. The theoretical foundation was formed by the concepts of both domestic and foreign scientists, which allowed us to consider the phenomenon from various scientific positions. To solve the tasks set, a set of methods was applied, including theoretical and methodological analysis, semiotic and linguopragmatic analysis (with an emphasis on verbal, visual components and their polycode interaction), intertextual, contextual and functional analysis, as well as the comparative method. The empirical basis was made up of a representative corpus of Internet memes selected to identify persistent patterns of irony and sarcasm. As a result of the conducted research, it was found that irony and sarcasm are the backbone elements of a meme, largely determining its potential and successful dissemination. Irony, understood as a strategy based on the interaction of explicitly positive and implicitly negative meanings, acts as a tool for mild criticism, mitigating communicative responsibility and creating a conditional game reality. Sarcasm is interpreted as the most acute form of irony, often implemented through the mechanism of echo-quoting and bringing to the point of absurdity, and serves to totally discredit and aesthetically destroy the object, acting as a strategy of open provocation. An important research result of the work was the identification and classification of four main mechanisms for the implementation of these strategies.

Keywords: Internet memes, irony, sarcasm, communication strategies, digital communication, creolized text

For citation: Suvorova A.A. Irony and Sarcasm as Communication Strategies in Memes//Communicology. 2025. Vol. 13. No. 4. P. 209-224. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-4-209-224.

Inf. about the author: Suvorova Anna Alexandrovna, Patrice Lumumba Peoples' Friendship University of Russia. Address: 117198, Moscow, Miklukho-Maklaya str., 6. Moscow, Russian Federation. E-mail: annasuvorova@inbox.ru, ORCID: 0009-0000-0520-7703.

Received: 24.09.2025. *Accepted:* 14.12.2025.

References

- Arkhipova M.V. (2003). Replication as a means of exteriorizing inner Speech in artistic discourse: based on the American Short Story: Dissertation ... Candidate of Philological Sciences: 10.02.19. 165 p. (in Rus.).
- Attardo S. (2007). Irony as Relevant Inappropriateness. *Irony in Language and Thought: A Cognitive Science Reader*, pp. 135-172.
- Bakhtin M.M. (2008). Additions and changes to Rabelais. *Collected works: in 7 volumes vol. 4 (1): "Francois Rabelais in the history of Realism" (1940); Materials for a book about Rabelais (1930s-1950s); Comments and appendices*, pp. 681-749. (in Rus.).
- Bourdieu P. (1991). Language and Symbolic Power. 302 p.
- Brown P., Levinson S. (1987). Politeness: Some Universals in Language Usage. 345 p.
- Dawkins R. (2013). The selfish gene. 512 p. (In Rus.).
- Dementiev V.V. (2006). Indirect communication. 375 p. (In Rus.).
- Haiman J. (1998). Talk is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language. 220 p.
- Kanashina S.V. (2022). Internet meme and humor. *Issues of journalism, pedagogy, and linguistics*. No. 2. P. 317-328 (in Rus.).
- Knyazeva E.N. (2014). Activism: a new form of constructivism in epistemology. 345 p. (in Rus.).

Kumon-Nakamura S., Glucksberg S., Brown M. (1995). How about another piece of pie: The allusional pretense theory of discourse irony. *Journal of Experimental Psychology: General*. Vol. 124 (1). P. 3-21.

Lakoff G. (2004). Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate: the essential guide for progressives. 144 p.

Leech G. (1991). *Principles of Pragmatics*. 250 p.

Lezhnina A.S. (2014). Linguopragmatic and rhetorical aspects of statements with sarcastic meaning: on the material of the modern German language: dissertation of the Candidate of Philological Sciences: 10.02.04. 183 p. (in Rus.).

Shabes V.Ya. (1989). Event and text. 175 p. (in Rus.).

Shilikhina K.M. (2014). The discursive practice of irony: cognitive, Semantic, and Pragmatic aspects: Dissertation of the Doctor of Philology. 399 p. (in Rus.).

Soldatkina Ya.V. (2022). Meme as a phenomenon of media culture: functions and visual and expressive means. *Science and school*. No. 3. P. 49-56. (In Rus.).

Sperber D., Wilson D. (1986). *Relevance: Communication and Cognition (Language and Thought Ser)*. 291 p.

Zakharova M.V. (2023). Language play and irony in communicative interaction. *Russian Philology*. No. 3. P. 44-5 (in Rus.).

Zavrumov Z.A. (2014). Irony in a literary text: linguistic stylistics or linguistic rhetoric? *Bulletin of the South Ural State Humanitarian and Pedagogical University*. No. 8. P. 219-226 (in Rus.).