

АННОТАЦИЯ

Коммуникативная функция мейнстримных интернет-мемов в комментариях социальной сети «ВКонтакте»: аннотация к дипломной работе / Клепикова Дарья Алексеевна; Факультет философии и социальных наук, Кафедра психологии; науч. рук. А. С. Солодухо.

Объект исследования – коммуникативная функция мейнстримных интернет-мемов

Предмет исследования – коммуникативная функция мейнстримных интернет-мемов в комментариях социальной сети «ВКонтакте»

Цель исследования – выявить особенности коммуникативной функции мейнстримных интернет-мемов в комментариях социальной сети «ВКонтакте»

Основные результаты. Коммуникативная функция интернет-мемов имеет следующие особенности: носит юмористический характер сообщения, является средством выражения эмоций, оценивает содержание сообщения, выражает реакцию на сообщение посредством ответа. В большинстве своем, для комментариев превалирует комедийная составляющая коммуникации. Использование мемов в качестве ответа или оценки в большей степени проявляется в личных сообщениях, нежели комментариях. Связанно это с тем, что пользователи взаимодействуют не только между собой, но и «с постом». Так как среди всего медиаконтента превалировали именно изображения, такие сообщения воспринимаются быстрее всего, а также привлекают к себе внимание. Среди всех форм мемов, креолизованный мем со статическим изображением в наибольшей мере информативен и нагляден, чем и объясняется его частое использование.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ, КОММЕНТАРИИ, КОММУНИКАЦИЯ, КРЕОЛИЗОВАННЫЙ ТЕКСТ, МЕЙНСТРИМНЫЙ, МЕМ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

The communicative function of mainstream Internet memes in the comments of the «VKontakte» social network: resume / Klepikova Darya; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Psychology; scientific adviser A.S. Soloduh

Object of research: communicative function of mainstream Internet memes

Subject of research: communicative function of mainstream Internet memes in the comments of the social network «VKontakte»

Purpose of research: to reveal the features of the communicative function of mainstream Internet memes in the comments of the «VKontakte» social network

The results. The communicative function of Internet memes has the following features: it is humorous, it is a means of expressing emotions, evaluates the content of the message, expresses the reaction to the message through the response. For the most part, the comedic component of communication prevails for commentary. The use of memes as an answer or rating is more apparent in private messages than in comments. This is due to the fact that users interact not only among themselves, but also «with the post». Since it was precisely the images that prevailed among the entire media content, such messages are perceived most quickly and also attract

attention. Among all forms of memes, a creolized meme with a static image is most informative and visual, which explains its frequent use.

Keywords: INTERNET, COMMENTS, COMMUNICATION, CREOLIZED TEXT, MAINSTREAM, MEM, SOCIAL NETWORKS

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексеев, Ю. Г. Вербальные и иконические компоненты креолизованного текста в интракультурной и интеркультурной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ю. Г. Алексеев. – Ульяновск, 2002. – 171 с.
2. Аршинская, Н. А. Проблема восприятия и интерпретации интернет-мемов / Н. А. Аршинская // Современные тенденции развития науки и технологий, 2015. – №. 4. – С. 10-16.
3. Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. — 323 с.
4. Бориснев, С. В. Социология коммуникации / С. В. Бориснев. – М.: Юнити-Дана, 2003. – №270. – 3 с.
5. Броуди, Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броуди. – М.: Поколение, 2007. – 304 с.
6. Будовская, Ю. В. Конформизм, как условие для удовлетворения эгоистических мотивов пользователей в интерактивных масс-медиа / Ю. В. Будовская // Вестник ЮРГТУ (НПИ). – Москва, 2012. – №3. – С. 228-239.
7. Вежновец, Е. А. Комментарии в социальных сетях: производство и воспроизводство интернет-дискурса / Е. А. Вежновец // Современный дискурс-анализ. – БелГУ. – 2016. – №2 (15). – С. 35-58.
8. Винник, Д. В. Социальные сети как феномен организации общества: сущность и подходы к использованию и мониторингу / Д. В. Винник // Философия науки. – 2012. – №4. – С. 110-126.
9. Виноградова, Т. Ю. Специфика общения в Интернете / Т. Ю. Виноградова // Русская и сопоставительная филология: Лингвокультурологический аспект. – 2004. – №11. – С. 63.
10. Воронин, В. Н., Ионцева, М. В. Социальные сети как инструмент реализации социально-психологических механизмов организационной культуры / В. Н. Воронин, М. В. Ионцева // Вестник университета. – 2017. – № 6. – С. 141-146.
11. Выков, Ю. Г. Область интернет-исследований в социальных науках / Ю. Г. Б. Выков, Г. Рыков, О. С. Нагорный // Социальное обозрение. – Санкт-Петербург: НИУ ВШЭ, 2017. – Т. 16. – №3. – С. 366-393.
12. Губанов, Д. А. Социальные сети: модели информационного влияния, управления, противоборства / Д. А. Гурбанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили. – Москва: Издательство физико-математической литературы, 2010. – 228 с.

13. Гуторенко, Л. С. Прецедентность в креолизованных текстах комического характера в современной интернет-коммуникации / Л. С. Гуторенко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – №. 3-3 (69). – С. 82-85.

14. Дабежа, В. В. Изучение феномена вирусной информации: к истории вопроса / В. В. Дабежа. – Профессиональная культура журналиста цифровой эпохи: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. – 19 мая. – 110-113 с.

15. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М., 1993. – 318 с.

16. Дюркгейм, Э., Гофман, А. Б. Социология: ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм, А. Б. Гофман. – М.: Канон, 1995. – Т. 4. – 440 с.

17. Зиновьева, Н. А. Создание мема как социокоммуникативная технология в медиапространстве / Н. А. Зиновьева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. Серия 12. – 2014. – №. 4. – С. 117-183.

18. Зиновьева, Н. А. Функции интернет-мемов в обществе. Социологический взгляд : Материалы XIII Всероссийской объединенной конференции / Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб, 2015. – 54-56 с.

19. Иванова, Т. С. Интернет – как особая коммуникативная среда / Т. С. Иванова // Современные исследования социальных проблем. – 2011. – Т. 5. – №. 1. – С. 175-177.

20. Канашина, С. В. Интернет-мем и прецедентный феномен / С. В. Канашина // Вестник Томского государственного педагогического университета. – Томск, 2018. – № 4.– С. 139.

21. Канашина, С. В. Мем как единица передачи культурной информации языковыми и неязыковыми средствами / С.В. Канашина // Вестник Московского государственного лингвистического университета : науч. журн. – Москва, 2013. – № 680. – С. 243-249.

22. Канашина, С. В. Что такое интернет-мем? / С. В. Канашина // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – Белгород, 2017. – Т. 36. – №. 28. – С. 277.

23. Квят, А. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход / А. Квят, – М.: Медиаскоп, 2013. – № 1.

24. Князевич, А. А. Пространство новых медиа как источник данных / А. А. Князевич // Электронный сборник трудов молодых специалистов Полоцкого государственного университета. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – №16 (86). – С. 299-300.

25. Крыгина, Н. В. Влияние через социальные сети / Н. В. Крыгина, под ред. Е.Г. Алексеевой. – Москва: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010. – 200 с.
26. Лозовский, А. В. Ролевое поведение участников интернет-коммуникации с точки зрения гиперперсональной модели коммуникации / А. В. Лозовский // Площадка диалогов: сб. ст. науч. психол. кружка / БГУ [редкол.: А. С. Солодухо, Г.А. Фофанова (отв.ред.)]. – Минск : БГУ, 2019. – С. 26-37.
27. Лысенко, Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи / Е. Н. Лысенко // Вестник Санкт-Петербургского университета. – Т. 10. – Вып.4. – С. 410-424.
28. Питько, О. А. Психологические аспекты интернет-коммуникации / О. А. Питько // Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2015. – №1(7). – С. 57-59.
29. Садыгова, Т. С. Социально-психологические функции социальных сетей / Т. С. Садыгова // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. – Баку, 2012. – №3(10). – С. 192-194.
30. Смагина, М. В. Типизация социального взаимодействия в парадигме социального конструктивизма : автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / М. В. Смагина. – Уральский гос. унт им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2007. – 25 с.
31. Солодухо, А. С., Лозовский, А. В. Провокативность в интернет-коммуникации: проблема определения понятия / А. С. Солодухо, А. В. Лозовский // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2019. – № 1. – С. 104-109
32. Тард, Г. Законы подражания / Г. Тард. – СПб.: Ф. Павленков, 1892. – 370 с.
33. Шахмартова, О. М. Психологические аспекты общения в социальных сетях виртуальной реальности / О. М. Шахмартова, Е. Ю. Болтага // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2011. – № 24. – С. 1002–1008.
34. Щурина, Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Научный диалог. – 2012. – №. 3.0. – С. 160-171.
35. Щурина, Ю. В. Комические креолизованные тексты в интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. – №57. – 2010. – С. 82-86.
36. Blackmore, S. The meme machine / S. Blackmore. – Oxford Paperbacks. – 2000. – Т. 25. – 274 p.
37. Cannizzaro, S. Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture / S. Cannizzaro // Sign Systems Studies. – 2016. – Т. 44. – №. 4. – P. 562-586.

38. Heylighen, F. Selfish memes and the evolution of cooperation / F. Heylighen // *Journal of Ideas*. – 1992. – №. 4. – P. 77-84.
39. Hogan, B. Analysing Social Networks Via the Internet / B. Hogan // *Sage Handbook of Online Research Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage. – 2007. – P. 141-160
40. Jiang, Y. On the Formation, Replication and Transmission of Strong Memes and their Cognitive Psychological Motivations // *Theory and Practice in Language Studies*. – China: Qingdao University of Science and Technology, 2012. – Vol. 2. – № 2. – P. 398–401.
41. Nooney, L., Portwood-Stacer L. One does not simply: an introduction to the special issue on Internet memes / L. Nooney, L. Portwood-Stacer // *Journal of Visual Culture*, 2014. – T. 13. – №. 3. – P. 248-252.
42. Rheingold, H. *The virtual community: Finding connection in a computerized world*. Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc. – 1993. – 325 p.
43. Shifman, L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker / L. Shifman // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2013. – №. 3. – P. 362-377.