

## ФЕНОМЕН ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В ПРАВОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ\*

**М.В. Залоило, Н.В. Власова**

*Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве  
Российской Федерации, г. Москва, Россия*

### **Информация о статье**

Дата поступления –  
04 декабря 2024 г.  
Дата принятия в печать –  
20 сентября 2025 г.  
Дата онлайн-размещения –  
20 декабря 2025 г.

### **Ключевые слова**

Цифровизация, медиатизация,  
юридический дискурс, правовая  
культура, правовая информация,  
интернет-мем, меметика,  
авторское право, производное  
произведение, доктрина  
добросовестного использования

Статья посвящена исследованию интернет-мемов как социокультурного и правового явления. На основе анализа отечественных и зарубежных доктрин, законодательства и материалов судебной практики интернет-мем рассматривается в контексте интеллектуальной собственности, определяется его правовая природа. Отмечая влияние медиадискурса как ядра современных языковых процессов на юридическую коммуникацию, а также новации языка права в условиях цифровизации, авторы делают вывод о значении юридических интернет-мемов как средств сетевой коммуникации для отражения и воспроизводства правовой культуры и диджитальной культуры.

Разделы 1, 2, 4, 5 подготовлены М.В. Залоило, раздел 3 – Н.В. Власовой.

## THE PHENOMENON OF INTERNET MEMES IN THE LEGAL SPACE\*\*

**Maksim V. Zaloilo, Nataliya V. Vlasova**

*Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russia*

### **Article info**

Received –  
2024 December 04  
Accepted –  
2025 September 20  
Available online –  
2025 December 20

### **Keywords**

Digitalization, mediatization, legal  
discourse, legal culture, legal  
information, Internet meme,  
memetics, copyright, derivative  
work, the doctrine of fair use

The subject of this study is the transformation of modern legal and cultural exchange, which occurs under the influence of trends in digitalization and mediatization of the legal sphere. The purpose of the article is to determine the legal nature and meaning of memes in online legal communications.

The research was based on an interdisciplinary scientific approach of memetics, the use of which in jurisprudence is aimed at determining the influence of cultural, social and historical phenomena and factors on the development of law, the formation and change of legal norms and practices. This approach made it possible to consider memes as sociocultural phenomena and trace their role in cultural evolution in general and in the field of legal and cultural transformations in particular. The methodology is also presented by formal legal, comparative legal methods and the method of scientific analysis, with the help of which doctrinal, normative-legal sources and materials of judicial practice on the categorization of Internet memes in the legal field of intellectual property were studied. The use of constructivist methodology allowed us to evaluate memes as building blocks of legal communication. Methods of legal modeling and forecasting helped to determine the vectors of meme influence on legal and cultural evolution, as well as to identify risks of the formation of “deceptive” meanings in Internet memes.

Main results. The article highlights the influence of media discourse as the core of modern language processes on legal communication, innovations in the language of law in the context of digitalization. The legal nature of Internet memes is determined through the

\* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-01773, <https://rscf.ru/project/23-28-01773/>.

\*\* The study is funded by the grant of the Russian Science Foundation No. 23-28-01773, <https://rscf.ru/project/23-28-01773/>.

prism of intellectual property law, which identifies the need to address two issues: respect for the rights of authors of original works and the rights of authors of derivative works – Internet memes – in the context of their viral spread with subsequent multiple variations. Conclusions are formulated about the ability of Internet memes to generate new meanings in jurisprudence; the role of judicial Internet memes in programming and coding of legal behavior, reflecting and reproducing legal culture and digiculture; the reverse influence of the professional legal community on the specific parameters of an Internet meme during its subsequent reproduction and mutations; anti-cultural risks of reproducing of destructive (illegal) patterns of behavior.

Sections 1, 2, 4, 5 were prepared by M.V. Zaloilo, section 3 – by N.V. Vlasova.

## 1. Введение

Эволюцию права неизменно сопровождает развитие информационных систем. Средства, способы и каналы распространения соционормативной культуры с древних времен до наших дней существенно трансформировались, пройдя стадии от устного обычного права, деревянных, глиняных и каменных изваяний законов древнего общества до новейших информационно-телекоммуникационных технологий, обеспечивающих моментальную и обширную трансляцию правовых норм, концепций и идей. В связи с медиатизацией правовой сферы [1, с. 10] и виртуализацией правокультурного обмена актуализируется междисциплинарный подход в сфере юридических исследований.

Цифровизация определяет трансформации сферы, пределов и стадий правового регулирования, источников, субъектов права, их прав, обязанностей и ответственности, юридической техники и технологий, языка права. Последний, как и другие институциональные дискурсы, под влиянием технологического фактора активно медиатизируется, становясь перспективным направлением исследований многих наук [2]. Если со времен установления монархии в Древнем Риме вплоть до второй половины XX в. правовая информация была монополизирована узким кругом специалистов (что связано с накоплением правовых норм, переходом к текстовой форме их закрепления и комментирования), то современное технологическое опосредование правовой сферы позволяет сделать знание норм права достоянием широкой общественности (с оговорками в части увеличения и усложнения нормативно-правового массива, уяснение которого в обыденном правосознании становится непосильной задачей, сохранения цифрового неравенства и пр.). С одной стороны, речь идет о популяризации юридического дискурса, а с другой – о влиянии медиадискурса как ядра современных языковых процессов на юридическую коммуникацию.

Заметным явлением современного юридического дискурса стали интернет-мемы в области права, или мемы профессионального сообщества юристов, выступающие как средством интернет-коммуникации на юридическую тематику [3], так и хранилищем культурных кодов [4]. Их потенциал для отражения и воспроизводства правовой культуры с увеличением технологического компонента социального взаимодействия возрастает и нуждается во всестороннем исследовании.

## 2. Интернет-мем как социокультурное и правовое явление

Интернет-мемы стали значимым явлением общественной жизни, элементом цифровых коммуникативных взаимодействий, важной медийной составляющей [5, с. 21].

Мем выступает элементом культуры, транслирующим социокультурные коды, формой социального высказывания [6]. Свои корни он берет из работ Р. Докинза [7], обосновавшего эволюцию человеческой культуры распространением мельчайших информационных паттернов (мемов) по аналогии с передачей генетической информации [8, с. 22; 9]. Понятие мема получило развитие в трудах Д. Деннета, относившего к ним «сложные идеи, которые формируются в отдельные запоминающиеся элементы», и приводившего в качестве примеров идеи «колеса, ношения одежды, вендетты, прямоугольного треугольника, алфавита, календаря» [10, р. 201].

Позднее изучающая мемы меметика обосновывалась как наука или междисциплинарный научный подход, а в правовой сфере получила применение для исследования генезиса и трансформаций права [11] и правовой культуры [12, с. 37]. Она справедливо оценивается как методологически удобный подход, когда исследование развития культуры получает совершенно новую единицу измерения и осуществляется на единых основаниях [4, с. 114]. Правовые мемы – это единицы передачи правокультурного наследия, детерминирующие изменения в

праве, а также сама передаваемая правокультурная информация.

В середине 1990-х гг. появляются интернет-мемы – генерируемые пользователями посредством информационно-телекоммуникационных технологий и многократно распространяемые в Интернете медиаобъекты (вербальные, невербальные (иконические, визуальные) или креолизованные, т. е. их сочетания), описывающие и оценивающие происходящие события, воздействующие на конструирование социальной реальности. Их наиболее распространенный формат включает изображение (фото, рисунок), сопровождающееся текстом [13, р. 144]. Массовым данный феномен стал с появлением социальных сетей, видеоплатформ и специальных интернет-сайтов, где на основе имеющихся шаблонов пользователи получили возможность генерировать интернет-мемы [3, с. 261].

Мем служит культурной параллелью генов, характеризующейся подражательным поведением [14, р. 100]. Несмотря на появление этого термина в доцифровую эпоху, именно интернет-среда сделала распространение мемов обыденным явлением [15, р. 17]. Их основными свойствами, по Р. Докинзу, являются долговечность, плодовитость (количество копий, сделанных в единицу времени) и точность копирования [7, с. 46]. Все они были усовершенствованы в условиях цифровизации.

Интернет-мемы являются продуктом творчества и информационной индустрии, объединяя в себе свойства смысловой глубины, новизны, а также стандартизованности, массового распространения, отсутствия авторства и доступности для большой аудитории [16, с. 40].

Широко распространено понимание интернет-мема как жанра, выполняющего в культуре развлекательную функцию [17, с. 19–20]. Механизм его трансляции сопряжен с многочисленными вариациями (возможностью множественных дополнений одного базового медиаобъекта), что влечет массовое воспроизводство интернет-мемов на основе имеющихся объектов интеллектуальной собственности. Несмотря на очевидную склонность интернет-мемов к юмору и сатирической интерпретации, было бы неправильно рассматривать их исключительно в качестве смешной картинки с текстом. Мемы обуславливают качественное своеобразие современной цифровой культуры в эволюции культурных проявлений социума. Их полимодальный дис-

курс позволяет задействовать мемы для достижения широкого спектра социальных, культурных, политических целей [18, р. 485].

Интернет-мем – это динамичное явление, способное к генерированию новых значений, в юриспруденции – особый источник правовой информации и пространство для коммуникации. Наконец, о «серьезности» интернет-мема говорят правовые последствия его использования в сферах интеллектуальной собственности и противодействия противоправным проявлениям.

### **3. Правовая природа интернет-мема в контексте интеллектуальной собственности**

За рубежом (США, Австралия, страны Европейского Союза) создание и распространение мемов урегулировано авторским правом. Большинство интернет-мемов определяются в качестве производных произведений, создаваемых на базе существующих медиаобъектов [19]. Мемы, в процессе создания которых было использовано несколько оригинальных произведений, относят к компиляции, составным произведениям [19]. В связи с общим правилом о получении согласия правообладателя на переработку оригинального произведения распространение интернет-мемов как контента, априори не возникающего «с нуля», потенциально влечет нарушение интеллектуальных прав на оригинальные произведения.

Легитимации создания и распространения интернет-мемов в американском праве служит доктрина добросовестного использования (*fair use*)<sup>1</sup>, согласно которой суд должен оценить и соотнести между собой цель использования мема, характер оригинального произведения, объем заимствования по отношению к нему, а также влияние, оказываемое использованием меметического контента на рынок или стоимость оригинального произведения [19]. Свободное использование оригинального контента для целей преобразования в производное произведение (интернет-мем) допускается в некоммерческих целях на условиях соблюдения интересов автора оригинального произведения. Такая возможность объясняется в доктрине выполнением мемом социально значимой функции, а также взрывным ростом количества создающих их лиц, когда заключение ими соглашений с правообладателем представляется уже невозможным [20]. Правовая охрана мемов возможна при прохождении ими теста на минимальный уровень творчества [6; 19]. Безвозмездное

<sup>1</sup> § 107 Закона США об авторском праве 1976 г.

коммерческое использование интернет-мемов, созданных на основе «чужого» авторского контента, не допускается<sup>2</sup>.

В Европейском Союзе действует Директива от 17 апреля 2019 г. № 2019/790 об авторском праве и смежных правах на едином цифровом рынке, обсуждение проекта которой вызвало острые дискуссии, в том числе по рассматриваемому вопросу. Положения проекта об указании создателями новостного контента лиц, которые могут его использовать, а также об эксклюзивности загружаемых на интернет-сайты и в социальные сети материалов и ужесточении ответственности интернет-платформ за нарушения авторских прав (налог на ссылки и установление контент-фильтров) получили оценку в доктрине и средствах массовой информации как фактический запрет мемов и *GIF*-файлов. Принятый в итоге текст Директивы не затрагивает мемы, *GIF*-файлы, созданные на основе известных произведений, и гиперссылки на новостные статьи<sup>3</sup>.

Во многих странах мемам предоставляется правовая охрана в силу общих норм гражданского права об охране производных и составных произведений. В российском законодательстве специальное регулирование интернет-мемов отсутствует, они не перечислены среди объектов авторских прав (п. 1 ст. 1259 Гражданского кодекса (далее – ГК) РФ). При этом распространено понимание интернет-мемов как производных произведений. Поскольку последние п. 2 ст. 1259 ГК РФ отнесены к числу объектов авторских прав, соответствующую охрану могут получить и мемы.

В вынесенном 16 июня 2022 г. Постановлении № 25-П по делу о проверке конституционности п. 3 ст. 1260 ГК РФ Конституционный Суд РФ подверг критике ранее действовавший подход законодателя о непредоставлении правовой охраны автору составного произведения при несоблюдении исключительного права на оригинальное произведение. По указанию органа конституционной юстиции в 2023 г. в ст. 1260 ГК РФ были внесены изменения, предо-

ставляющие защиту при неправомерном использовании производного или составного произведения как автору такого произведения, так и автору оригинального произведения.

Однако при рассмотрении так называемого дела о «Ждуне» суды<sup>4</sup> отметили, что популярные комические изображения на основе произведения «Ждун» являются интернет-мемами, созданными коллективными усилиями пользователей сети, и отвечают признакам пародии в жанре карикатуры. Их использование возможно без согласия обладателя исключительного права на оригинальное произведение и без выплаты ему вознаграждения (п. 4 ст. 1274 ГК РФ, п. 99 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 апреля 2019 г. № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса РФ»).

Впоследствии такое категорирование интернет-мемов подверглось критике. Как отмечает Е.А. Павлова, пародия высмеивает оригинальное произведение, тогда как «Ждун» воспринимается как комический персонаж сам по себе<sup>5</sup>. Мемы было предложено рассматривать как производные произведения, создающие комический эффект, но далеко не всегда пародии. По мнению Л. Шифмана, «хотя любая пародия в той или иной степени включает в себя имитацию, не все имитации являются пародиями» [15, р. 46]. Е.А. Войниканис говорит о социальной, а не художественной функции пародии, которая не должна обладать творческой оригинальностью<sup>6</sup>. Соотносимость конструкции пародии и интернет-мема подвергается сомнению и другими авторами [6], указывающими на свойственный пародии коммерческий характер, что означает нарушение исключительных прав использованием мема, созданного на основе чужого произведения. Справедливо также, что мем высмеивает явление социальной действительности. Отождествление его с пародией влечет риск увеличения случаев использования объектов авторских прав без согласования с автором.

Суммирование подходов законодательства и судебной практики позволяет сделать выводы о

<sup>2</sup> Grumpy Cat Ltd. v. Grenade Beverage LLC. Case No. SA CV 15-2063-DOC (DFMx). URL: <https://www.adamsdrafting.com/wp-content/uploads/2018/06/GRUMPY-CAT-LIMITED-Plaintiff-v-GRENADE-BEVERAGE-LLC-et-al-Defendants-PAUL-SANDFO.pdf>.

<sup>3</sup> Directive (EU) 2019/790 of The European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790>.

<sup>4</sup> Решение Арбитражного суда г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области от 3 августа 2020 г. по делу № А56-123039/2019, постановления Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 2 декабря 2020 г. и Суда по интеллектуальным правам (далее – СИП) от 2 апреля 2021 г. № С01-274/2021, определение Верховного Суда (далее – ВС) РФ от 12 октября 2021 г. № 307-ЭС21-11864.

<sup>5</sup> Протокол заседания Научно-консультативного совета при СИП от 2 июня 2023 г. № 30 // СПС «КонсультантПлюс».

<sup>6</sup> Там же.

необходимости разграничения видов интернет-мемов, которые не могут быть сведены к единому знаменателю, а также о целесообразности регистрации мема как товарного знака, используемого в коммерческих целях, для защиты прав автора такого производного произведения.

В последнем случае следует иметь в виду риски отказов Роспатентом в государственной регистрации обозначений, семантически воспринимаемых в значении ставших широко известными интернет-мемов, как это было в случае, когда Роспатент посчитал словесный элемент *Rossiano* интернет-мемом «россияно» / «русиано», означающим способ приготовления кофе (в противовес «американо») или иным образом связанным с ним, и заключил на этом основании, что он не способен выполнять индивидуализирующую функцию, а предоставление исключительного права на такое обозначение одному лицу будет противоречить общественным интересам<sup>7</sup>. Отклоняя доводы Роспатента, суды отметили, что из представленных сведений не следует ни использование спорного обозначения в предпринимательской деятельности каких-либо лиц на систематической основе, ни широкое распространение мема среди потребителей. В судебных решениях подчеркивалось, что понятие интернет-мема законодательно не определено, но меметический характер обозначения сам по себе не может являться основанием для отказа в регистрации товарного знака. На территории России действуют регистрации большого количества интернет-мемов в качестве товарных знаков. Требование об обязании зарегистрировать товарный знак *Rossiano* было удовлетворено.

Примечательно, что проблема заключается не в невозможности государственной регистрации интернет-мема как такового, а в семантическом восприятии потребителями обозначения как широко известного мема, что в конкретном случае может лишить его необходимых свойств товарного знака. Само по себе обстоятельство, что обозначение является интернет-мемом или сходно с ним, не обосновывает от-

сутствие его различительной способности. Его оценка на предмет соответствия п. 1 ст. 1483 ГК РФ должна исходить из восприятия этого обозначения потребителями в отношении конкретных товаров<sup>8</sup>.

В другом деле суд признал, что спорное обозначение «Как тебе такое, Илон» является известным мемом, используемым для привлечения внимания к товарам и услугам. Отсутствие в нем фамилии Маск не изменяет его восприятие и не приводит к модификации его смыслового значения, а спорное обозначение, оставаясь узнаваемым для потребителя, не позволяет индивидуализировать товары и услуги одного лица. Обозначение «Как тебе такое, Илон» было признано неохраноспособным<sup>9</sup>. Подобной практики, как отметили суды, придерживаются и зарубежные правовые порядки: согласно позиции Ведомства по патентам и товарным знакам США неохраноспособны общеупотребимые идеи и выражения, отражающие узнаваемый концепт.

В другом деле был признан незаконным отказ Роспатента в регистрации обозначения *Omagad* как представляющего собой популярный интернет-мем «Омагад омагад» с изображением котенка с широко раскрытыми глазами, возникший на основе искаженного варианта фразы «О май гад, о май гад» / *Oh my God, Oh my God*<sup>10</sup>. Интересна позиция суда первой инстанции<sup>11</sup> о наличии прямых ассоциативных связей потребителей с интернет-мемом, даже если в спорном обозначении отсутствует какой-либо элемент (в данном случае – изобразительный), так как использование комбинированного мема в переписке или в устной речи приводит к известности не только мема в целом, но и его словесных частей. Хотя позиция суда первой инстанции относительно утраты обозначением различительной способности вследствие масштабов его использования в сети «Интернет» была признана судом кассационной инстанции несостоятельной, само по себе, вне связи с рассматриваемым делом, утверждение о возможности оценивать по отдельности компоненты мема как полимодального феномена заслуживает дальнейшего исследования.

<sup>7</sup> Решение СИП от 3 декабря 2020 г. по делу № СИП-181/2020, постановление Президиума СИП от 2 апреля 2021 г. № С01-209/2021; решение СИП от 4 февраля 2022 г. по делу № СИП-763/2021, постановление Президиума СИП от 11 июля 2022 г. № С01-523/2022; решение СИП от 25 мая 2023 г. по делу № СИП-155/2023, постановление Президиума СИП от 20 сентября 2023 г. № С01-1641/2023, определение ВС РФ от 19 декабря 2023 г. № 300-ЭС23-26821.

<sup>8</sup> Определение Судебной коллегии по экономическим спорам ВС РФ от 31 октября 2019 г. № 300-ЭС19-12932.

<sup>9</sup> Решение СИП от 21 марта 2023 г. по делу № СИП-1109/2022, постановление Президиума СИП от 17 июля 2023 г. № С01-725/2023.

<sup>10</sup> Постановление Президиума СИП от 20 мая 2024 г. № С01-751/2024 по делу № СИП-1177/2023, определение ВС РФ от 12 сентября 2024 г. № 300-ЭС24-15225.

<sup>11</sup> Решение СИП от 2 февраля 2024 г. по делу № СИП-1177/2023.

#### 4. Современная правовая мем-культура и метизация права

В основе исследований мемов находится область семиотики, что позволяет выявить как очевидное, так и скрытое влияние заложенных в них смыслов [21, р. 303]. Сила образов многомерна и может быть использована как во благо, так и во вред. Неслучайно распространена оценка мемов с позиции риск-ориентированного подхода как средства распространения девиантного контента [21, р. 317]. Использование мемов рассматривается в контексте информационного противоборства, когнитивных войн, пропаганды деструктивного поведения [22]. Исследователи «фокусируются на мемах как форме дезинформации, используемой для обеспечения стратегических целей с помощью разрушительных технологий, таких как автоматизация и искусственный интеллект» [21, р. 305]. Контроль за созданием и распространением мемов в интернет-среде усложнен, что объясняет актуальность их изучения на предмет распространения негативных нарративов и формирования антикультуры.

Важно подчеркнуть и метафорические свойства мемов, позволяющие им связывать социальные коллективы. Широта распространения мемов сочетается со свойственными им тонкими идеологическими кристаллизациями, охватывающими специфические для пользователя значения [21, р. 314].

Интернет-мемы служат формированию и обозначению определенной социальной принадлежности [18, р. 485]. В юридической среде они являются продуктом профессиональной координации. Справедливо говорить о появлении правовой мем-культуры или даже правовой диджикультуры, обусловленной спецификой среды их распространения и воплощением в них уникальных черт современной цифровой культуры.

Для анализа современной диджикультуры в полной мере применимы признаки мема, выделенные Р. Докинзом, – трансляция в социуме, копирование и воспроизводство посредством конкуренции и отбора [15, р. 18–23]. Распространяясь на микроуровне, мемы формируют мышление, формы поведения и действия социальных групп на макроуровне. Контент, распространяемый в Интернете, может стать массовым в течение относительно небольшого промежутка времени, а трансляция мемов становится значимой в восприятии пользователями цифровой сферы. Заметным явлением в сети становится и повседневная имитационная практика (подражательный контент). Цифровые медиа позволяют проследить процессы вариаций и отбора мемов.

Интернет-мемы профессионального сообщества юристов стали выразительным средством объяснения правовых явлений и процессов, способом выражения отношения к юридической профессии, обнародования правовых идей. Массовое задействование в них неоднородных визуальных компонентов свидетельствует о причастности их авторов к широкому культурному контексту [3, с. 266–268]. Представляя собой примеры юмористического правового дискурса, они транслируются, реплицируются, варьируются и воспроизводятся другими пользователями в рамках особой «мемной» коммуникации, оказывают влияние на самосознание и общую идентичность личности [23], программируют правовое поведение. Интернет-мемы во многом отображают сложившееся коллективное профессиональное правосознание, выступая одним из средств формирования правосознания индивидуального. Иными словами, наряду с нормами права, стратегическими документами, мемы в праве как примеры правовых концепций, традиций и ценностей, вспомогательного инструментария (символов) служат дополнением механизма правового воздействия и инструментом формирования правового поведения как деятельности интерпретации знаковой информации [24].

Интернет-мемы имеют общие признаки, сохраняющиеся в их варьирующихся версиях, иными словами, следуют общей объединяющей схеме, что позволяет провести самое общее их разграничение на мем-шаблон и его детали. Так, С. Лантань выделяет статичные и динамичные (мутирующие) мемы [25, р. 390–391]. В последнем случае имеет место расширение мема новыми компонентами, а традиционные свойства мемов дополняются свойством их вариации в процессе воспроизводства и отбора.

Продуктивный и действенный культурный диалог опосредуют большей частью именно мутирующие интернет-мемы, тиражирующие обыгрывание правовых явлений и процессов. Их постоянные вариации служат важным свидетельством текущих социальных ценностей и дискуссий, способствуя коммуникациям за пределами исходного контекста визуального или креолизованного медиа-объекта на уровне, трудно достижимом иным способом [25, р. 404–405]. Являясь важными строительными блоками коммуникативной формы, мутирующие интернет-мемы становятся частью юридического языка виртуального пространства и могут быть рассмотрены как культурный код в идентификации «свой – чужой» в Интернете [4, с. 114].

Помимо рассмотренной наиболее общей классификации типизация интернет-мемов профессионального сообщества юристов может быть проведена по тематическому признаку, сочетанию семиотических компонентов, содержанию текста, прагматике воздействия. К примеру, А.А. Хустенко они были проанализированы по числу и составу семиотических компонентов, их значимости, степени и способу корреляции [3, с. 265]. В юридических интернет-мемах смыслообразующим может быть как вербальный, так и визуальный компонент, однако зачастую преобладает один из них [3, с. 270].

Содержательно юридические интернет-мемы могут быть разграничены на те, что отражают юридически значимые события, выражают отношение общества к этой профессии, а также отношение самих юриста к своей деятельности, изображают обыденные профессиональные ситуации, осмысливают состояние законодательства, практики его применения, дают оценку правовой культуры населения.

#### 5. Заключение

Цифровизация и медиатизация юридического дискурса влекут заметные трансформации юридического языка. Речь идет о терминах, отображающих те или иные юридические понятия виртуального пространства, специфике формулирования и языкового изложения правовых предписаний в сфере цифровизации, генерировании новых значений в юридической среде. Последняя трансформация связывается именно с интернет-мемами, которые, образуя форму экономии мышления, выступают основными

строительными блоками культурной коммуникации в сети, способными откликаться на текущую повестку, транслировать определенные оценки правовых явлений и процессов, апеллировать к различным правовым феноменам. Юридические интернет-мемы, генерируя новые значения в праве, служат отражению и воспроизводству правовой диджикультуры. Имеет место и обратное влияние профессионального юридического сообщества на конкретные параметры мема. Прогнозированию и предупреждению подлежат заложенные в массовом и мало поддающемся контролю распространении интернет-мемов риски формирования в них «обманных» смыслов и значений, программирующих и кодирующих неправомерное поведение.

Категорирование интернет-мемов в авторском праве требует решения двух вопросов: соблюдения прав авторов оригинальных произведений и прав авторов производных произведений – интернет-мемов – в условиях их вирусного распространения с последующими многократными вариациями. Уникальность мутирующих интернет-мемов в современном дискурсе обуславливает возможные затруднения в их категорировании в действующей структуре интеллектуальной собственности. В связи с этим определение их правовой природы с точки зрения отечественного законодательства о правах на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации требует определения баланса между фиксированностью (статичный интернет-мем) и новациями (мутирующий интернет-мем).

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анненкова И. В. Медиатизация правовой сферы: к постановке проблемы / И. В. Анненкова, М. А. Пильгун, Н. Н. Черногор // Журнал российского права. – 2018. – № 10. – С. 5–14. – DOI: 10.12737/art\_2018\_10\_1.
2. Анненкова И. В. Новая культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: право, медиа и национальная идентичность / И. В. Анненкова, М. В. Залоило // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. – 2019. – № 3. – С. 140–155.
3. Хустенко А. А. Специфика семиотической организации интернет-мемов профессионального сообщества юристов в социальных сетях / А. А. Хустенко // Научный диалог. – 2022. – Т. 11, № 4. – С. 258–282. – DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-258-282.
4. Марченко Н. Г. Интернет-мем как хранилище культурных кодов сетевого сообщества / Н. Г. Марченко // Казанская наука. – 2013. – № 1. – С. 113–115.
5. Трощенко Е. В. Осмысление общественно-политической роли мемов в медиа дискурсе / Е. В. Трощенко // Вопросы когнитивной лингвистики. – 2021. – № 3. – С. 21–31. – DOI: 10.20916/1812-3228-2021-3-21-31.
6. Ворожевич А. С. Случаи свободного использования объектов авторских прав: сущность, общий обзор / А. С. Ворожевич, Н. В. Козлова // Вестник гражданского права. – 2019. – № 5. – С. 43–78. – DOI: 10.24031/1992-2043-2019-19-5-43-78.

7. Докинз Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М. : АСТ, 2013. – 245 с.
8. Залоило М. В. Правовая меметика в исследовании правоприменения / М. В. Залоило // Журнал российского права. – 2024. – Т. 28, № 11. – С. 19–32. – DOI: 10.61205/S160565900029143-1.
9. Missing the revolution. Darwinism for social scientists / ed. by J. H. Barkow. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 311 p.
10. Dennet D. C. Consciousness explained / D. C. Dennet. – New York : Back Bay Books : Little, Brown and Company, 1991. – 511 p.
11. Fried M. S. The evolution of legal concepts: the memetic perspective / M. S. Fried // Jurimetrics. – 1999. – Vol. 39, No. 3. – P. 291–316.
12. Залоило М. В. Концепция мема (меметика) и первичные механизмы социокультурной эволюции права / М. В. Залоило // Право. Журнал Высшей школы экономики. – 2024. – Т. 17, № 3. – С. 32–56. – DOI: 10.17323/2072-8166.2024.3.32.56.
13. Smith C. Copyright & memes: the fight for success kid / C. Smith, S. Lantagne // Georgetown Law Journal Online. – 2021. – Vol. 110. – P. 142–167.
14. Johnson S. J. Memetic theory, trademarks & the viral meme mark / S. J. Johnson // The John Marshall Review of Intellectual Property Law. – 2013. – Vol. 13. – P. 96–129.
15. Shifman L. Memes in digital culture / L. Shifman. – Cambridge, Massachusetts : Massachusetts Institute of Technology, 2014. – 211 p.
16. Зиновьева Н. А. Трансляция социокультурных кодов в создании информационного продукта: анализ интернет-мемов : дис. ... канд. социол. наук / Н. А. Зиновьева. – СПб., 2016. – 203 с.
17. Косиченко Е. Ф. Интернет-мем как жанр комического / Е. Ф. Косиченко // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2022. – № 2 (857). – С. 16–23. – DOI: 10.52070/2542-2197\_2022\_2\_857\_16.
18. Nissenbaum A. Internet memes as a contested cultural capital: the case of 4chan's/b/board / A. Nissenbaum, L. Shifman // New Media & Society. – 2017. – Vol. 19, Iss. 4. – P. 483–501. – DOI: 10.1177/1461444815609313.
19. Marciszewski M. The problem of modern monetization of memes: how copyright law can give protection to meme creator / M. Marciszewski // Pace I. P. Sports & Entertainment Law Forum. – 2020. – Vol. 9, Iss. 1. – Art. 3. – DOI: 10.58948/2329-9894.1076.
20. Patel R. First world problems: a fair use analysis of Internet memes / R. Patel // UCLA Entertainment Law Review. – 2013. – Vol. 20, Iss. 2. – P. 235–256. – DOI: 10.5070/LR8202027169.
21. Kingdon A. The meme is the method: examining the power of the image within extremist propaganda / A. Kingdon // Researching Cybercrimes. Methodologies, Ethics, and Critical Approaches / ed. by A. Lavorgna, T. J. Holt. – Cham : Palgrave Macmillan, 2021. – P. 301–322. – DOI: 10.1007/978-3-030-74837-1\_15.
22. Шошин С. В. Интернет-мемы: пропаганда и контрпропаганда (некоторые юридические аспекты) / С. В. Шошин // Теология. Философия. Право. – 2022. – № 1 (17). – С. 24–41.
23. Yus F. Identity-related issues in meme communication / F. Yus // Internet Pragmatics. – 2018. – Vol. 1, Iss. 1. – P. 113–133. – DOI: 10.1075/ip.00006.yus.
24. Бортняк А. Ф. Правовое поведение как деятельностная интерпретация знаковой информации / А. Ф. Бортняк // Государственный советник. – 2013. – № 4. – С. 26–29.
25. Lantagne S. Famous on the Internet: the spectrum of Internet memes and the legal challenge of evolving methods of communication / S. Lantagne // University of Richmond Law Review. – 2017. – Vol. 52. – P. 387–424.

## REFERENCES

1. Annenkova I.V., Pilgun M.A., Chernogor N.N. Mediatization in legal sphere: problem statement. *Zhurnal rossiiskogo prava = Journal of Russian Law*, 2018, no. 10, pp. 5–14. DOI: 10.12737/art\_2018\_10\_1. (In Russ.).
2. Annenkova I.V., Zaloilo M.V. New culture of communication in the context of digital and socio-cultural globalization: law, media and national identity. *Zhurnal zarubezhnogo zakonodatel'stva i sravnitel'nogo pravovedeniya = Journal of Foreign Legislation and Comparative Law*, 2019, no. 3, pp. 140–155. (In Russ.).



3. Khustenka A.A. Specificity of semiotic organization of Internet memes of professional community of lawyers in social networks. *Nauchnyi dialog*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 258–282. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-258-282. (In Russ.).
4. Marchenko N.G. Internet-mem like storage of the cultural code of Internet-community. *Kazanskaya nauka = Kazan Science*, 2013, no. 1, pp. 113–115. (In Russ.).
5. Troshchenkova E.V. Conceptualization of the public and political role of memes in media discourse. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki = Issues of Cognitive Linguistics*, 2021, no. 3, pp. 21–31. DOI: 10.20916/1812-3228-2021-3-21-31. (In Russ.).
6. Vorozhevich A.S., Kozlova N.V. Cases of Free Fair Use of Copyright Objects: Summary, Overview. *Vestnik grazhdanskogo prava = Civil Law Review*, 2019, no. 5, pp. 43–78. DOI: 10.24031/1992-2043-2019-19-5-43-78. (In Russ.).
7. Dawkins R. *The selfish gene*. Moscow, AST Publ., 2013. 245 p. (In Russ.).
8. Zaloilo M.V. Legal memetics in the study of law enforcement. *Zhurnal rossiiskogo prava = Journal of Russian Law*, 2024, vol. 28, no. 11, pp. 19–32. DOI: 10.61205/S160565900029143-1. (In Russ.).
9. Barkow J.H. (ed.). *Missing the revolution. Darwinism for social scientists*. Oxford, Oxford University Press, 2006. 311 p.
10. Dennet D.C. *Consciousness explained*. New York, Back Bay Books; Little, Brown and Company, 1991. 511 p.
11. Fried M.S. The evolution of legal concepts: the memetic perspective. *Jurimetrics*, 1999, vol. 39, no. 3, pp. 291–316.
12. Zaloilo M.V. The concept of meme (memetics) and the primary mechanisms of socio-cultural evolution of law. *Pravo. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Law. Journal of the Higher School of Economics*, 2024, vol. 17, no. 3, pp. 32–56. DOI: 10.17323/2072-8166.2024.3.32.56. (In Russ.).
13. Smith C., Lantagne S. Copyright & memes: the fight for success kid. *Georgetown Law Journal Online*, 2021, vol. 110, pp. 142–167.
14. Johnson S.J. Memetic theory, trademarks & the viral meme mark. *The John Marshall Review of Intellectual Property Law*, 2013, vol. 13, pp. 96–129.
15. Shifman L. *Memes in digital culture*. Cambridge, Massachusetts, Massachusetts Institute of Technology Publ., 2014. 211 p.
16. Zinov'eva N.A. *Translation of sociocultural codes in the creation of an information product: analysis of Internet memes*, Cand. Diss. St. Petersburg, 2016. 203 p. (In Russ.).
17. Kosichenko E.F. Internet meme as a genre of entertainment. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta. Gumanitarnye nauki = Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 2022, no. 2 (857), pp. 16–23. DOI: 10.52070/2542-2197\_2022\_2\_857\_16. (In Russ.).
18. Nissenbaum A., Shifman L. Internet memes as a contested cultural capital: the case of 4chan's/b/board. *New Media & Society*, 2017, vol. 19, iss. 4, pp. 483–501. DOI: 10.1177/1461444815609313.
19. Marciszewski M. The problem of modern monetization of memes: how copyright law can give protection to meme creator. *Pace I. P. Sports & Entertainment Law Forum*, 2020, vol. 9, iss. 1, art. 3. DOI: 10.58948/2329-9894.1076.
20. Patel R. First world problems: a fair use analysis of Internet memes. *UCLA Entertainment Law Review*, 2013, vol. 20, iss. 2, pp. 235–256. DOI: 10.5070/LR8202027169.
21. Kingdon A. The meme is the method: examining the power of the image within extremist propaganda, in: Lavorgna A., Holt T.J. (eds.). *Researching Cybercrimes. Methodologies, Ethics, and Critical Approaches*, Cham, Palgrave Macmillan Publ., 2021, pp. 301–322. DOI: 10.1007/978-3-030-74837-1\_15.
22. Shoshin S.V. Internet meme: propaganda and counter-propaganda (some legal aspects). *Teologiya. Filosofiya. Pravo = Theology. Philosophy Law*, 2022, no. 1 (17), pp. 24–41. (In Russ.).
23. Yus F. Identity-related issues in meme communication. *Internet Pragmatics*, 2018, Vol. 1, iss. 1, pp. 113–133. DOI: 10.1075/ip.00006.yus.
24. Bortniak A.F. Legal behavior as activity interpretation of sign information. *Gosudarstvennyi sovetnik = The State Counsellor*, 2013, no. 4, pp. 26–29. (In Russ.).
25. Lantagne S. Famous on the Internet: the spectrum of Internet memes and the legal challenge of evolving methods of communication. *University of Richmond Law Review*, 2017, vol. 52, pp. 387–424.

### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

**Залоило Максим Викторович** – кандидат юридических наук, ведущий научный сотрудник отдела теории права и междисциплинарных исследований законодательства

*Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации*

117218, Россия, г. Москва, ул. Б. Черемушкинская, 34

E-mail: z-lo@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4247-5242

ResearcherID: S-4168-2018

SPIN-код РИНЦ: 5892-5522; AuthorID: 595876

**Власова Наталия Викторовна** – кандидат юридических наук, ведущий научный сотрудник центра частного права

*Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации*

117218, Россия, г. Москва, ул. Б. Черемушкинская, 34

E-mail: natasha.vlasova@rambler.ru

ORCID: 0000-0001-8167-4143

ResearcherID: W-8032-2019

SPIN-код РИНЦ: 9243-4219; AuthorID: 289357

### БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Залоило М.В. Феномен интернет-мемов в правовом пространстве / М.В. Залоило, Н.В. Власова // Правоприменение. – 2025. – Т. 9, № 4. – С. 26–35. – DOI: 10.52468/2542-1514.2025.9(4).26-35.

### INFORMATION ABOUT AUTHORS

**Maksim V. Zaloilo** – PhD in Law, Leading Researcher, Department of Theory of Law and Interdisciplinary Research of Legislation

*Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation*

34, B. Cheremushkinskaya ul., Moscow, 117218, Russia

E-mail: z-lo@mail.ru

ORCID: 0000-0003-4247-5242

ResearcherID: S-4168-2018

RSCI SPIN-code: 5892-5522; AuthorID: 595876

**Nataliya V. Vlasova** – PhD in Law, Leading Researcher, Department of Private Law

*Institute of Legislation and Comparative Law under the Government of the Russian Federation*

34, B. Cheremushkinskaya ul., Moscow, 117218, Russia

E-mail: natasha.vlasova@rambler.ru

ORCID: 0000-0001-8167-4143

ResearcherID: W-8032-2019

RSCI SPIN-code: 9243-4219; AuthorID: 289357

### BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION

Zaloilo M.V., Vlasova N.V. The phenomenon of Internet memes in the legal space. *Pravoprimerenie = Law Enforcement Review*, 2025, vol. 9, no. 4, pp. 26–35. DOI: 10.52468/2542-1514.2025.9(4).26-35. (In Russ.).