

[17]. Soltaninejad K. (2020). Methanol mass poisoning outbreak: a consequence of COVID-19 pandemic and misleading messages on social media. *Int J Occup Environ Med*.

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Li Yining,  
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
“St. Petersburg State University”,  
1st line V.O., 26, St. Petersburg, 199004, Russia  
"Higher School of Journalism and Mass Communication",  
master's student,  
e-mail: [press@if.pu.ru](mailto:press@if.pu.ru)

УДК:070. 315.77

Научная статья

### ОТРАЖЕНИЕ КОРОНАВИРУСНОЙ ПАНДЕМИИ В КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Чжэн Цянь

*ФГБОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный университет”,  
г. Санкт-Петербург, Россия*

#### АННОТАЦИЯ

В конце 2019 г. разразилась эпидемия коронавируса в китайском городе Ухане, а затем распространилась по стране и даже по миру. Ситуация с пандемией широко обсуждается в китайском интернет-пространстве, создается множество интернет-мемов на тему коронавируса. Внезапная вспышка эпидемии погрузила жителей Китая в атмосферу напряженности, постоянного беспокойства. Как показали исследования психологического состояния людей, мемы, распространенные в сетевых медиа, оказываются хорошим лекарством от тревоги. Цель данной статьи – показать потенциал китайских интернет-мемов в реализации рекреативной функции.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** пандемия, коронавирус, интернет-мемы, функция релаксации, психологическое напряжение, новые формы информации

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.007

Поступила в редакцию: 20.01.2021

В окончательном варианте: 20.02.2021

**Для цитирования:** Чжен, Цянь. Отражение короновиральной пандемии в китайских интернет-мемах./ Цянь Чжен – Текст: непосредственный // Вестник Кабардино-Балкарского государственного университета: Журналистика. Образование. Словесность. – 2021. – Т. 1.– № 1. – С. 73 – 83. – DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.007.

## ВВЕДЕНИЕ

С постоянным развитием сетевых технологий передача информации людьми в сети становится все более частой, меняются формы представления и обмена информацией. Новым явлением сетевых ресурсов стал «интернет-мем».

В 1976 г. Ричард Докинз в книге “Эгоистичный ген” (“The Selfish Gene”) впервые ввел термин “мем” (meme), чтобы обозначить единицу культурного наследия [14], аналогичную гену, передающую элементы культуры (идеи, технологические приёмы, стили моды). Интернет-мем – это мем, который распространяется через Сети. Интернет-мемы обладают дополнительным свойством, которого у обычных мемов нет. Сохраняя все характеристики обычных мемов, интернет-мемы оставляют след, который можно отследить и проанализировать [13]. Согласно определению Ю. В. Шуриной, интернет-мем (или интернет-феномен) – “единица информации, объект, который получил популярность – как правило, спонтанно – в среде, обслуживаемой информационными технологиями” [11, с. 162; 12]. Н. В. Часовский рассматривает интернет-мем как социолингвистический феномен. Согласно определению Часовского, интернет-мем выступает единицей культурной информации, распространяемой от одного человека к другому в пространстве интернет-коммуникации [10, с.151]. Следовательно, мы можем определить интернет-мем как единицу культурной информации, распространяемую самопроизвольно среди пользователей Глобальной Сети. Эмоциональность и юмористическая направленность – два основных признака интернет-мемов [2; 7; 8; 15]. Эмоциональность интернет-мема – это его свойство передавать определенные эмоции и апеллировать к ним. Передача мема между пользователями Интернета осуществляется с целью поделиться определённой эмоцией [3, с. 280; 4].

В медиалингвистике под мемом понимается комплексное явление опосредованной коммуникации, а также “семиотически сложные образования, содержащие вербальный и невербальный компонент и функционирующие в интернет-среде в качестве особого вида полимодального дискурса” [5, с. 9]. В данной статье подвергнута тематическому анализу группа “коронавирус” как образец полимодального дискурса, выяснились черты мемов, определяющие положительное воздействие на психологическое состояние молодежи.

Объектом исследования стала лексема “коронавирус”, а предметом релаксационная функция мемов, содержащих данную лексему. Материалом для исследования стали более 100 мемов на указанную тему. Разновидностью мемов считается демотиватор – картинка с минимизированным текстом, заключенная в черную рамку. По мнению О.В. Лутовиновой, основной целью демотиватора является позиционирование “информационно-окрашенной информации с помощью абсурда, гротеска или парадокса” [6].

“Интернет-мем – сложный знак, характеристиками которого являются полисемантность, сложность композиции, сочетание визуального и текстового ряда и различная прагматическая нагруженность и который функционирует в сфере человеческого общения и используется для передачи информации, а также для эмоционального воздействия” [1].

## МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

По опросу 559 студентов Хэнаньского педагогического университета, 65,83% студентов считают интернет-мемы одним из самых важных инструментов онлайн-общения. Причина, по которой студенты любят использовать интернет-мемы, заключается в том, что мемы могут оживить атмосферу и полностью удовлетворить их различные психологические потребности. Данные показывают, что почти все студенты считают, что мемы окажут более или менее положительное влияние на их психическое здоровье. 37,38% студентов думают, что мемы могут помочь им расслабиться [16, с. 45-48].

26 декабря 2019 г. в больницу традиционной китайской и западной медицины провинции Хубэй в городе Ухане поступили три пациента с пневмонией неизвестной причины. Затем вирус начал распространяться по стране и даже по миру. Столкнувшись с внезапной вспышкой данного совсем неизвестного вируса, жители в Китае внезапно впали в страх и беспокойство.

По данным исследований, с 28 января по 4 февраля 2020 г. среди 3 111 пользователей Интернета из 34 провинций Китая количество тревожных людей достигло 1210 человек, что составляет 38,98% от общей численности. Средний балл ГТР-7 (генерализованное тревожное расстройство-7) –  $9,04 \pm 4,231$ . (Интерпретация результатов теста: 0 – 4 балла – минимальный уровень тревожности, 5 – 9 баллов – умеренный уровень тревожности, 10 – 14 баллов – средний уровень тревожности, 15 – 21 балл – высокий уровень тревожности.) Это показывает, что на ранних стадиях эпидемии у большинства людей наблюдается умеренная тревожность [17, с. 686 – 691].

## РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

В самом начале вспышки многие молодые люди сразу осознали серьезность эпидемии. Но некоторые люди среднего и пожилого возраста, не обратившие особого внимания на ситуацию, были не согласны с тем, что вирус представляет глобальную угрозу, считали информацию о нем сильно преувеличенной. В связи с этим уже в начале эпидемии появились интернет-мемы, подчеркивающие это противоречие.

В Китае мало специализированных порталов интернет-мемов. Но китайские интернет-пользователи активно используют эти интернет-мемы в чате в приложении wechat. На сайте Zhihu, где пользователи могут задать вопросы и другие будут отвечать, есть один вопрос – “Какие мемы были созданы во время пандемии коронавируса?” (<https://www.zhihu.com/question/368472051>), в ответах 138 мемов, связанных с коронавирусом. Данное исследование будет основано на анализе этих материалов.



Первый рисунок представляет собой сцену из американского мультфильма “Том и Джерри”. На рисунке один персонаж экспрессивно демонстрирует угрозу новой эпидемии другому персонажу, тот безмятежен, подпи-



рает ладошкой щеку, показывает всем видом своим, что слушает очередную сказку – ему все равно, что говорит Джерри.

А персонажу на рисунке 2, в котором каждый, кто имеет семью, может угадать себя, предлагают защитную маску.

Одной из наиболее распространенных тем интернет-мемов, появившихся во время пандемии, являются защитные маски и одежда.



На рисунках 3 (Выйдем погулять) и 4 (Сейчас приду) мы видим людей в противогазах и защитной одежде. Китайцы используют эти мемы, подшучивая над собой, показывая, как “упаковывают” свои лицо и тело, когда выходят на улицу.



Из-за внезапной вспышки эпидемии возникла проблема нехватки масок и резкого повышения цен на них. Данные проблемы также стали поводом для создания интернет-мемов. Цена масок приравнивалась к цене автомобилей и жилья. Ценности здоровья стали сопоставимы с ценностями комфорта и благополучия.



На рисунке 5 мы видим, как эта женщина считает, что десять коробок защитных масок стоят больше, чем машина и квартира. Картинка в сатирической форме показывает дороговую цену и нехватку защитных масок. Следующая картинка (рисунок 6) также показывает нехватку масок.



Существуют ещё некоторые интернет-мемы, имеющие воспитательный характер, которые часто используются, чтобы убедить семью или друзей надеть маски. Например рисунки 7, 8 и 9.



Даже картинки, связанные с религией, иногда подаются пользователями как интернет-мемы. Бодхисатве на рисунке 10 была предоставлена маска. И на картинке ещё предложение носить маску. Этот тип изображения, легко распространяемый в чат-группах (WeChat), обычно любят люди среднего и пожилого возраста в Китае. Распространение этих интернет-мемов может помочь людям понять серьезность эпидемии и важность ношения масок, когда не у всех есть четкое представление о данном новом вирусе.

Сокращение количества выходов на улицу также считается полезной мерой для предотвращения распространения вируса. Таким образом, некоторые интернет-мемы были созданы пользователями Интернета, чтобы стихийно пропагандировать защитные меры.



Рисунок 11 является переработкой рекламного изображения лекарства. Отметим, что в тексте данного мема используется омонимия, в китайском языке “погу-лянь” (“玩”) и “пилюля” (“丸”) являются омофонами. Использование омофонов усилило юмористическую характеристику мемов и способствовало их более широкому распространению.



Во время эпидемии правительства различных регионов вывешивали в городах лозунги о профилактике и борьбе с эпидемиями. Некоторые лозунги получили высокую оценку пользователями Интернета и стали известными, особенно лозунги в сельских районах. Благодаря рифмованию и разговорной речи эти лозунги становились запоминающимся.



Многие фотографии этих лозунгов стали популярными мемами и в Интернете (см. рис. 12). И ещё некоторые были добавлены к плакатам прошлого века, например, рисунки 13 и 14. Эти мемы имеют определенную популярность.



23 января 2020 г. город Ухань был закрыт для въезда и выезда. По мере того как эпидемия становилась все более серьезной, по всей стране магазины постепенно были закрыты и общественный транспорт остано-

вился. В то время как раз был китайский Новый год, но из-за вируса людям приходилось сидеть дома, пребывать в состоянии скуки или страха. Таким образом, пандемия породила огромное число интернет-мемов на тему карантина.

Рисунки 15, 16 и 17 – из серии интернет-мемов. Хого (китайский самовар) и



бабл ти (пенистый чайный напиток) относятся к любимым продуктам молодежи, и их неудобно готовить дома. Из-за эпидемии люди долгое время не могли их пить. Эти мемы были созданы, чтобы выразить их тоску по этим продуктам. На рисунке 17 даже отражено стремление к школе.

Представляя собой компаративный мем, рисунок 18 также отражает желание учащихся ходить в школу.

Чтобы предотвратить распространение коронавируса, школы и университеты по всей стране неоднократно откладывали начало нового семестра. Скука в карантине породила у учащихся надежду на то, что, быстрее наступит новый семестр.



Рисунок 19 отсылает нас к сцене из популярного в Китае телесериала “Легенда о Чжэнь Хуань”. Текст на картинке также является оригинальным, как в телесериале. Интертекстуальность данного мема требует, чтобы получатели информации имели соответствующие знания.

Чтобы не прерывать обучение студентов, университеты по всей стране начали дистанционное обучение. Это также стало одной из тем интернет-мемов.

Рисунок 20 является создателем мема в форме собственную ситуацию: ему дистанционном обучении, а Приложением Ding Talk в практически все учреждения в Китае, которые обучение. И данный мем большого количества студентов.



компаративным мемом. сравнения высмеивает необходимо участвовать в второй половинки нет. картинке 20 пользовались образовательные перешли на дистанционное вызвал большой резонанс у



На рисунке 21 участие в онлайн-обучении показано в шуточной форме, как причина самого серьезного типа головной боли. Из рисунка 22 видно, что этот новый метод обучения не нравится не только студентам, но и преподавателям.

Также объектом мемов стал город Ухань, где произошла вспышка коронавируса нового типа. В отличие от предыдущих мемов 23-й представляет собой текстовый мем. “Чжоухэйя” – это национальная сеть закусочных, продающая закуски в городе Ухане.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе анализа приведенных выше мемов мы можем сделать выводы, что китайские интернет-мемы, связанные с пандемией коронавируса, содержат много подтем. В основном включают темы масок, карантина, дистанционного обучения и города Ухань. Хотя данные мемы анонимны, из содержания мемов видно, что большинство создателей должны быть молодыми интернет-пользователями.

Суть интернет-мемов – единица информации, то есть передача информации – это самая основная функция интернет-мемов. В начале эпидемии часть людей не обращала внимания на данный новый вирус, и было создано множество мемов, имеющих воспитательный характер. Нацеленные на критику людей, которые не носят маски в общественном месте, эти мемы также распространяли идеи о том, что “нужно носить маски” и “меньше выходить на улицу”.

Кроме этого, большинство интернет-мемов принимают юмористический образ и выражают положительные эмоции, к примеру радость, удовольствие, изумление и так далее. Такие эмоции передаются получателям информации, чтобы таким образом более или менее облегчить стресс и улучшить их психологическое состояние.

**КОНКУРИРУЮЩИЕ ИНТЕРЕСЫ.** Конфликтов интересов в отношении авторства и публикации нет.

**АВТОРСКИЙ ВКЛАД И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.** Автор участвовал в написании статьи и полностью несет ответственность за предоставление окончательной версии статьи в печать.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

[1]. Женевская, Е. В. Интернет-мем «семья» как прагматически обогащенная лингвовизуальная единица полимодального дискурса / Е. В. Женевская, А. С. Мартынова. – Текст: непосредственный // Гуманитарные и социальные науки. – 2020 – № 4. – С.100-111. – DOI: 10.18522/2070-1403-2020-81-4-100-111

[2]. Канашина, С. В. Что такое интернет-мем? / С. В. Канашина. – Текст: непосредственный // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – 2017. – №28 (277). –

小区楼下的武汉鸭脖终于承认了  
是假的  
不是武汉的  
是本地的鸭

3分钟前

♡ 不必 (鲁迅, 灰, 鲸落 (匿), 心无, 阿冬至, 晚上吃啥

阿怪: 哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈

晚上吃啥: 哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈老实人

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-internet-mem> (дата обращения: 03.12.2020).

[3]. Канашина, С. В. Интертекстуальность как текстовая категория в интернет-мемах / С. В. Канашина. – Текст: электронный // Известия Волгоград. гос. педагогического ун-та. – 2019. – № 7 (140). – С. 133-138. – URL: [https://mgimo.ru/upload/iblock/589/elibrary\\_39256282\\_54582192.pdf](https://mgimo.ru/upload/iblock/589/elibrary_39256282_54582192.pdf) (дата обращения: 09.12.2020).

[4]. Канашина, С. В. Интернет-мем как новый вид полимодального дискурса в интернет-коммуникации (на материале английского языка): дисс. канд. филол. н./ С. В. Канашина. – Москва, 2016. – 20 с. – Текст: непосредственный.

[5]. Кэмп-Фигура, Д. Интернет-мем как новый медиажанр. Постановка вопроса / Д. Кэмп-Фигура. – Текст: непосредственный // Медиалингвистика. – 2019. – Том 6. – № 1.

[6]. Лутовинова, О. В. Демотиватор как вид сетевого творчества/ О. В. Лутовинова –Текст: электронный. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/demotivator-kak-vid-setevogo-tvorchestva> (дата обращения: 03.01.2021).

[7]. Лысенко, Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи / Е. Н. Лысенко – Текст: электронный // Вестник С.-Петерб. гос. ун-та. Сер. Социология. – 2017. – Т. 10. – Вып. 4. – С. 410-424. – URL: <http://vestnik.spbu.ru/html17/s12/s12v4/03.pdf> (дата обращения: 09.12. 2020).

[8]. Станкевич, Патрик Адам. Юмор спасет мир: интернет-мемы как реакция общества на мировую пандемию/ Патрик Адам Станкевич – Текст: электронный // Наука в мегаполисе *Science in a Megapolis*. – 2020. – №8(24) (2). – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44022113> (дата обращения: 03.12.2020).

[9]. Цаценко, Л. В. Мемы как форма иллюстрации в науке и образовании / Л. В. Цаценко, Д. Л. Савиченко – Текст: электронный // Научный журнал КубГАУ. – 2015. – №114. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/memy-kak-forma-illyustratsii-v-nauke-i-obrazovanii> (дата обращения: 07.01.2021).

[10]. Часовский, Н. В. Самопортрет студента в интернете / Н. В. Часовский // Вестник Челябинского государственного университета. – 2014. – № 10 (339). – Филология. Искусствоведение. – Вып. 90. – С. 151–153.

[11]. Шурина, Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Шурина. – Текст: электронный // Научный диалог. – 2012. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 03.12.2020).

[12]. Шурина, Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии / Ю. В. Шурина – Текст: непосредственный // Вестник Череповецкого гос. ун-та. – 2014. – № 6. – С. 85-89.

[13]. Coscia M. (2013) Competition and Success in the Meme Pool: a Case Study on Quickmeme.com, (in English).

[14]. Dawkins R. (1989) *The Selfish Gene* (new edition). Oxford, (in English).



[15]. Osterroth A. The Internet-Meme as voice-image-text. URL: <https://www.mediensprache.net/de/literatur/show.aspx?id=19600> (дата обращения: 09.12.2020), (in English).

[16]. 荆恒磊 表情包文化对当代大学生心理健康积极影响的调查研究 // 河南科技学院学报. 2018. Том 38. № 6. С.45-48.

[17]. 孙漫沁,李珊珊,岳虹婷,李翔,李蔚,徐世芬 新冠肺炎疫情期间我国网民焦虑状况及其影响因素分析 // 世界科学技术-中医药现代化. 2020. Т. 22. № 3. С.686-691.

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

#### ЧЖЭН ЦЯНЬ

ФГБОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный университет”,  
1-я линия В.О., д. 26, Санкт-Петербург, 199004, Россия  
“Высшая школа журналистики и массовой коммуникации”,  
магистрант,  
e-mail: tsyan\_zheng@163.com  
ORCID 0000-0002-8838-4568

### REFLECTION OF THE CORONAVIRUS PANDEMIC IN CHINESE INTERNET MEMS

**Zheng Qian**

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
“St Petersburg State University”,  
St. Petersburg, Russia*

#### ABSTRACT

At the end of the year 2019, the coronavirus epidemic broke out in city Wuhan, and then spread throughout the whole country and even across the globe. The pandemic is widely discussed on the Internet, many Internet memes relating to the COVID-19 pandemic are created. The sudden outbreak of the epidemic plunged Chinese people into an atmosphere of tension and constant anxiety. Related psychological researches have shown that the spread of these memes on the Internet can certainly help relieve netizens' anxiety and improve public mental condition. Based on the analysis of these Chinese Internet memes during the coronavirus pandemic, present article aims to demonstrate the potential of Chinese Internet memes in the implementation of recreational functions.

**KEY WORDS:** pandemic, coronavirus, Internet memes, recreational function, psychological stress, new forms of information.

DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.007

ORIGINAL ARTICLE SUBMITTED: 20.01.2021

REVISION SUBMITTED: 20.02.2021

**FOR CITATION:** Zheng Qian. (2021) Reflection of the coronavirus pandemic in Chinese internet mems. *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo universiteta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost'*. 2021, vol. 1, no. № 1. pp. 73 – 83. DOI: 10.24334/KBSU.2021.1.1.007

**COMPETING INTERESTS.** The author declare that there are no conflicts of interest regarding authorship and publication.

**CONTRIBUTION AND RESPONSIBILITY.** The author contributed to this article. The author is solely responsible for providing the final version of the article in print. The final version of the manuscript was approved by the author.

#### **BIBLIOGRAPHY**

[1]. Campa-Figura D. (2019). Internet meme as a new media genre. Statement of question. *Media linguistics*, vol. 6, no. 1.

[2]. Chasovsky V. (2014) Self-Portrait of a student on the Internet. *Bulletin of the Chelyabinsk state University*, no 10 (339). *Philology. Art criticism. Issue 90*, pp. 151-153, (in Russian).

[3]. Dawkins R. (1989). *The Selfish Gene* (new edition). Oxford.

[4]. Evgenia V. Zhenevskaya, Anastasia S. Martynova. (2020). Internet-mem «sem'ya» kak pragmaticheski obogashchennaya lingvovizual'naya edinitsa polimodal'nogo diskursa. [Pragmatically enriched linguovisual unit internet meme “family” in polymodal discourse]. *The Humanities and social sciences*, no. 4, pp. 100-111.

[5]. Jing Henglei (2018). An Investigation of the Positive Influence of Emoji Culture on the Mental Health of Contemporary College Students // *Journal of Henan Institute of Science and Technology*, vol. 38, no. 6, pp. 45-48.

[6]. Kanashina S.V. (2016). Internet-mem kak novyy vid polimodal'nogo diskursa v internet-kommunikatsii (na materiale angliyskogo yazyka) [Internet meme as a new type of multimodal discourse in English Internet communication: Dissertation for the degree of candidate of philological sciences]. Moscow.

[7]. Kanashina S. V. (2019). Intertekstual'nost' kak tekstovaya kategoriya v internet-memakh [Intertextuality as a text category in Internet memes]. *Izvestia Volgograd State Pedagogical University*, no. 7 (140), pp. 133-138. Available at: [https://mgimo.ru/upload/iblock/589/elibrary\\_39256282\\_54582192.pdf](https://mgimo.ru/upload/iblock/589/elibrary_39256282_54582192.pdf) (accessed 09 December 2020).

[8]. Kanashina S.V. What is Internet mem? Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-internet-mem> (accessed 09 December 2020).

[9]. Lutovinova O. V. Demotivational poster as a type of online creative work. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/demotivator-kak-vid-setevogo-tvorchestva> (accessed 03 January 2021).

[10]. Lysenko E.N. Internet-memes in youth communication. // *Bulletin of St. Petersburg State University. Sociology*. 2017. T. 10. Vol. 10. 4. Page 410-424. Available at: <http://vestnik.spbu.ru/html17/s12/s12v4/03.pdf> (accessed 10 December 2020).

[11]. Michele Coscia (2013) Competition and Success in the Meme Pool: a Case Study on Quickmeme.com.

[12]. Osterroth A. (2020) Das Internet-Meme als Sprache-Bild-Text. Available at: <https://www.mediensprache.net/de/literatur/show.aspx?id=19600> (accessed 09 December 2020).

[13]. Shurina Y.V. (2012). Internet-memes as a phenomenon of Internet communication, pp. 160-172. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (accessed 09 December 2020).

[14]. Shurina Y.V. (2014). Internet-memes: problem of typology. Vestnik of Cherepovets State University, no. 6, pp. 85-89.

[15]. Stankevich Patrick Adam. (2020) Humor will save the world: Internet memes as society's response to the global pandemic. Science in a Megapolis, no. 8(24).

[16]. Sun Manqin, Li Shanshan, Yue Hongyu, Li Xiang, Li Wei, Xu Shifen (2020) Analysis on Anxiety Status of Chinese Netizens under the Outbreak of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) and Its Influencing Factors. Modernization of Traditional Chinese Medicine and Materia Medica-World Science and Technology, vol. 22, no. 3, pp. 686-691.

[17]. Tsatsenko Luidmila Vladimirovna, Savichenko Dmitry Leonidovich (2015) Memes as a form of illustration in science and education. Scientific Journal of KubSAU, no.114. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/memy-kak-forma-illyustratsii-v-nauke-i-obrazovanii> (accessed 07 January 2021).

#### **INFORMATION ABOUT THE AUTHOR**

Zheng Qian

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education

“St. Petersburg State University”,

1st line V.O., 26, St. Petersburg, 199004, Russia

"Higher School of Journalism and Mass Communication",

master's student,

e-mail: [tsyan\\_zheng@163.com](mailto:tsyan_zheng@163.com)

ORCID 0000-0002-8838-4568