

Malik, K. Like a moth to a flame, we're drawn to metaphors to explain ourselves. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/15/like-a-moth-to-a-flame-we-are-drawn-to-metaphors-to-explain-our-world> (Data zvernennya 06.02.2021).

Merkel, A. Coronavirus is Germany's greatest challenge since World War II. URL: <https://www.dw.com/en/merkel-coronavirus-is-germanys-greatest-challenge-since-world-war-ii/a-52830797> (Data zvernennya 06.02.2021).

Microbe Emoji. URL: <https://emojipedia.org/microbe/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Nerlich, B. Metaphors in the Time of Coronavirus. URL: <https://blogs.nottingham.ac.uk/makingsciencepublic/2020/03/17/metaphors-in-the-time-of-coronavirus/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Online Etymology Dictionary. URL: https://www.etymonline.com/search?q=monger&ref=searchbar_searchhint (Data zvernennya 06.02.2021).

Rose, M., Lough, R. 'We are at war': France imposes lockdown to combat virus. URL: <https://www.reuters.com/article/us-health-coronavirus-macron-restriction/we-are-at-war-france-imposes-lockdown-to-combat-virus-idUSKBN2133G5> (Data zvernennya 06.02.2021).

Serhan, Y. The Case Against Waging 'War' on the Coronavirus. URL: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2020/03/war-metaphor-coronavirus/609049/> (Data zvernennya 06.02.2021).

Twitter. URL: <https://twitter.com/hashtag/FlattenTheCurve?src=hash> (Data zvernennya 06.02.2021).

Williamson, K. D. The Coronavirus Blizzard. URL: <https://www.nationalreview.com/magazine/2020/04/06/the-coronavirus-blizzard/> (Data zvernennya 06.02.2021).

УДК 811.111 [22+37] (045)

**COVID-19 AS MEME GENERATOR: PANDEMIC NEWSPEAK
INFLUENCING MEME CREATION
COVID-19 ЯК ГЕНЕРАТОР МЕМІВ: ВПЛИВ НОВОТВОРІВ ЕПОХИ
ПАНДЕМІЇ НА МЕМОТВОРЕННЯ**

Олександра ЧЕРНІКОВА

Київський національний лінгвістичний університет

raimetyaro@gmail.com

ORCID ID 0000-0002-0299-1106

DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.288-297>

The article is focused on meme-generating trends related to the COVID-19 pandemic, continuing a string of papers published on the issue of meme definition, classification and analysis. Based on modern European, American and Ukrainian research, this study is aimed at describing, analyzing and illustrating the influence of the COVID-19 pandemic and its 'newspeak' on memes generated in 2020-2021 by the general public. Memes are a prominent part of communication and are defined as the main unit of cultural transgression or succession. Despite the definition of meme being vague and non-consistent in various language studies, the idea of its semantic 'capacity' remains the same. The article redefines the notion of 'meme generator' suggested in previous papers and analyzes the fundamental works of scholars pertaining to modern memes. The author suggests a timescale of the COVID-19 pandemic in memes and illustrates the changing public morale and attitude of society to the unprecedented situation. Several examples of memes have been given to showcase their cultural specifics. The results have shown that the current COVID-19 pandemic has made a profound impact on meme generation during 2020-2021, as well as analyzed the change of public opinion during this period through memes. This study offers multiple prospects, such as further research on the influence of current events on meme generation, cognitive studies of notions having appeared with the 'new normal' and their influence on English language memes generated on the

daily basis, and gives prospects for a further study focused on memes, their history, variety and function in modern culture.

Key words: meme, semiotics, COVID-19 pandemic, neologisms, newspeak.

Статтю присвячено новим можливостям генерації мемів, що відкрилися завдяки пандемії COVID-19 у світі. Дослідження продовжує серію наукових праць, присвячених проблемі визначення, типологізації та аналізу мемів. Наукова розвідка ґрунтується на сучасних європейських, американських та українських дослідженнях і направлена на опис, аналіз та підбір ілюстративного матеріалу, що висвітлює вплив пандемії COVID-19 та відповідних лексичних новотворів на меми, створені у 2020-2021 роках. Меми залишаються важливим елементом сучасної комунікації та визначаються як основна одиниця культурної трансгресії. Хоча усі визначення мемів недостатньо чіткі та різняться у різних лінгвістико-семантичних традиціях, ідея семантичної "ємності" мема незмінна. У статті надано переосмислене поняття "генератора мемів", згадане у попередніх публікаціях на цю тему, проаналізовано фундаментальні праці, що стосуються сучасних мемів. Авторка статті пропонує розглядати меми, породжені пандемією COVID-19, у відповідній часовій шкалі, та ілюструє зміну суспільних настроїв та відношення людей до такої безпрецедентної ситуації. Приклади мемів, наведені у статті, розкривають культурну специфіку генерації мемів в умовах коронакризи. Результати показують, що пандемія COVID-19, яка відбувається наразі, має глибокий вплив на створення мемів у 2020-2021 роках. Крім того, у статті проаналізовано зміну настроїв у суспільстві під час цього періоду, що яскраво відображається у мемах цього часу. Дослідження передбачає широкі перспективи, насамперед подальші дослідження впливу поточних суспільних проблем на генерацію нових мемів, а також когнітивні дослідження понять, що з'явилися разом із "новою нормальністю" та їхній вплив на англійські меми, які створюються щодня. Крім того, це дослідження відкриває перспективи щодо подальшого вивчення мемів, їхньої історії, різноманіття та функції у сучасній культурі.

Ключові слова: мем, семіотика, пандемія COVID-19, неологізми, "новомова".

Вступ. Метою цієї наукової розвідки було дослідження впливу тривалої ситуації світової пандемії на генерацію мемів у сучасному Інтернет-просторі, а конкретніше, процесу проникнення "новомови" (newspeak) та ключових понять епохи коронакризи у меми, створені у 2020-2021 роках. Досягнення мети передбачало виконання низки завдань: 1) збір матеріалу дослідження (джерелом матеріалу слугували сайти-агрегатори мемів, а саме *knowyourmeme.com*, *ebaumsworld.com*, *memebase.cheezburger.com* тощо); 2) відбір мемів за ключовими словами *COVID-19*, *coronavirus*, *pandemic*, та оцінка їхньої кількості порівняно з загальною кількістю мемів, створених за період 2020-2021 рр.; 3) розподіл відібраних мемів за часом їхньої появи (періодизацію подано нижче); 4) пошук у мемах кожного періоду ключових слів-новотворів епохи пандемії (Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Vesna et al., 2020; Roig-Martin, 2020), детально описаних в основній частині статті; 5) аналіз трансформації ключових слів у мемах епохи пандемії в залежності від періоду 2020-2021 років, у який вони були створені.

З метою розкриття проблеми дослідження використано такі методи: метод лінгвістичного аналізу і синтезу, пошуковий метод, описовий метод, типологічний метод тощо.

Методи дослідження. Методика, застосована для дослідження впливу соціальних змін епохи пандемії на генерацію мемів, складалася з чотирьох етапів:

1) пошук серед мемів 2020-2021 років таких, що відповідають ключовим словам *COVID-19, coronavirus, pandemic*;

2) періодизація знайдених мемів за критерієм змін або нововведень під час епохи пандемії: перші згадки (кінець 2019 – початок 2020 року), всесвітня криза і докорінні зміни соціального життя (весна 2020 року), поступове звикання до "нової нормальності" (протягом 2020 року), поява перших вакцин і надія на краще (кінець 2020-початок 2021 року).

3) пошук у мемах, що відносяться до вказаних вище періодів, вербалізованих та невербалізованих (відображених візуально) ключових слів-новотворів та переосмислених слів, наявних у мові до епохи пандемії, а саме: *new coronavirus, Chinese virus, Wuhan, plague, WHO; COVID-19, quarantine, lockdown, flatten the curve, toilet paper crisis, stay-at-home, Italy, essential workers/employees, mask, sanitizer, social distancing; first/second/third wave, new normal, self-isolation, observation, statistics, lethality, testing, protection, curfew, distance learning; vaccine, vaccination, antivaxxer, vaccine passport* тощо;

4) аналіз відібраних мемів за частотністю вживання "пандемічних" новотворів та переосмислених слів, наявних у мові до епохи пандемії у різні періоди.

Результати та обговорення. Актуальність цього дослідження обумовлена двома вагомими причинами:

1. Інтерес до мемів у сучасних лінгвістичних дослідженнях не вщухає, адже меми, як у широкому, так і у вузькому сенсі цього терміна, залишаються однією з невід'ємних складових неформальної та напівформальної комунікації. Людське спілкування, що зачіпає різні соціальні та вікові групи, та у якому беруть участь бодай дві людини, завжди послуговується мемами – як загального ужитку, так і локальними. У семіотиці, когнітивній та прагматичній лінгвістиці, культурології, антропології, психології існують численні спроби визначення мема, його аналізу та класифікації (*Blackmore, 1999; Deacon, 1999; Díaz, 2013; Gleick, 2011; McNamara, 2011*).

2. Лінгвістична ситуація, що розгортається на тлі пандемії коронавірусу COVID-19, стала "супергенератором" мемів, тобто продукує тисячі нових мемів щодня, і ця тенденція лише набирає обертів (користуючись термінологією попередніх власних досліджень, можна назвати її *генератором мемів із надвисокою продуктивністю* (Chernikova, 2017). Наразі численні публікації, як наукові, так і науково-популярні, присвячено як новотворам епохи пандемії (*Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Vesna et al., 2020*), які наразі додані у найвідоміші словники англійської мови, наприклад, *Oxford English Dictionary* (2020), так і фіксації мемів, що виникають як реакція на ці новотвори та зміни у житті людей усього світу, викликані надзвичайною ситуацією (*Roig-Martin, 2020*).

Нагальність дослідження, що присвячене генерації нових мемів у часи карколомної зміни світу через пандемію, обумовлює його новизну, яка відображена як у матеріалі дослідження – меми, створені протягом 2020-2021 років, що відображають суспільну реакцію на пандемію COVID-19 – так і у аналізі еволюції цих мемів протягом визначеного періоду, а також понять, на основі яких вони продукуються.

Проблематика, що розглядається у статті, ґрунтується на базових дослідженнях, присвячених дефініції, класифікації та аналізу мемів (*Blackmore, 1999, 2000, 2001; Dawkins, 2006; Deacon, 1999; Díaz, 2013; Gleick, 2011; McNamara, 2011* та ін.), дослідженнях двох останніх років, присвячених лексичним новоутворенням (серед яких згадуються і мему) в епоху пандемії коронавірусу (*Alyeksyeyeva et al., 2020; Khoda, 2020; Piller et al., 2020; Roig-Martin, 2020; Vesna et al., 2020*), а також на власних дослідженнях авторки, присвячених типологізації та структурно-семантичному аналізу мемів. Це дослідження є продовженням серії публікацій, присвячених різнобічному аналізу мемів як лінгвосеміотичного явища.

Дослідження мема пройшло довгий шлях від найпершої згадки у праці Річарда Докінза "Егоїстичний ген" (2006, с. 192), де мем визначається як *основна одиниця культурної передачі або наслідування*. Таке базове визначення мема набуло розширення у численних працях (*Brodie, 2011; Blackmore, 1999, 2000, 2001; Marshall, 1998* тощо). Аналіз сучасних досліджень підтверджує, що мем розглядається як своєрідний елемент "геному" культури, що передається "вірусно", завдяки комунікації, генерується та розвивається, породжуючи нові численні мему.

Мему не народжуються з нічого: вони завжди базуються на джерелах виникнення, до яких можна віднести як культурні пам'ятки – літературні, драматургічні, документальні твори тощо, так і суспільні події та персоналії, що беруть у них участь. Після появи Інтернету як середовища розвитку мемів їхня генерація зростає у геометричній прогресії, адже розповсюджувати мему стало набагато легше. Суспільні, культурні тексти та явища, які породжують відомі мему, було запропоновано називати *генераторами мемів* (*Chernikova, 2016*). *Генератор мема* – явище культури або широко відома ситуація/персоналія, завдяки яким створюється та починає своє «життя» у комунікаційному просторі новий мем.

Під *продуктивністю* генератора мемів розуміється "здатність культурного явища (кінотексту) породжувати мему, які не лише залишаються у свідомості людини, але й продукують нові мему" (*Chernikova, 2016*). Ступені продуктивності генераторів мемів розглянуто у табл.1, де наводиться розподіл на п'ять ступенів відповідно до оригінальності та часу існування згенерованих мемів.

Таблиця 1

Ступені продуктивності генераторів мемів

Наднизька	Соціально-культурне явище не породжує довготривалих мемів через відсутність рис, що запам'ятовуються, або через неоригінальність чи низьку якість культурного продукту
Низька	Соціально-культурне явище породжує 1-2 відомих мемів, які, ймовірно, не затримуються на хвилі популярності
Середня	Соціально-культурне явище породжує до десятка відомих мемів, деякі з яких залишаються в ужитку протягом тривалого часу та трансформуються
Висока	Соціально-культурне явище породжує більше десяти відомих мемів, які вживаються протягом років та трансформуються
Надвисока	Соціально-культурне явище породжує десятки відомих мемів, які залишаються в ужитку протягом довгого часу та трансформуються, інколи багаторазово.

Таким чином, сучасна ситуація з пандемією коронавірусу в світі є генератором мемів з надвисокою продуктивністю, оскільки це явище створило десятки тисяч нових мемів, які продовжують створюватися щодня у великій кількості, як свідчить агрегатор мемів *Know Your Meme*. Наявність мемів про пандемію, що продукуються у геометричній прогресії, іронічно переформується з поняттям "вірусності" мема, яке пояснює принцип його розповсюдження та еволюції (Brodie, 2011).

Загалом меми, створені завдяки пандемії коронавірусу, можна розподілити як у часовій шкалі (від появи до сьогодні), так і за основними поняттями, що з'явилися завдяки цій надзвичайній ситуації та втілювалися у лексичних новотворах усіма мовами світу, але передусім – англійською мовою.

Якщо говорити про часову "еволюцію" мемів, присвячених пандемії, то її можна зобразити за допомогою приблизної шкали основних подій, які відображалися у мемах протягом 2020-2021 років (Табл. 2).

Таблиця 2

Еволюція ключових понять, задіяних у "пандемічних" мемах, та відображене у них ставлення до ситуації

Часовий період	Ключові поняття	Ставлення
Кінець 2019 – лютий 2020 року	"Новий коронавірус", Китай, Ухань, "чума 21 століття" тощо	Іронічне, жартівливе
Весна 2020 року	COVID-19, карантин, "вихід на плато" (англ. <i>flatten the curve</i>), "залишайся вдома" (англ. <i>stay at home</i>), Європа, Італія, "працівники життєво важливих сфер" (англ. <i>essential workers</i>), медичні маски, антисептики (англ. <i>sanitizer</i>), соціальна дистанція, локдаун тощо	Безвихідь, перехід від іронії до жаху через невтішні новини, від віри у "двотижневий карантин" до розуміння, що ситуація найближчим часом не зміниться.
Протягом 2020 року	"Нова нормальність" (англ. <i>new normal</i>), хвилі, самоізоляція, обсервація, дезінфекція, статистика захворюваності, смертність, тести (ПЛР та ІФА), засоби захисту, закриття кордонів, зонування країн, комендантська година, робота з дому, дистанційне навчання тощо	Поступове звикання до "нової нормальності", повернення іронічного ставлення до ситуації, гумористичне відображення життя та роботи в умовах, що склалися.
Кінець 2020–2021 рік	Вакцини, вакцинація, "антиваксери" (англ. <i>antivaxxers</i>), "ковід-паспорти"	Надія на краще, віра у перемогу над пандемією за допомогою вакцинації/недовіра щодо вакцин

Слід зауважити, що ключові слова та зміни у ставленні до ситуації з COVID-19 наведено усереднено, без відображення національних особливостей коронакризи (на кшталт відмінностей в США та Україні тощо). Оскільки меми, що розглядаються у цьому дослідженні, англомовні, поява новотворів та зміна ставлення до ситуації теж скоріше відповідає особливостям пандемії в англомовних країнах, насамперед США.

Для кращого розуміння, як саме відображалися у мемах події, пов'язані з пандемією коронавірусу у 2020-2021 роках, наведемо кілька ілюстрацій.

Меми періоду кінця 2019-початку 2020 року свідчать про жартівливе та несерйозне ставлення до пандемії, що на той час лише починає набирати оберти. Наприклад, мем у Рис. 1 під назвою *Corona-chan*:



Рис. 1 Corona-chan

У цьому мемі, на наш погляд, міститься квінтесенція жартівливого та іронічного ставлення, що домінувало на початку пандемії, коли COVID-19 був відомий лише як "китайський коронавірус" (англ. *Chinese coronavirus*). Ілюстрація подає коронавірус у вигляді дівчини, намальованої у стилі аніме, у національному китайському вбранні та з китайським прапором; її зачіска символізує смертельний вірус, поєднуючи схематичне зображення вірусу під мікроскопом та череп – символ смерті. Пляшка пива "Corona" у дівчини в руках натякає на гру слів ("корона-вірус" та "Корона" – різновид пива), так само, як і вербальне відображення цього мема (*Corona-chan*, де *chan* означає японське звертання до маленької дівчинки або товаришки, що його часто використовують в аніме).

У наступних ілюстраціях відображено жартівливе відношення до COVID-19 як до явища, що відбувається десь у Китаї та ймовірно не зачепить решту світу, а також іронізування щодо того, як наприкінці другого десятиріччя кожного століття ставалися масові епідемії (Рис. 2).

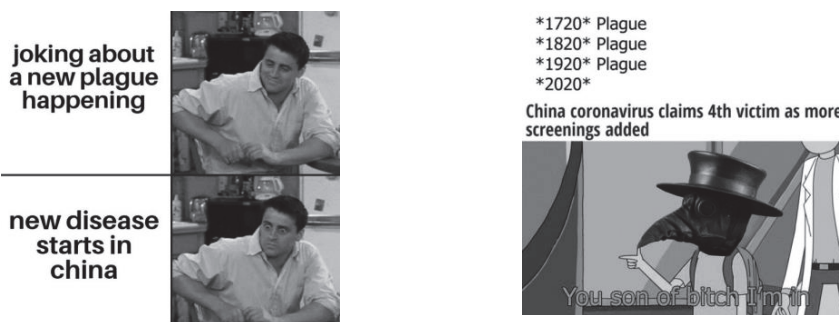
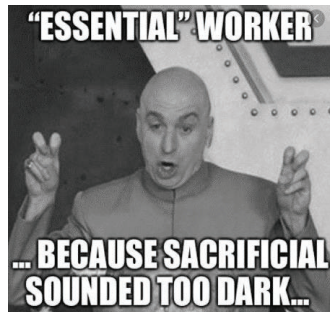


Рис.2 Іронічні "коронавірусні" меми кінця 2019 – початку 2020 року

Починаючи з лютого 2020 року, можна спостерігати початок більш серйозного ставлення до ситуації, особливо після того, як "новий вірус" поширився на Європу, і весь світ був змушений скористатися китайською практикою запобігання розповсюдженню захворювання.

У Рис. 3 проілюстровано відношення до працівників життєво важливих сфер (англ. *essential workers/employees*) як до потенційних смертників та "супергероїв", які жертвують собою заради суспільства.



"So, how does it feel being essential employees?"

Essential employees:



Рис. 3 Працівники життєво важливих сфер

Наступна ілюстрація (Рис. 4) відображає ставлення до обмежень на початку пандемії: надія на те, що кількатижневий карантин допоможе здолати коронавірус, висміювання людей, які ігнорують обмеження, накладені урядом на всі сфери суспільного життя.



Рис. 4 Залишайся вдома

Проте з часом пандемія та пов'язані з нею карантини починають здаватися безкінечними, особливо це стосується людей, які працюють та навчаються з дому.

Наступні ілюстрації (Рис. 5) містять меми, які показують втому людей від обмежень, бажання повернутися до нормального життя та роздратованість урядом та тривалими локдаунами:

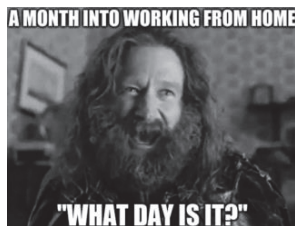


Рис. 5 Безкінечність, втрата орієнтації у часі

Деякі меми іронізують над "новомовою" (newspeak), що з'явилася і поширилася за часів пандемії. У наступній ілюстрації йдеться про два специфічних поняття, пов'язаних із життям під час коронакризи: *doomscrolling* ("перегляд невтішних новин, від якого важко відірватися") та *zoombombing* ("несанкціоноване втручання у конференцію, що відбувається на платформі Zoom") (Рис. 6). Обидва меми яскраво показують, як люди, особливо молодь,

призвичаїлися до життя в умовах пандемії, оскільки такі новотвори навіть не потребують пояснення.

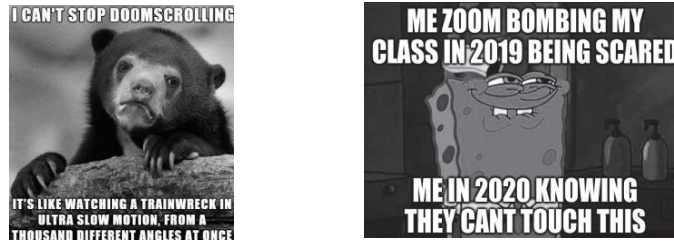


Рис. 6 "Doomscrolling" та "Zoom bombing"

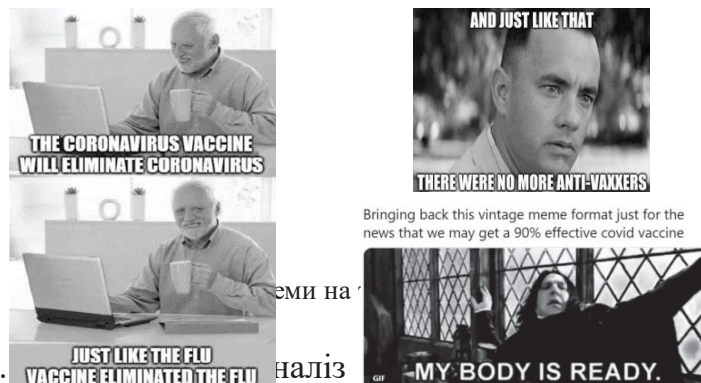
Проте певні аспекти життя у нових умовах щиро висміювалися навіть навесні 2020 року, наприклад, так звана "*The Great Toilet Paper Crisis*" (Велика криза туалетного паперу).

Меми на Рис. 7 відображають певну абсурдність та нелогічність поведінки багатьох людей на початку пандемії, наприклад, панічне скуповування базових речей, а саме туалетного паперу.



Рис. 7 "Велика криза туалетного паперу"

Переходячи до останнього періоду (кінець 2020 – початок 2021 року), слід зауважити, що у мемах цих місяців здебільшого відображено ставлення суспільства до вакцинації проти коронавірусу. Меми на тему вакцинації можна умовно поділити на "провакцинаторські" та "антивакцинаторські": багато людей радо очікують можливості отримати вакцину та зменшити вірогідність захворіти, натомість інші не довіряють уряду, медицині або самим новоствореним вакцинам. Рис. 8 відображає обидві сторони цього "протистояння" мемів.



Висновки. Аналіз до тематики коронакризи, дозволяє дійти таких висновків: 1) світова пандемія COVID-19 виявилася "супергенератором" мемів, про що свідчить аналіз базового матеріалу дослідження: більшість розглянутих мемів (понад 60%) за період 2020-2021 років

присвячена саме "коронакризовій" тематиці; 2) усі розглянуті мему "коронакризової" тематики містять вербальне або невербальне посилання на новотвори епохи пандемії або слова, що набули лексичного розширення у період 2020-2021 рр.; 3) аналіз мемів "коронакризової" тематики, розподілених за періодами (кінець 2019 – початок 2020 рр.; весна 2020 р.; протягом 2020 р.; кінець 2020 – початок 2021 р.) показує зсуви у вербальному та невербальному відображенні новотворів та слів, що набули лексичного розширення у названий період: так, у першому періоді більш поширеними виявилися поняття *plague*, *Chinese virus*, *new coronavirus* тощо; у другому періоді – поняття *COVID-19*, *lockdown*, *mask*, *sanitizer*, *essential worker/employee* тощо; у третьому періоді – поняття *new normal*, *testing*, *distance learning*, *doomscrolling*, *Zoom* тощо; у останньому періоді – поняття *vaccine*, *antivaxxer*, *vaccine passport* тощо. Аналіз підтверджує, що мему є своєрідним "барометром" суспільних настроїв під час кризи та яскраво відображають навіть найдрібніші деталі "нової реальності", яка докорінно змінила життя людей у 2020-2021 роках. Детальний аналіз відзеркалення докорінної зміни суспільства у мемах потребує більшого формату, тому у перспективах дослідження запланована лексико-семантична та/або когнітивна розвідка, що стосуватиметься аналізу концептів, пов'язаних із лексичними новотворами пандемії 2020-2021 років.

Список літератури

Весна Т. В., Телецька Т. В. Лексичні інновації періоду коронавірусної пандемії. Записки з романо-германської філології. Вип. 1 (44). 2020. С. 82–89. DOI: [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1\(44\).210998](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1(44).210998).

Дьолог О. С. Інтернет-мем як сучасна комунікативна одиниця. Стратегії міжкультурної комунікації в мовній освіті сучасного ВНЗ: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції, 2016. С. 24–27.

Помірко Р. С., Кіпень С. В. Аномальні принципи формування полікодового тексту. Нова філологія, 2013. № 57. С. 70–73.

Хода Л. Д. Мова реклами в часи пандемії коронавірусу COVID-19 (на матеріалі українських та словацьких текстів). "Південний архів" (філологічні науки). 2020. С. 130–134. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2020-82-22>.

Циховська Е. Д. Інформаційні віруси: картина як інтернет-мем. Актуальні проблеми іноземної філології. 2013. № 8. С. 152–158.

Чернікова О. І. Генератори мемів у англомовному культурному просторі. Наук. записки Національного університету "Острозька академія". Серія "Філологічна" : зб. наук. праць. Острог : Вид-во нац. ун-ту "Острозька академія", 2016. С. 251–254.

Шереметова В. С. Інтернет-мем как лингвистический феномен. Научное сообщество студентов : материалы VI Междунар. студенч. науч.–практ. конф., 2015. № 20. С. 97–101.

Alyeksyejeva I. O., Chaiuk T. A., Galitska E. A. Coronaspeak as Key to Coronaculture: Studying New Cultural Practices Through Neologisms. International Journal of English Linguistics. Vol. 10. No. 6, 2020. P.202–212. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p202>.

Blackmore S. Evolution and Memes: The human brain as a selective imitation device. Cybernetics and Systems, 2001. № 3. P. 19–38.

Blackmore S. The meme machine. Oxford : Oxford University Press, 1999. 258 p.

Blackmore S. The Power of Memes. Scientific American. 2000. № 4. P. 52–61.

Brodie R. Virus of the mind. The new science of the Meme. California : Hay House, 2011. 256 p.

Dawkins R. The selfish gene. Oxford : Oxford University Press, 2006. 360 p.

Díaz C. Defining and characterizing the concept of Internet Meme. CES Psicología, 2013. № 2. P. 82–104.

Deacon T.W. Memes as signs. The semiotic review of books. Vol. 10 (3), 1999. URL: <http://projects.chass.utoronto.ca/~semiotics/srb/10-3edit.html>.

- Gleick J. What defines a meme? *Smithsonian magazine*, 2011. URL: <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/what-defines-a-meme-1904778/?no-ist=&c=y%3Fno-ist&page=2>.
- Marshall G. The Internet and Memetics. *Principia Cybernetica*, 1998. № 1. P. 52–58.
- McNamara A. Can we measure memes? *Frontiers in evolutionary neuroscience*. Vol. 3. 2011. URL: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118481>.
- Piller I., Zhang J., Li J. Linguistic diversity in a time of crisis: Language challenges of the COVID-19 pandemic. De Gruyter, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0136>.
- Roig-Marin A. *English-based coroneologisms*. Cambridge University Press, 2020. URL: <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/englishbased-coroneologisms/99D6DA8CF3E953D1C3BC4B9EE574EE9C>.

References

- Vesna, T. V., & Teletska, T. V. (2020). Leksychni innovatsii periodu koronarivirusnoii pandemii [Лексичні інновації періоду коронавірусної пандемії]. *Zapysky z romano-hermanskoii filohii*, 1(44) [Записки з романо-германської філології, 1 (44)], 82–89. [https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1\(44\).210998](https://doi.org/10.18524/2307-4604.2020.1(44).210998).
- Khoda, L. D. (2020). Mova reklamy v chasy pandemii koronavirusu [Мова реклами в часи пандемії коронавірусу]. *"South archive" (philological sciences)*, 130–134. <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2020-82-22>.
- Chernikova, O. I. (2016). Heneratory memiv u anhlovnomu kulturnomu prostori [Генератори мемів в англомовному культурному просторі]. *Nauk. zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia"* [Наук. записки Національного університету "Острозька академія"], 251–254.
- Alyeksyeieva, I. O., Chaiuk, T. A., Galitska, E. A. (2020) Coronaspeak as Key to Coronaculture: Studying New Cultural Practices Through Neologisms. *International Journal of English Linguistics*, 10 (6), 202–212. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p202>.
- Blackmore, S. (2001). Evolution and Memes: The human brain as a selective imitation device. *Cybernetics and Systems*, 3, 19–38.
- Blackmore, S. (1999). *The meme machine*. Oxford.
- Blackmore, S. (2000). The Power of Memes. *Scientific American*, 4, 52–61.
- Brodie, R. (2011). *Virus of the mind. The new science of the Meme*. California.
- Dawkins, R. (2006). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Díaz, C. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *CES Psicología*, 2, 82–104.
- Deacon, T. W. (1999). Memes as signs. *The semiotic review of books*, 10(3). <http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/srb/10-3edit.html>.
- Ebaumsworld (2021). *Ebaumsworld*. <https://www.ebaumsworld.com>.
- Gleick, J. (2011). What defines a meme? *Smithsonian magazine*. <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/what-defines-a-meme-1904778/?no-ist=&c=y%3Fno-ist&page=2>.
- Know Your Meme (2021). *KnowYourMeme*. <https://knowyourmeme.com/memes/events/covid-19-pandemic>.
- Marshall, G. (1998). The Internet and Memetics. *Principia Cybernetica*, 1, 52–58.
- McNamara, A. (2011). Can we measure memes? *Frontiers in evolutionary neuroscience*, 3. <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3118481>.
- Memebase (2021). *Memebase*. <https://memebase.cheezburger.com>.
- Oxford English Dictionary (2021). The language of Covid-19: special OED update. In *Oxford English Dictionary*. <https://public.oed.com/webinars-and-events/the-language-of-covid-19>.
- Piller, I., Zhang, J., Li, J. (2020). *Linguistic diversity in a time of crisis: Language challenges of the COVID-19 pandemic*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/multi-2020-0136>.
- Roig-Marin, A. (2020). *English-based coroneologisms*. Cambridge University Press. <https://www.cambridge.org/core/journals/english-today/article/englishbased-coroneologisms/99D6DA8CF3E953D1C3BC4B9EE574EE9C>.

УДК 811.111'37'255.4=161.2

TYPOLOGY OF PRECEDENT NAMES IN NEWSPAPER HEADLINES ТИПОЛОГІЯ ПРЕЦЕДЕНТНИХ ІМЕН У ГАЗЕТНИХ ЗАГОЛОВКАХ