

**Артамонов Денис Сергеевич**

кандидат исторических наук, доцент  
кафедры социальных коммуникаций  
Саратовского национального  
исследовательского государственного  
университета им. Н.Г. Чернышевского  
<https://orcid.org/0000-0001-8689-1948>

**Фролова Светлана Михайловна**

доктор философских наук, профессор  
кафедры философии культуры и культурологи  
Саратовского национального  
исследовательского государственного  
университета им. Н.Г. Чернышевского  
<https://orcid.org/0000-0002-2586-1291>

## **ИНТЕРНЕТ-МЕМ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ МИФОЛОГИИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ\***

### **Аннотация:**

*В статье рассматривается вопрос о месте интернет-мемов в структуре социальной мифологии цифрового мира. Авторы понимают под интернет-мемом коммуникационный феномен, представляющий собой интернет-жанр мини-формата, когда изображение (картинка, фотография либо видео) интегрируется с текстовой иронической надписью для лаконичной оценки ситуации, состояния или явления и визуализации реальности. Миф заложен в смысловую структуру мема, с помощью которого он, постоянно трансформируясь в процессе коммуникации, распространяется на большие аудитории. В эпоху постправды интернет-мемы не только выступают ретрансляторами мифов, но и активно создают новую социальную мифологию, позволяя пользователям Сети интерпретировать действительность в соответствии с их мировоззренческими установками, заложенными массовой культурой. В результате этого миф становится фейком, а интернет-мем – эффективным способом его распространения. Проанализированы мемы «Карл!» и «Неверный парень» как примеры модификации архаичных мифов и конструирования новой социальной мифологии, а также мемы «Иван Грозный убивает», «Петр I и Шрек», «Ленин – гриб» в качестве подтверждения тезиса о трансформации политических и исторических мифов в фейковую форму.*

### **Ключевые слова:**

*социальный миф, интернет-мем, цифровая эпоха, медиасреда, фейк, постправда, Петр I, Иван Грозный, Ленин – гриб*

**Artamonov Denis Sergeevich**

PhD in History,  
Associate Professor,  
Social Communications Department,  
Saratov State University  
<https://orcid.org/0000-0001-8689-1948>

**Frolova Svetlana Mikhailovna**

D.Phil., Professor,  
Philosophy of Culture  
and Cultural Studies Department,  
Saratov State University  
<https://orcid.org/0000-0002-2586-1291>

## **INTERNET MEME IN THE SYSTEM OF SOCIAL MYTHOLOGY OF THE DIGITAL AGE\*\***

### **Summary:**

*The paper discusses the place of Internet memes in the structure of the social mythology of the digital world. The authors understand the Internet meme as a communication phenomenon. They characterize it as an online miniformat genre. An Internet meme integrates an image with an ironic text caption for a concise assessment of a situation, state or phenomenon and visualization of reality. The myth is embedded in the semantic structure of the meme, which spreads it to large audiences. In the post-truth era, Internet memes are not only retransmitters of myths, but also actively create a new social mythology, allowing network users to interpret reality in accordance with their worldview, laid down by mass culture. As a result, the myth becomes a fake, and the Internet meme becomes an effective way of spreading it. Analyzed memes “Kar!” and “The Wrong Guy” as examples of modifying archaic myths and constructing a new social mythology, as well as memes “Ivan the Terrible kills”, “Peter I and Shrek”, “Lenin is a mushroom” as confirmation of the thesis about the transformation of political and historical myths into a fake form.*

### **Keywords:**

*social myth, Internet meme, digital age, media environment, fake, post-truth, Peter I, Ivan the terrible, Lenin-mushroom*

Социальная мифология представляет собой систему, включающую в себя стереотипы, социальные клише, сюжеты массовой культуры, объясняющие природу структур социальной реальности и стратегии действия в ней. Индивид использует социальную мифологию как объяснитель-

\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-09-42063 «Петр I в исторической памяти современной России: репрезентация образа в медиасреде».

\*\* The research was carried out with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research within the framework of the scientific project No. 20-09-42063 “Peter I in the historical memory of modern Russia: the representation of the image in the media environment”.

ную схему, в которой отражен коллективный опыт взаимодействия с социальным миром. Хотя социальная мифология является транспоколенческим феноменом и многие ее элементы обладают сравнительно длительным, по историческим меркам, жизненным циклом, она характеризуется специфической динамикой. С одной стороны, миф стремится к инвариантности с тем, чтобы быть переданным в пространстве и времени в неизменном виде, но с другой, в процессе коммуникации он может распасться на отдельные элементы, размывающие его основную структуру. Совершенствование и усложнение коммуникационных процессов увеличивают внутреннюю динамику мифа настолько, что он может существенно отличаться от первоначального состояния, и тогда только тщательный антропологический анализ может восстановить его исконное значение.

Связь развития мифологии и социальной коммуникации неоднократно отмечалась в традициях маклюэнизма. Детально она прорабатывалась С.В. Тихоновой, по мнению которой, каждая коммуникационная революция вызывает к жизни новые формы социальной мифологии [1]. Данный тезис имеет особую продуктивность в условиях цифровой революции и перехода к цифровому обществу. Целью статьи является социально-философский анализ новых мифоэлементов, чье возникновение обусловлено массовым распространением в пространстве повседневности цифровых технологий. На наш взгляд, новые способы трансляции мифов в медиасреде, одним из которых выступает интернет-мем, становятся важнейшей формой мифологизации действительности, что продемонстрировано на ряде примеров социальной и исторической мифологии. Мы опираемся на следующие подходы: а) коммуникационный, рассматривающий миф как особое сообщение, адаптирующее мифологический смысл (представление) к условиям функционирования дистантного канала коммуникации; б) социально-феноменологический, позволяющий проследить движение социальных смыслов в системе социального воспроизводства.

Распространение Интернета вызвало к жизни новую волну мифологизации, субкультурные пользовательские практики базировались на либеральной и либертарианской идеологии, в которых свобода самовыражения, свобода мысли и свобода слова играют ключевую роль. Итогом стала массовая творческая активность по созданию новых языковых и визуальных синтетических мифологических средств.

Одним из таких средств служит интернет-мем, представляющий собой интернет-жанр мини-формата, в котором изображение (картинка, фотография или видео) интегрируется с текстовой иронической надписью для лаконичной оценки ситуации, состояния или явления. Введение в научный оборот термина «мем» в качестве обозначения единицы передачи культурной информации Р. Докинзом привело к формированию особого научного направления – меметики, стремившейся описывать содержание сознания как совокупность мемов, а эволюцию культуры – как развитие и неконтролируемое самовоспроизводство мемов, имеющих вирусную природу. Однако в 2000-е гг. новая «наука» была признана несостоятельной и феномен мема стал рассматриваться в более узком значении в качестве медиамема или интернет-мема, выступающего неотъемлемой частью цифровой культуры [2, с. 160].

По формату и способам создания можно выделить следующие виды мемов: креализованный мем, сочетающий в себе визуальный и текстовый компоненты, мем-картинка, видеомем, текстовый мем, мем-анекдот, GIF-мем, демотиватор, фотожаба, мем-комикс. Коммуникационная природа позволяет мему любого формата становиться носителем и ретранслятором мифоэлементов, включающих в себя не только эмоциональные отклики на повестку дня, но и сложные мифоструктуры, объясняющие современному интернет-пользователю окружающую действительность. Существовая и распространяясь исключительно в виртуальной цифровой среде, мем служит соединительным элементом онлайн- и офлайн-миров, обеспечивающим циркуляцию смыслов между ними. Однако задачей мема вовсе не является передача объективной информации, наоборот, он выполняет функцию создания коммуникационного эффекта, благодаря которому происходит ускоренное ознакомление пользователей с фактами, событиями, текстами, идеями и обеспечивается их включенность в обсуждение [3, р. 1722–1724]. Данный эффект возможен во многом благодаря интерпретации ключевого сообщения, делающей его более эмоциональным и включающей в него элементы мифа.

Важной особенностью мема является линейная связь с повесткой дня: мем переосмысливает сюжеты и темы культуры на злобу дня, представляет собой быструю, почти мгновенную реакцию на нее [4, с. 137]. Отклик, который предлагает мем, экономит пользователю усилия по формулировке собственной позиции, поскольку дает готовую интерпретацию на идентичной эмоциональной платформе. Разделяющий эмоции присоединяется к суждению. Социальные мифы «упаковываются» в мемы, в сжатой форме способные транслировать любые эмоции на огромные аудитории.

Один из самых массовых экспрессивных интернет-мемов «Карл!» представляет собой мини-комикс из кадров сериала «Ходячие мертвецы», где герой драматически обращается к своему сыну, повторяя некую фразу и прибавляя к ней указанное имя. Пользователи применяют этот

мем, чтобы подчеркнуть или эмоционально приукрасить какое-либо событие, выражая удивление, негодование, отчаяние и т. п. Первый всплеск популярности в России мем «Карл!» получил в связи со скандалом в марте 2015 г., когда пользователи Сети узнали, что жителей г. Ставрополя на Масленицу кормили блинами с совковых лопат. Соответствующая адаптация мема стала одной из самых популярных шуток Рунета [5]. Помимо постоянно меняющейся актуализации этого мема, обусловленной повесткой дня или потребностями коммуникации индивидов, он имеет мифологическую подоплеку, восходящую к мифам о Хроносе или Эдипе [6, с. 288], вбирая в себя огромный пласт социального феномена отношений отцов и детей.

Интернет-мем «Неверный парень» основан исключительно на социальной мифе о непостоянстве мужчин в любовно-брачных отношениях с женщинами. Шаблон для мема послужила обычная стоковая фотография с сайта Shutterstock, где был запечатлен молодой человек, который идет по улице за руку с возлюбленной и оглядывается на другую красивую девушку в красном платье. Оригинальный мем возник в турецком интернет-сообществе как шутка про музыканта Фила Коллинза, намеревающегося изменить року с популярной музыкой. Он состоит из трех персонажей: условный «я», условная мечта или желание и условное препятствие на пути к этому желанию, а дальше действует фантазия. Смысловой характеристикой сюжета является отказ героя от чего-то реального и надоевшего в пользу мечты, оглядываясь на девушку, он показывает свои тайные желания и предпочтения [7]. Этим мемом пользователи визуализируют конфликт полезного с приятным, старого с новым.

Примечательно, что данный мем коррелирует с античной мифологией. На просторах Сети можно найти изображение, визуально и сюжетно повторяющее мем «Неверный парень»: статуя Зевса, расположенная так, будто бог, отвернувшись от скульптуры богини Геры, смотрит на изваяние красивой девушки, обозначенной в меме «буквально кто угодно». Наличие у Зевса нескольких жен и многочисленных возлюбленных сделало его в сознании интернет-пользователей схожим с участником известного мема. Следует отметить, что это не единственный случай ассоциирования персонажей мема с героями античных мифов. На сайте Reddit можно найти целую подборку визуализации мифологических сюжетов при помощи мемов: мем с котом в очках, бокалом и бутылкой вина представляет Диониса, мем со стриптизером – Амура, мем с молодым человеком на наддувном круге в луже с веслом – Посейдона и т. п. [8]. В этих изображениях пользователи субъективизируют представления об античной мифологии, актуализируют архаичные мифы, вводят их в повестку дня с тем, чтобы применять в процессе коммуникации, выражая свои взгляды.

Преобладание субъективных элементов в сетевом контенте получило название «пост-правда», ставшее обозначением современной эпохи социальных медиа. Возникновение термина связано с появлением фейков, ложных информационных сообщений, которые в медийном пространстве воспринимаются как достоверные.

Политологи рассматривают постправду как «специфическое состояние политических культур» [9, с. 15], где политические институты ориентированы на выработку рациональных мифологий и ритуалистик в общем контексте легитимации и поисков солидарности в условиях мультикультурности. В политологическом дискурсе постправда всегда позиционируется как результат особой политики манипулирования массами. Однако данный подход неоправданно узок. Во-первых, логика постправды затрагивает не только политику, поскольку абсолютно все сферы сетевой активности подчиняются примату субъектоцентричных мнений, одновременно оценивающих ситуацию и мотивирующих читателей на ее изменение. Во-вторых, если агенты политической манипуляции отвлекаются на свою внутреннюю повестку дня, пользователи сетей сами повсеместно (и столь же эффективно) производят фейки, манипулируя массами самостоятельно, подчас не преследуя никаких целей, кроме развлечения [10, с. 168].

Постправду определяют как автономный концепт медиадискурса, который обладает негативными коннотациями и подчеркивает влияние интерпретаций в сравнении с фактами. Для постправды характерно личностно-эмоциональное отношение к предмету сообщения, что определяет ее сущность. Совмещая глобальное с приватным, персонализируя макрособытия, низводя их до уровня обывателя, ключевые смыслы и символы постправды облегчают для реципиента формирование оценки новостей, часто превращая их в фейк [11]. В данном случае, миф становится важнейшим элементом структуры постправды, выступая в цифровой среде в формате интернет-мема.

Наибольший интерес в данном случае представляют мемы на историческую тематику, так как в них объемно продемонстрированы политические и исторические социальные мифы. В современной медиасреде происходит «фетишизация» прошлого, выражаемая в тяге к визуальному реализму, вниманию к истории повседневности и превращении исторической реальности в гиперреальность, что является также одним из способов симуляции и семиотизации бытия индивида.

Структуру симуляции исторической реальности показал Ж. Бодрийяр, который рассматривал историю как утраченный референт, т. е. миф. По его мнению, вместо исторической реальности возникают «фантазмы прошлого, коллекция из событий, идеологий, течений моды в стиле ретро» [12, с. 62]. Люди верят в них, поскольку в перманентно изменяющемся мире в истории они видят что-то постоянное. В то же время история стала «собранием мифов», самым ярким симулякром постмодернистского общества симулякров, «связанным с “историческим реальным” не больше, чем современная живопись связана с классическим изображением реального» [13, с. 65].

Одним из самых мифологизированных персонажей русской истории является Иван IV Грозный, представление о его жестокости трансформировалось в сознании интернет-пользователей в мем «Иван Грозный убивает», в котором царь с холста художника И.Е. Репина помещается в другие картины и самые разнообразные обстоятельства, не имеющие к исторической действительности никакого отношения. Этот мем напрямую связан с исторической политикой и фейками, так как он демонстрирует четкую привязку к картине И.Е. Репина «Иван Грозный и его сын Иван 16 ноября 1581 г.», вызывающей с конца XIX в. нарекания в фальсификации истории (якобы Иван IV не убивал сына). С 2013 г. эти обвинения стали вновь актуальны, возникли требования убрать картину из Третьяковской галереи, предпринимались покушения на нее, даже президент В.В. Путин высказался в пользу ее недостоверности, с чем и было связано распространение данного мема и фотожаб [14]. Спорный вопрос истории, который благодаря политическим и общественным деятелям неожиданно приобрел остроту в современной повестке дня, в пространстве социальных сетей при помощи мемов трансформировался в чистую фейковую форму, визуализировав исторический миф о крайней жестокости русского царя.

Другим ярким примером трансформации исторического мифа в фейк может служить интернет-мем о Петре I и Шреке, персонаже мультфильма, который сравнивался с основателем Санкт-Петербурга. В массовом сознании история правления царя Петра Великого, его жизнь и деятельность укладываются в набор мифов, куда входят бритые бороды, «открытие окна» в Европу, строительство флота, а также Северной столицы на болотах. В полном соответствии именно с последним мифом в социальных сетях появился мем с портретным изображением Петра I и надписью: «Осел! Нет никаких “мы”, нет никакого “наше”. Есть только я и мое болото! – Шрек», который провел оригинальную параллель между российским императором и главным героем популярного мультфильма [15]. В итоге возникла волна мемов, обусловившая отождествление Петра I и Шрека, когда пользователи стали высказывать предположение, что это одно и то же лицо.

Кроме того, самым красноречивым можно назвать мем «Ой, извини, две одинаковые фотки скинул» с изображением царя и болотного орка. В нем наблюдаются не только визуализация мифа о Петре Великом через его актуализацию при помощи образов массовой культуры, но и соединение исторического мифа с классическим, который продемонстрирован в мультипликационном фильме. Нужно отметить, что мультфильм «Шрек» представляет собой сказку-перевертыш, где положительные и отрицательные герои поменялись местами, в ней отражены многие современные социальные мифы. Соединение различных мифологических образов порождает новый миф, формирующий через интернет-мемы альтернативную реальность.

Аналогичным образом совмещение социальных мифов привело к появлению интернет-мема «Ленин – гриб». Он сформировался в 2010-х гг. благодаря републикации в сети Интернет телевизионного сюжета 1991 г. из передачи «Пятое колесо», в котором ведущие пытались обосновать справедливость утверждения, что при помощи телевидения можно внушить обществу все что угодно. Ведущие подали как истину некий миф, согласно которому В.И. Ленин в больших количествах употреблял галлюциногенные грибы и сам в результате превратился в гриб [16]. Мем «Ленин – гриб» вспоминают, когда возникают новости, построенные на фейках или домыслах, в нем воплотились миф о В.И. Ленине как героической личности, обладающей сверхъестественными способностями, которые позволили изменить ему ход истории, и современный социальный миф о могуществе СМИ.

Приведенные примеры показывают, что социальная мифология цифровой эпохи, представленная в различных форматах медиасреды, наиболее репрезентативно выражена в интернет-мемах. На наш взгляд, их более глубокое изучение позволит полнее продемонстрировать систему современного мифотворчества и структуру социального мифа. Мем является продуктом коллективного творчества масс, на каждом этапе коммуникационного процесса он подвержен огромному количеству вариаций, которые придают ему актуальное значение. Массовое вирусное распространение мемов делает их удобным инструментом трансляции ключевых сообщений и смыслов на большие аудитории. Миф встроен в содержательную структуру мема, он подразумевает постоянное воспроизводство самого себя в контенте, создаваемом интернет-пользователями. С помощью формата мема мифы интерпретируют действительность, «переводя» ее на понятный обывателю язык. Применяя их, пользователи визуализируют реальность, делая миф

осязаемым. Интернет-мемы посредством мифа приспособливают восприятие индивидом реального мира к характерному для массового общества способу мышления [17, с. 118]. Таким образом, они становятся новой формой мифологизации действительности, задающей необходимые параметры для ее осмысления и интерпретации.

#### Ссылки:

1. Тихонова С.В. Коммуникационные структуры социальной мифологии. Саратов, 2008. 244 с.
2. Шомова С.А. Выборы президента РФ – 2018 в зеркале мемов: новые реалии политической коммуникативистики // Полис. Политические исследования. 2019. № 3. С. 157–173. <https://doi.org/10.17976/jpps/2019.03.10>.
3. Johann M., Bülov L. One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes // International Journal of Communication. 2019. Vol. 13. P. 1720–1742.
4. Голованова Е.И., Часовский Н.В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета. 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 135–141.
5. «Карл!» – изучаем самый эмоциональный мем Рунета [Электронный ресурс] // Fishki.net. 2015. 15 окт. URL: <https://fishki.net/1694788-karl-izuchaem-samyj-jemotionalnyj-mem-runeta.html> (дата обращения: 09.11.2020).
6. Басманова Е.С. Отец и сын в античной патриархальной культуре (на примере мифа об Эдипе) // Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 286–292.
7. Неверный парень [Электронный ресурс] // Memepedia. 2017. 24 авг. URL: <https://memepedia.ru/nevernyj-paren-disloyal-map> (дата обращения: 09.11.2020).
8. Учим мифы с помощью мемов. На Reddit переписывают античную мифологию [Электронный ресурс] // Там же. 2019. 13 дек. URL: <https://memepedia.ru/memy-pro-grecheskyyh-bogov> (дата обращения: 09.11.2020).
9. «Политика постправды» и популизм / под ред. О.В. Поповой. СПб., 2018. 216 с.
10. Малюкова О.В. Фейк как явление современной риторики // Философский текст в современной текстовой культуре : материалы всероссийской конференции / под ред. О.В. Зарапина. Симферополь, 2018. С. 167–169.
11. Корецкая О.В. Концепт post-truth как лингвистическое явление современного англоязычного медиадискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 7 (73), ч. 3. С. 136–138.
12. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М., 2015. 240 с.
13. Там же. С. 65.
14. Иван Грозный убивает... всех [Электронный ресурс] // Эхо Москвы : сайт радиостанции. 2013. 3 окт. URL: <https://echo.msk.ru/blog/echomsk/1169666-echo> (дата обращения: 09.11.2020).
15. Шрек и Петр Первый [Электронный ресурс] // Memepedia. 2017. 13 мая. URL: <https://memepedia.ru/shrek-i-pyotr-pervyj> (дата обращения: 09.11.2020).
16. Ленин – гриб [Электронный ресурс] // Там же. 27 мая. URL: <https://memepedia.ru/lenin-grib> (дата обращения: 09.11.2020).
17. Малахова Е.В. Молодежная субкультура и социальная мифология // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2014. Т. 5, № 4 (22). С. 116–121.

Редактор: Тюлюкова Мария Олеговна  
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна