

Научная статья

УДК 32.019.5

<https://doi.org/10.24158/pep.2021.8.2>.

Основные теоретические подходы к исследованию интернет-мема как технологии современной политической коммуникации

Виктор Викторович Скоробогатов¹, Екатерина Сергеевна Сухарева²

^{1,2}Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия,

189530830300@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0667-4714>

²katya.suxareva.99@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9967-8038>

Аннотация. Основной формат общения и коммуникации постепенно переходит в онлайн, человечество функционирует в сети Интернет, выстраивая между собой общение, решая общественно значимые задачи, осуществляя поиск необходимой информации и т. д. Интернет выступает в качестве инструмента политической коммуникации, где наряду с государственными способами осуществления политического интернет-общения, массовой востребованностью обладают и политические Интернет-мемы. Политический Интернет-мем относится к числу малоисследованных феноменов, который находится на стыке цифровой культуры и политической коммуникации. Зачастую, те смыслы и образы, которые воспринимаются обществом из Интернет-мема, создаются и формируются целенаправленно. С помощью них коммуникатор манипулирует общественным мнением и внедряет в общественное сознание определенные идеи и положения. Приобретает актуальность анализ основных возможных теоретических подходов исследования феномена Интернет-мема в политической жизни и его функционального потенциала влияния на формирование общественного мнения в современном обществе.

Ключевые слова: общественное мнение, интернет, интернет-мем, интернет-коммуникации, политический процесс, категории интернет-мемов

Для цитирования: Скоробогатов В.В., Сухарева Е.С. Основные теоретические подходы к исследованию интернет-мема как технологии современной политической коммуникации // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 8. С. 17–22. <https://doi.org/10.24158/pep.2021.8.2>.

Original article

The main theoretical approaches to the study of Internet meme as a tool of modern political communication

Viktor V. Skorobogatov¹, Ekaterina S. Suchareva²

^{1,2}Kuban State University, Krasnodar, Russia

189530830300@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-0667-4714>

²katya.suxareva.99@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9967-8038>

Abstract. The main format of communication is gradually moving to online, people do everything on the Internet: they build communication among themselves, solve socially significant tasks, search for necessary information, etc. Today, the Internet acts as a tool of political communication, where the creation of such spontaneous forms of communication as political Internet memes also have mass demand. The political Internet meme is one of the little-studied phenomena that is located at the intersection of digital culture and political communication. The meme can be considered as a creative product of the masses, as well as a tool of political PR technologies. Often, those meanings and images that are perceived by society are created intentionally. They help the communicator to manipulate public opinion and introduce certain ideas. An analysis of the main possible theoretical approaches to studying the phenomenon of the Internet meme in political life and its functional potential to influence the formation of public opinion in modern society is gaining relevance.

Keywords: public opinion, Internet, internet meme, internet communications, political process, categories of internet memes

For citation: Skorobogatov V.V., Suchareva E.S. The main theoretical approaches to the study of Internet meme as a tool of modern political communication // Society: Politics, Economics, Law. 2021. No. 8. P. 17–22. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/pep.2021.8.2>.

Вопрос о закономерностях, способах и механизмах распространения информации и ее роли в политических процессах уже многие десятилетия стоит в научной повестке дня по изучению проблем обеспечения стабильного развития общества.

Развитие технических средств передачи данных привело к возникновению новых технологий связи, появление которых определило возможности оптимизации процесса массовой политической коммуникации.

На сегодняшний день каждый человек может как распространять информацию, так и выступать ее получателем. Развитие интернета привело к тому, что сегодня он выступает глобальной инфраструктурой, способной проникать в самые различные сферы. По данным агентств We are Social и Hootsuite, в 2020 г. количество интернет-пользователей в мире составляет около 4,54 млрд человек [1]. Это свидетельствует о переходе основного формата общения и коммуникации в онлайн-пространство.

В начале XXI в. произошло не только усиление коммуникативных факторов в политическом пространстве, но и сами медийные технологии обрели принципиально новую значимость. На сегодняшний день медиатехнологии представляют собой одну из самых важных и влиятельных площадок для политических акторов. Учитывая стремительные темпы роста современных виртуальных технологий, политическая наука не успевает осмыслить сверхдинамичные изменения в сфере новых медиа, а также те изменения, которые они предоставляют коммуникативной практике [2].

Одной из таких медийных современных политических технологий стал феномен политического мема. Именно данный коммуникативный формат, отвечая заданным характеристикам, способен в силу своего вирусного характера мгновенно передать нужную информацию, а также заразить аудиторию нужной эмоцией.

Впервые понятие «мем» было введено в научный оборот английским ученым Р. Докинзом в 1976 г. В своем произведении «Эгоистичный ген» он описал биологическую теорию мемов, согласно которой, мем представляет собой устоявшуюся часть человеческой культуры, передающуюся от одного человека к другому с помощью лингвистической информации [3]. Исследователь утверждает, что мем может выступать в качестве какой-либо интересной идеи, которая подхватывается коммуникаторами, распространяется среди них и передается другим. Докинз в своей теоретической концепции приходит к парадоксальному выводу, что все законы, характерные для генов, присущи и мемам. Например, мемы обладают свойствами размножения, подобно вирусу в организме, они способны поселяться в разуме человека, то есть он в итоге становится носителем и передатчиком данного мема.

К основным качествам мемов исследователь относит такие, как долговечность, плодовитость и точность копирования. При этом он считает, что данные качества не в равной степени значимы и важны, например, долговечность не является столь важной как плодовитость. Докинз подтверждает данную идею тем, что мем остается актуальным только в процессе его передачи от одного коммуникатора к другому и может иметь лишь кратковременный эффект. Среди перечисленных качеств самым сложно реализуемым является точность копирования, так как в процессе репликации мем не реализуется с высокой точностью, то есть нельзя говорить о том, что передача мема от коммуникатора к коммуникатору идет по одному сценарию. При каждом случае происходит изменение представления о передаваемой информации, политическом явлении, процессе, но главное, чтобы это представление было узнаваемым.

Теория Ричарда Докинза послужила началом изучения такого явления как мем, и уже впоследствии зарубежная наука пережила всплеск высокого интереса к меметике как особой науке. Уже в 90-е гг. XX в. появляются работы С. Блэкмур [4], Р. Броуди [5], Д. Хофштадтер [6] и других, которые посвящены анализу сущности мемов, их вирусной природе, способности к самовоспроизводству, а также их влиянию на развитие общества, процессы в медиасфере и политической системе.

В этот же период времени появляется исследование американского медиаведа, специалиста по киберкультуре Дугласа Рашкоффа. В работе «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» автор выделил мем как определенный скрытый идеологический код, который способен воздействовать на человека [7]. Рашкофф дает понятие «инфосфера», которая представляет собой пространство, наполненное различного рода информацией, идеями, образами и мемами. Дополняя существующее понятие «мем», исследователь вводит термин «медиавирус» – медиасобытие, способное вызвать определенные социальные перемены. Исследователь сравнивает медиамем с троянским конем, где сам конь является формой подачи материала (яркая и емкая фраза, картинка, анимация), а находящиеся внутри воины – это тот информационный комплекс, который пользователь получает под видом развлекательного контента. При определенных условиях широко распространенный медиавирус «вполне может низвергнуть такие устоявшиеся идеологические системы, как организованная религия, и такие глубоко укоренившиеся институты, как, скажем, республиканская партия или даже вся двухпартийная система в целом», отмечает исследователь [8].

После ряда исследований 1990-х гг. начинают появляться работы, посвященные интернет-мему как части цифровой культуры (Л. Шифман) [9], определенной разновидности метафорического высказывания (А. Пиата) [10], а также как форме политического участия граждан в современном политическом пространстве (Р.М. Милнер) [11] или технологий социального протеста (В. Плеврити) [12].

Первое определение интернет-мема принадлежит П. Дэвисону, который определил его как часть культуры, выступающей в ироничной, шутливой форме с широким распространением в онлайн-среде [13]. В российской политической науке изучением сущности интернет-мемов, их функциональной значимости, потенциала интеграции и включения в различные политические практики занимаются многие известные политические исследователи. Среди них необходимо выделить доктора политических наук, профессора департамента медиа НИУ ВШЭ С.А. Шомову. В своих работах она акцентирует внимание именно на применении интернет-мемов в политической сфере. Она дает такое определение данного явления: «Политический интернет-мем представляет собой специфический жанр в интернет-коммуникации. Примерами выступают отдельные сообщения в онлайн-среде, которые являются реакцией на произошедшее политическое событие, обладающее различной семантической природой (визуальной, аудиальной, вербальной), характеризующееся броскостью содержания, спонтанному распространению в сети Интернет» [14, с. 39]. Основываясь на данном определении, мы приходим к выводу, что исследовательница характеризует феномен политического интернет-мема как продукт репликации, т. е. это отсылка к биологической теории понимания мемов Ричарда Докинза.

С.А. Шомова приходит к выводу о функциональной значимости интернет-мема, который представляет собой весьма эффективный инструмент в сфере политических технологий. По ее мнению, грамотный политический технолог, понимая специфику данного явления в медиа-пространстве, может оказывать колоссальное воздействие на массовую аудиторию. В данном случае, обращаясь к активности пользователей в сети интернет с помощью подобного инструмента, новые медиа конструируют и специфические методы использования человеческого ресурса, и технологии работы с коллективным бессознательным [15].

Исследовательница подчеркивает, что на сегодняшний день в зарубежной политической науке активно занимаются рассмотрением роли и значения меметики в электоральных процессах, а в отечественной политической мысли потенциал интернет-мема недостаточно изучен. В то же время российские политические технологи, маркетологи, специалисты по связям с общественностью детальнее рассматривают функционал политических интернет-мемов. Подтверждением данному факту может служить заявление ЦИК о готовности активно использовать данную технологию для привлечения избирателей на президентские выборах 2018 г. [16]. Также в преддверии выборов Президента РФ в 2018 г. был проведен конкурс на создание концепции информационно-разъяснительной кампании президентских выборов. Центризбирком определил победителем данного конкурса компанию «ИМА консалтинг», которая заявила, что один из методов, которые они будут использовать в своей работе в онлайн-среде – это интернет-мемы, описанные ими как «легко распространяемые смысловые единицы» [17].

Основываясь на классификации мемов И. Кузнецова, который выделял две категории мемов по целевым функциям –агрессоры и протекторы, С.А. Шомова вводит и третью категорию, называя ее аттракторы.

К группе агрессоров относятся мемы, которые выполняют задачу по подрыву авторитета определенного политического деятеля, политической партии, движения и иного политического актора.

Мемы-протекторы нацелены на поддержание статус-кво, защиту идеологии, имиджа политического деятеля, партии, государства и т. д. [18].

Основная цель аттракторов заключается в том, чтобы обратить внимание аудитории на определенное политическое событие, политического деятеля, процесс для того, чтобы создать яркий информационный контекст. Примером мема-аттрактора может служить всеми известный лягушонок Пепе в предвыборной кампании Д. Трампа, основная задача которого состояла в привлечении внимания определенных электоральных сегментов [19].

Исследованию интернет-мемов посвящены работы еще одного российского автора Ирины Ксенофонтовой. В своей статье она дает следующую трактовку интернет-мема: «это явление спонтанного распространения некой информации (заметим, что не всякая информация может стать мемом) в сети интернет всеми возможными способами» [20]. Таким образом, мем представляется как некий информационный продукт, которым обмениваются пользователи сети. Важно отметить, что особенностью репликации или распространения интернет-мема автор назы-

вае его способность к изменению, в процессе которого мем может утратить свой первоначальный смысл. Однако обязательным условием остается заинтересованность, потребность и неравнодушность людей (пользователей) в данном меме, в противном случае, он исчезает.

В своей работе исследовательница также выделяет несколько путей зарождения мема. Первый и наиболее часто встречаемый путь – банальная ошибка. Фразы, которые были произнесены или написаны с ошибками, мгновенно превращаются в мемы и быстро распространяются людьми из-за своей смешной природы. Второй путь, когда мем появляется в результате правильно сказанной фразы, однако по разным причинам данная фраза становится популярной, и люди, буквально заражаясь данной информацией, начинают ее распространять.

И.В. Ксенофонта в своем исследовании приходит к выводу о том, что интернет-мемы необходимы пользователям для определенного «выживания» в культурном пространстве. Это объясняется тем, что, публикуя интернет-мем, пользователь сигнализирует о своей принадлежности к определенной виртуальной группе в киберпространстве [21].

Разделяет данную позицию касательно трактовки интернет-мема еще одна отечественная исследовательница Татьяна Савицкая. «Мем – феномен спонтанной репликации» [22], пишет автор в своей статье «Интернет-мем как феномен массовой культуры». По ее мнению, мем уже давно стал социально-культурным явлением, оказывающим мощное влияние на формирование общественного мнения людей.

Российская исследовательница, кандидат филологических наук С.В. Канашина занималась вопросом функциональной значимости политических интернет-мемов в электоральных процессах. Автор подчеркивает, что в современной политической практике феномен интернет-мема играет важную роль в определении политического контекста, при этом выступая мощным инструментом политического влияния. В электоральных процессах политический интернет-мем выполняет следующие функции:

1. Функция выражения политического мнения. Интернет-мемы выступают определенной платформой, где пользователи могут выражать свое мнение о политических деятелях, процессах, событиях. Это обусловлено такими жанровыми характеристиками и особенностями данного феномена, как анонимность, отсутствие цензурирования, свободный выбор языковых конструкций и выражений. Стоит отметить, что одна из возможных причин выбора подобных форм выражения гражданами своей политической позиции и мнения кроется в тех социальных и культурных общественных изменениях, которые сегодня происходят. В связи с тем, что наблюдается тенденция снижения электоральной активности населения, а также, имея в виду тот факт, что люди выступают в основном пассивными реципиентами политической информации, в данном случае, человек в форме интернет-мема заявляет о своей позиции (часто в неполиткорректной и радикальной форме), при этом сохраняя анонимность.

2. Функция выражения политического протеста в избирательном процессе. Данная функция связана с тем, что политический интернет-мем сегодня может выступать формой или инструментом выражения протеста, критики, негодования, возмущения по поводу избирательных кампаний, кандидатов, а также результатов выборов. Стоит отметить, что открытый политический протест граждан в форме митингов, различных демонстраций, пикетов требует знания и соблюдения определенных законодательных норм, мобилизации различных слоев населения, активной агитаторской работы, а также предполагает высокую степень политической сознательности. Примеры таких политических интернет-мемов, выражающие протестные настроения электоральных групп, появились в сети после выборов в Госдуму 2011 г. В это время появилось много мемов о «нелигитимной» Думе, а также о различных фальсификациях и нарушениях во время выборов [23].

3. Функция высмеивания. По своей сущности политический интернет-мем может быть отнесен к жанру политической сатиры, а также по некоторым жанровым характеристикам (сатиричность, злободневность) он похож на политическую карикатуру.

Интернет-мем сегодня представляет сетевой фольклор, результат творчества интернет-пользователей, основанный на юморе. В избирательном процессе достаточно часто появляются мемы, которые высмеивают фразы кандидатов, зачастую вырванные из контекста, внешний вид политических деятелей, события и обстановку, в которой они оказались. Отдельно стоит отметить те интернет-мемы, которые высмеивают слабые места в программе кандидата, недоработку ключевых мероприятий в рамках предвыборной кампании. Одним из примеров таких высмеивающих политических интернет-мемов выступает скандал, связанный с утечкой электронных писем во время президентской гонки в США в 2016 г., сообщения о заболевании Хилари Клинтон пневмонией, ее отдельные фразы, действия и т. д.

Стоит отметить, что при анализе теоретических основ исследования мемов в научном политологическом дискурсе можно выделить три этапа:

1) социобиологический этап (1970-е – 1990-е гг.), который непосредственно связан с именем Р. Докинза и его биологической теорией понимания феномена мема; данный период характеризуется не только возникновением теории меметики, но и попытками исследователей из различных научных областей заимствовать методологический аппарат из биологии для изучения феномена мема в других сферах, например, в культуре;

2) социогуманитарный этап (1990-е гг.), связанный с попытками трактовать феномен мема в рамках таких научных областей как политология, психология, лингвистика, философия и т. д.;

3) изучение феномена интернет-мема (начало XXI в. – по наст. время). Данный этап связан с появлением новой культуры, культуры сети интернет.

В политологическом научном дискурсе феномен политического интернет-мема находится на стыке изучения цифровой культуры и политической коммуникации, а также относится к числу малоисследованных современных феноменов. В настоящее время в политической науке рассматривают политический интернет-мем как эффективный инструмент в сфере политических технологий, выполняющий функции высказывания политического мнения в онлайн-пространстве, выражения политического протеста в избирательном процессе, а также высмеивания (политическая сатира).

Выступая одной из составных частей интернет-коммуникации, интернет-мем представляется собой короткий, яркий, актуальный отрывок информации. В большинстве своем интернет-мем рождается спонтанно, быстро набирает популярность, копируется и иногда видоизменяется в различных ситуациях и контекстах.

Областью распространения интернет-мемов чаще всего выступают социальные сети, блоги, форумы и т. д. Что касается первоисточников их появления, то мем может быть рожден в результате высказывания известной личности, лидера общественного мнения, сюжетов кинофильмов и т. д.

Тем не менее, важно отметить, что границы понимания в политической науке относительно того, что же все-таки можно отнести к интернет-мемам, размываются, поскольку с интернет-мемами в общем смысле могут ассоциироваться любые юмористические медиаобъекты, размещенные в сети интернет. В этой связи исследователи выделяют различные типологии интернет-мемов. Однако, на наш взгляд, данная типологизация не всегда может быть весьма точной в использовании, поскольку при анализе некоторых интернет-мемов трудно оценить их источник происхождения. Кроме того, исходя из способности мемов к репликации, в некоторых случаях даже созданный целенаправленно мем в процессе распространения подвергается изменениям и обретает новые смыслы.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день нет четкого разграничения относительно того, к какому типу можно отнести тот или иной политический интернет-мем. Сложность классификации обусловлена прежде всего, многообразием существующих политических интернет-мемов, их постоянным изменением и регулярным появлением новых. В связи с этим политический интернет-мем сегодня в первую очередь представляет исследовательский интерес как некий индикатор влияния на настроения и эмоции интернет-пользователей, а также выступает одной из политических технологий воздействия на мнения масс интернет-аудитории.

Список источников:

1. Digital 2020: global digital overview [Электронный ресурс] // DataReportal. Global Digital Insights. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> (дата обращения 11.08.2021).
2. Шомова С.А. Выборы президента РФ – 2018 в зеркале мемов: новые реалии политической коммуникативистики // Полис. Политические исследования. 2019. № 3. С. 157–173. 10.17976/jpps/2019.03.10.
3. Докинз Р. Эгоистичный ген. М., 2017. 512 с.
4. Blackmore S. The Meme Machine. Oxford, 2019. 264 p.
5. Brodie R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme. WA, 1996. 260 p.
6. Hofstadter D. R. Metamagical Themas. Questing for the Essence of Mind and Pattern New York, 1996. 853 p.
7. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Екатеринбург, 2003. 368 с.
8. Столяров А.А. Политические мемы эпохи «Facebook-революции» как способ конструирования медиареальности // Медиаскоп. 2014. № 3. С. 123–134.
9. Shifman L. Memes in Digital Culture. Massachusetts, 2014. 200 p.
10. Piata A. When Metaphor Becomes a Joke: Metaphor Journeys from Political Ads to Internet Memes // Journal of Pragmatics. 2016. № 106. P. 39–56. 10.1016/j.pragma.2016.10.003.
11. Milner R. M. Pop Polyvocality: Internet Memes, Public participation, and the Occupy Wall Street Movement // International Journal of Communication. 2013. Vol. 7. P. 2357–2390.
12. Plevrity V. Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement // Centre for Policy Studies. 2014.
13. Davison P. The Language of Internet Memes // The Social Media Reader. Ed. by M. Mandiberg. N.Y., L., 2009. P. 120–134.
14. Шомова С.А. Политический Интернет-мем: сущность, специфика, разновидности // Бизнес. Общество. Власть. 2015. № 22. С. 28–41.

15. Шомова С.А. Спонтанность как иллюзия: Интернет-мем в структуре политической коммуникации // Медиа. Информация. Коммуникация. 2015. № 15. С. 39–52.
16. ЦИК намерена использовать мемы и селфи для привлечения избирателей на выборы [Электронный ресурс] // АфишаDaily. URL: <https://daily.afisha.ru/news/10765-cik-namerena-ispolzovat-memy-i-selfi-dlya-privlecheniya-izbirateley-na-vybory/> (дата обращения 11.08.2021).
17. Шомова С. А. Выборы президента РФ – 2018 ...
18. Кузнецов И.С. Политический мем. 2019. 250 с.
19. Шомова С.А. Мемы как они есть М., 2018. 136 с.
20. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: мематиками, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор. Сборник статей. М., 2009. С. 285–291.
21. Там же.
22. Савицкая Т.И. Интернет-мем как феномен массовой культуры // Культура в современном мире. 2013. № 3.
23. Канашина С.В. Роль интернет-мемов в процессе политических выборов // Политическая лингвистика. 2018. № 1. С. 67–73. 10.26170/pl18-01-07.

Информация об авторах

В.В. Скоробогатов – кандидат политических наук, доцент кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета, Краснодар, Россия.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=772804.

Е.С. Сухарева – студентка 4 курса кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета, Краснодар, Россия.

Information about the authors

V.V. Skorobogatov – PhD in Political Science, Associate Professor, Politology and Political Management Department, Kuban State University, Krasnodar, Russia.

https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=772804.

E.S. Suchareva – Fourth Year Student, Politology and Political Management Department, Kuban State University, Krasnodar, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 06.07.2021;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 15.07.2021;
Принята к публикации / Accepted for publication 13.08.2021.