

ФЕНОМЕН ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

Д. Г. ДОБРОРОДНИЙ¹⁾, И. С. ГОЛУБЕВ²⁾, А. В. САРЫЧЕВА²⁾

¹⁾Республиканский институт высшей школы, ул. Московская, 15, 200007, г. Минск, Беларусь

²⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Анализируется феномен политических интернет-мемов, раскрывается его роль как политического акта, инструмента воздействия и аргумента в политическом дискурсе. Интернет-мем – явление, характерное для эпохи распространения интернет-коммуникации и культуры постмодерна. Значимость интернет-мемов обусловлена виртуализацией социальных практик и смещением социальной активности в сферу интернет-коммуникации. Популярность и распространенность политических интернет-мемов объясняется, с одной стороны, диффузией политического и неполитического, а с другой – простотой и доступностью данной формы коммуникации, которая представляется пользователю как анонимный политический акт, претендующий на значимость. Главными проблемами при использовании интернет-мемов являются неосознанность их потребления и распространения, смещение политического дискурса в сторону нерациональной аргументации.

Ключевые слова: мем; интернет-мем; политический интернет-мем; интернет-коммуникация; политика в интернет-коммуникации; интернет-мем как аргумент.

THE PHENOMENON OF POLITICAL INTERNET MEMES IN THE MODERN MEDIA SPACE

D. G. DABRARODNI^a, I. S. GOLUBEV^b, A. V. SARYCHEVA^b

^aNational Institute for Higher Education, 15 Maskoŭskaja Street, Minsk 200007, Belarus

^bBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Corresponding author: D. G. Dabrardni (danila_dobr@mail.ru)

The article analyzes the phenomenon of political Internet memes, their role and significance in political discourse as a political act, an instrument of influence and argument. The Internet meme is seen as a phenomenon of the era of Internet communication and postmodern culture. The importance of Internet memes is determined by the virtualization of social practices and the shift in social activity to the field of Internet communication. The popularity and prevalence of political Internet memes is explained, on the one hand, by the diffusion of politics, and on the other, by the simplicity and accessibility

Образец цитирования:

Доброродний ДГ, Голубев ИС, Сарычева АВ. Феномен политических интернет-мемов в современном медиапространстве. Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2020;2:18–24.

For citation:

Dabrardni DG, Golubev IS, Sarycheva AV. The phenomenon of political Internet memes in the modern media space. Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology. 2020;2:18–24. Russian.

Авторы:

Данила Григорьевич Доброродний – кандидат философских наук, доцент; заведующий кафедрой философии и методологии университетского образования.
Иван Сергеевич Голубев – магистрант кафедры философии и методологии науки факультета философии и социальных наук. Научный руководитель – кандидат философских наук, доцент В. Т. Новиков.
Анна Владимировна Сарычева – магистрант кафедры философии культуры факультета философии и социальных наук. Научный руководитель – кандидат философских наук, доцент С. В. Воробьева.

Authors:

Danila G. Dabrardni, PhD (philosophy), docent; head of the department of philosophy and methodology of university education.
danila_dobr@mail.ru
Ivan S. Golubev, master's degree student at the department of philosophy and methodology of science, faculty of philosophy and social sciences.
vanya2010@list.ru
Anna V. Sarycheva, master's degree student at the department of philosophy of culture, faculty of philosophy and social sciences.
phs.kupriyanav@gmail.com

of the Internet meme as a form of communication that users consider to be an anonymous but important political act. The main problems when using Internet memes are the unconsciousness of both their consumption and distribution, as well as the shift of political discourse towards irrational argumentation.

Keywords: meme; Internet meme; political Internet meme; Internet communication; politics in Internet communication; Internet meme as an argument.

Динамика пространства социальной рефлексии необходимым образом включает ее расширение и наполнение с помощью актуальных практик общественной жизнедеятельности. Для современного общества наиболее актуальной и характерной сферой является пространство интернет-коммуникации. Доступ к интернету сегодня не роскошь, а необходимость для полноценного существования человека, что подтверждается решением Совета по правам человека ООН, закрепленным в резолюции 2016 г., в соответствии с которым доступ к интернету приравнивался к базовым правам человека, в частности к праву личности на свободу получения информации [1].

В еще большей степени интернет-коммуникация необходима для организации и воспроизводства социальных связей и взаимодействий. Центральным событием 2020 г. является пандемия COVID-19, которая, в частности, привела к массовому сокращению непосредственных контактов между людьми, карантину и самоизоляции. Пандемии случались и ранее, но в этот раз впервые в истории разрушительное для социальных связей зло совсем не сказалось на массовой коммуникации, наоборот, благодаря интернету информационные потоки на фоне распространения вируса становились только интенсивнее, а общение между людьми не прерывалось даже при самой строгой изоляции, более того, провайдеры зафиксировали рост объема трафика и традиционных звонков [2], а популярные мессенджеры стали вводить ограничения, чтобы препятствовать распространению недостоверной информации [3]. Речь идет не только об информировании или простом общении: в условиях резкого сокращения непосредственных контактов осуществлялся массовый переход социальных практик в онлайн (удаленная работа, политическая активность в интернете, онлайн-обучение и развлечения). Мы стали свидетелями ускорения процессов цифровой трансформации и виртуализации¹ существования человека и общества.

В философской литературе существует много разных концепций, предлагающих теоретические модели для описания происходящих в обществе изменений. В качестве примера можно упомянуть концепции виртуализации общества Д. В. Иванова и философии информации Л. Флориди. Критически оценивая состояние современного информацион-

ного общества, Д. В. Иванов обращает внимание на интенсификацию бессодержательной коммуникации и преимущественный прогресс информационно-коммуникационных технологий (ИКТ), замещающих реальность: «Взаимодействия осуществляются как виртуальные аналоги реальных социальных взаимодействий. При этом происходит замещение реального исполнения социальных ролей симуляцией, создается образ реальных атрибутов институциональности. Виртуальные сообщества/тусовки симулируют непосредственность присутствия в общении и социальную близость общающихся людей. Виртуальные корпорации симулируют процедуры заключения контракта и существование организации как субъекта хозяйственной деятельности. Виртуальное казино симулирует соревнование партнеров по игре. Виртуальный взлом симулирует нарушение прав собственности вкладчиков банка» [4, с. 15]. Виртуализация социальности происходит благодаря развитию ИКТ, но является более фундаментальной тенденцией «развешествления» общества в эпоху постмодерна. Для нас важно зафиксировать тезис о том, что онлайн-коммуникацию или интернет-активность не следует противопоставлять традиционной социальной коммуникации или социальному действию, скорее, они являются их новой формой, не менее реальной и значимой.

Итальянский философ Л. Флориди в своем проекте философии информации обосновывает новую онтологию, форму жизни, возникающую в результате революции ИКТ. Объекты этой новой среды характеризуются не физическими, а информационно-коммуникативными свойствами, они являются агентами инфосферы, которые участвуют в информационном обмене, сохраняют, передают или приумножают информацию. При этом не имеет значения статус этих объектов как живых или разумных, важно лишь их участие в информационном взаимодействии. Философ негативно оценивает объекты, разрушающие информацию на любых носителях (вандалы или компьютерные вирусы), а позитивно – способствующие ее распространению (книги, сайты или учителя). На этом строится информационная этика Л. Флориди, в которой субъектами нравственных отношений выступают не только люди, но и неодушевленные предметы, например, компьютерные программы. Человек –

¹Термин «виртуализация» здесь использован для обозначения тенденции, когда интернет все чаще применяется для осуществления деятельности, которая ранее обходилась без него, например, для общения, учебы, игр, работы, социального активизма, развлечений и т. д.

это тоже агент (узел) коммуникации, информационный организм (инфорг), комплекс биологического субстрата, артефактов и элементов инфосферы [5, р. 9]. Огромное влияние на становление инфорга оказало появление и распространение интернета, поэтому Л. Флориди использует понятие «онлайф» для характеристики жизни современного человека, который в интернете развивает и конструирует свою идентичность, получает не меньше опыта, знаний, отношений, чем в реальной жизни [6]. Однако для нас существенно, что в информационном пространстве важен не сам человек, а информация, которая создается или передается и может распространяться в интернете независимо от человека, впервые ее представившего.

Таким образом, пространство интернет-коммуникации открывает обширное поле фундаментальных проблем для философского анализа. Одно из наиболее популярных направлений – обсуждение диалектики публичного и приватного в жизни личности в преломлении ее активности в новых медиа (социальных сетях и т. п.), пользователь которых озабочен конструированием собственного уникального профиля с помощью общедоступного контента: мемов, видеороликов, музыкальных произведений и подобных проявлений социального творчества человека. Несмотря на фактически онтологический характер манифестации его субъективно-объективного существования, роль этих «вспомогательных материалов» в динамике социальных процессов по-прежнему остается недостаточно широко исследованной. В данной статье основной акцент сделан на анализе интернет-мема как уникального феномена современного медиапространства, репрезентирующего субъективное измерение его создателя и «читателя», а также диагностирующего значимые явления и процессы реальной социально-политической жизни.

В рамках данной работы не проводится детальный анализ происхождения и значения понятий «мем» и «интернет-мем». В качестве рабочего определения вполне можно использовать дефиницию из популярной интернет-энциклопедии: «Интернет-мем (англ. *Internet meme*) – информация в той или иной форме (медиаобъект, то есть объект, создаваемый электронными средствами коммуникации, фраза, концепция или занятие), спонтанно приобретающая популярность, распространяясь в интернете разнообразными способами (посредством социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и пр.). Вошло в употребление в середине первого десятилетия XXI века»². Также следует отметить, что «все исследователи этого загадочного и до сих пор недостаточно отрефлексированного понятия сходятся на том, что впервые термин

“мем” (правда, в русском переводе работы прозвучавший как “мим”) появился в книге Р. Докинза “Эгоистичный ген”» [7, с. 29]. Автор книги разрабатывает концепцию мемов, охватывающую множество культурных явлений. У Р. Докинза мем соотносен с понятием «ген»: общим для этих феноменов является возможность передачи информации. Мем – единица трансляции культурной информации, которая имитирует и тем самым воспроизводит ее. Мем понимается в данном случае довольно широко: Р. Докинз пишет, что мемами могут быть «мелодии, идеи, модные словечки и выражения» [8, с. 257]. Определенные способы действий, паттерны поведения также могут передаваться посредством этого репликатора. Распространение мемов, их самовоспроизводство в умах людей является характеристикой, определяющей их специфику. Если репликации не происходит, то сложно сказать о способности определенной единицы культурной информации «выжить». Комплекс мемов составляет определенный мемфонд. Мем, как культурная единица, необязательно должен быть полезен, разумен, адекватен или обоснован логическими средствами, чтобы стать привлекательным для человека. «Выживаемость» и воспроизводимость мема, по мнению Р. Докинза, «обуславливается его большой психологической привлекательностью» [8, с. 257]. Из этого следует, что различные мемы воспроизводятся не только вследствие сознательного выбора человека.

В интернет-коммуникации мемами могут служить языковые выражения, изображения, фрагменты видео и аудио. Исследователь С. А. Шомова выделяет следующие разновидности интернет-мемов: вербальные (текстовые) образования, аудиальные, визуальные и смешанные сообщения [7, с. 35]. Интернет-мемы зарождаются в субкультуре интернет-сообществ, набирают популярность вместе с распространением интернет-коммуникации, прежде всего всевозможных интернет-площадок, где пользователи могут обмениваться медиасообщениями, комментировать и изменять их, заниматься своеобразным мемтворчеством. Интернет-мем стал оптимальной формой коммуникации в эпоху постмодерна и интернета. С одной стороны, это медиапродукт, который легко просмотреть, оценить (лайкнуть), переслать, он быстро преодолевает национальные границы (языковые, культурные, политические); с другой стороны, это коллаж, творческое соединение цитат и отсылок, заданный контекстом, он принципиально ироничен, несерьезен, поверхностен, но при этом критичен по отношению ко всему реальному, фундаментальному, социально значимому. Создание интернет-мемов – своеобразная деконструкция со-

²Интернет-мем // Википедия [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82-%D0%BC%D0%B5%D0%BC> (дата обращения: 10.04.2020).

циального и медийного (которые тесно взаимосвязаны в современную эпоху), поскольку они помещают события, сообщения или персонажей в новые контексты, иронично их интерпретируя, вскрывая новые смыслы.

Ключевой характеристикой интернет-мема, как и любого мема, является его воспроизводимость, вирусное распространение по каналам коммуникации. Интернет-мемы начали быстро набирать популярность благодаря социальным сетям, с развитием которых они обрели по-настоящему глобальный характер, получили статус значимого явления массовой культуры, стали тиражироваться традиционными СМИ. Несмотря на некоторую семантическую неопределенность, как мемы, так и интернет-мемы уже заняли особое место в жизни человека: они не только передают какую-либо информацию, но и могут способствовать изменению психоэмоционального фона человека и даже влиять на его поведение не только в виртуальном пространстве, но и в реальных повседневных практиках. Мы специально ограничили область данного исследования политическими интернет-мемами, поскольку политика является одной из важнейших форм участия человека в общественной жизни, соответственно, использование интернет-мемов политической тематики наглядно может продемонстрировать их значение для реальной общественной жизни в целом. Кроме того, надо признать, что современное медиапространство в первую очередь ориентировано на политическую тематику, а сама политика охватывает все сферы жизни общества от экономики до спорта и искусства. Границы политического и неполитического в сфере мемов достаточны условны и легко преодолеваются простым помещением мема в новый контекст или добавлением к нему незначительного элемента.

Расширение доступа к интернету самым радикальным образом повлияло на характер осуществления политической деятельности: последнее десятилетие ознаменовано выходом профессиональных политиков в виртуальную реальность. Активными пользователями социальных сетей являются многие из них, от мировых лидеров до представителей региональных властей. Последние, впрочем, используют социальные сети не только по прямому назначению (общение с электоратом), но и в целях информирования о тех или иных произошедших или готовящихся изменениях в реальной политической жизни. Не отстают от современных реалий осуществления политического процесса и сами социальные сети: в конце февраля 2020 г. авторитетная американская телерадиокомпания *NBC*, ссылаясь на внутренние источники, распространила информацию о том, что *Twitter* в данный момент разрабатывает собственные алгоритмы борьбы с некорректной информацией, и прежде

всего с той, которая исходит от политиков. В случае распространения ими подобных вредоносных данных, такие твиты будут помечаться оранжевым цветом, а авторизованные самой социальной сетью пользователи-эксперты оставят комментарии, в которых расскажут о реальном положении дел. Эффект от внедрения подобной, бесспорно, политической технологии может быть самым разным: от локальных политических неудач до потенциального сворачивания предвыборных программ или значительной их корректировки. Любопытно, что в демонстрационных скриншотах тестов новой технологии, оригинальность которых *Twitter* подтвердил, на первом же изображении представлено сообщение о содержании вредоносной ложной информации в высказывании Б. Сандерса – одного из кандидатов от Демократической партии США на грядущих президентских выборах – о том, что 40 % оружия в стране продается без надлежащей проверки личности покупателя, тогда как, по данным актуальных исследований, реальный процент таких сделок в два раза меньше [9].

Не менее важной, впрочем, становится и роль другого субъекта политического процесса – пользователя, обычного избирателя, обретающего доступ к новым формам реализации собственного политического *Я*. К таковым можно отнести создание интернет-мемов политической направленности как важнейшую форму участия в пространстве реального политического процесса. Использование политических интернет-мемов подразумевает выражение собственной гражданской позиции.

Интернет-мемы не просто существуют в общекультурном пространстве – они создают и задают контекст реальной, «живой» культуры общества. Ценностные ориентации пользователей становятся ценностными установками политических субъектов, а их отношение к тем или иным событиям осуществления политического наиболее рельефно просматривается как раз в интернет-мемах. Во многом это связано с ощущением анонимности собственной политической идентичности в интернете. Впрочем, практика последних лет показывает всю глубину заблуждений, возникающих из-за этого ощущения. Буквально каждое действие пользователя в интернете (а теперь и манипуляции с гаджетами, даже не подключенными к сети) сохраняется. Многочисленные скандалы с участием публичных персон современности разных масштабов, особенно политиков, были связаны с проведенным тщательным анализом социальных сетей и изучением архивов их предыдущих действий, которые порой радикальным образом расходились с декларируемыми ими или их партиями ценностями.

Следует также особо подчеркнуть дуалистичный характер содержания политических интернет-мемов. С одной стороны, их пространство имеет довольно низкий порог вхождения пользователей –

достаточно знать содержание интернет-мема на базовом уровне (кто или что изображено, почему это стало общеизвестно), а передаваемый информационный посыл обычно не требует глубоких знаний в области политических или социально-гуманитарных наук. С другой стороны, как отмечается многими отечественными и зарубежными исследователями, интернет-мем так или иначе оказывает воздействие на сферу бессознательного. Под бессознательным в данном случае мы понимаем деятельность индивида, возникающую в результате неосознаваемого, не схватываемого в моменте саморефлексии акта политического влияния извне. В контексте осуществления политического акта субъектом это прежде всего означает возможность его условного «программирования» и сторонней алгоритмизации (вижу представителя этой партии – ставлю лайк – поддерживаю его на выборах). Эти неконтролируемые интернет-пользователями проявления политический симпатий уже использовала скандально известная компания *Cambridge Analytica* для оказания влияния на избирателей в ходе референдума по Брекситу и президентской компании в США [10]. Как заявляет М. Косински, разработавший алгоритм анализа личных данных профиля пользователя социальной сети, «достаточно десяти лайков, чтобы система смогла лучше распознать вашу личность, чем коллега по работе, а по 230–240 лайкам компьютер будет знать о вас больше, чем ваш супруг или супруга» [11].

При этом подобное влияние извне способно на практике собирать изначально разрозненных анонимных пользователей интернета в группы лиц, объединенных общей идеей с ярко выраженными политическими предпочтениями и интересами, т. е., по сути, выполнять функции политических объединений и партий в виртуальном пространстве, подразумевающим реальное участие в политическом процессе. Пользователи, оценивая политические интернет-мемы тем или иным образом, проходят своего рода бессознательную проверку на близость политических взглядов друг друга. Если один и тот же интернет-мем политической направленности воспринимается пользователями сходным образом, то можно говорить о собирании виртуальной политической группы «друзей» с возможностью реального воздействия на сферу политического, – по аналогии с «друзьями» в концепции политического К. Шмитта. Если же пользователи расходятся в оценках, то речь идет о распаде интернет-сообщества на противоборствующие по политическим вопросам группы пользователей – «врагов». Впрочем, характер такой проверки, осуществляемой пользователями, является достаточно поверхностным и чаще всего не связан с поиском специальных знаний: достаточно сходным образом оценивать одни и те же политические интернет-мемы, чтобы не только реализовать в рамках

существующих политических реалий собственную политическую субъектность, но и приобщить последнюю к пространству коллективного участия в политическом процессе. А последний невозможен без развитой системы интернет-коммуникации.

Политические интернет-мемы активно используются в пространстве медиакommunikации, поскольку обладают рядом особенностей в качестве аргумента дискуссии. Процесс аргументации сам по себе является сознательной языковой деятельностью. В широком смысле аргументация – это любая форма обоснования. При более детальном рассмотрении можно говорить, что ключевыми целями аргументации выступают доказательство и убеждение. Чтобы тезис был доказан, необходимо привести соответствующие доводы, которые обоснуют его истинность. Построение аргументации в соответствии с формальными логическими законами играет в данном случае ключевую роль. Однако в речевом процессе агент стремится выразить различные когнитивные составляющие своей личности: знания, мнения, цели, ценности, намерения и желания [12]. Выражая свои субъективные представления о происходящем, человек стремится получить соответствующий отклик от агента взаимодействия. В данном случае обоснование осуществляется не только с учетом формальных логических законов – субъективные особенности опосредуют способы обоснования и восприятия информации.

Интернет-коммуникация связана с необходимостью убеждения кого-либо. Убедительность при этом не всегда коррелирует с истинностью, а аргументы могут апеллировать не только к разуму, но и к широкому спектру опыта человека. В интернет-пространстве аудитория, к которой обращается агент аргументации, может быть очень многочисленной. Чтобы сделать определенный тезис приемлемым, подача сложной, доказанной информации, которую необходимо проанализировать, не всегда продуктивный способ. Зачастую гораздо быстрее и эффективнее преподнести информацию в упрощенной форме, которая может не только рационально восприниматься, но и вызывать определенный спектр чувств. Интернет-мем вполне способен послужить такой формой аргументации.

В качестве аргумента интернет-мем может имплицитно содержать в себе послания, которые являются аргументами к человеку. Воздействие на аудиторию в такой ситуации осуществляется посредством различных уловок. Реципиент информации нередко не осознает, почему он воспроизводит тот или иной мем. Аргументы к человеку могут быть обращены к различным аспектам или обстоятельствам, характеризующим личность и не имеющим корреляции с доказываемым положением [13]. В качестве примера можно говорить об информа-

ционных посланиях, обращенных к скромности, невежеству, силе, авторитету, жалости, здравому смыслу и т. д. Политические интернет-мемы не исключение, они иллюстрируют способы воздействия на сознание аудитории, ее понимание политического. В результате такого воздействия человек может приобрести, как ему кажется, субъективное понимание того, что нравственно или безнравственно, легитимно или выходит за рамки закона.

Визуальный интернет-мем, содержащий некоторую надпись, может выступать в качестве аргумента, воздействовать на представления индивида о норме, вызывая сопереживание и понимание ситуации на уровне чувств. То же изображение может показать событие, которое будет затрагивать нравственные представления человека, взывать к его совести. При этом не столь важна предыстория проиллюстрированного события, как и то, происходило ли оно на самом деле, какой первоначально смысл в нем был заложен. Случайная фотография в определенном контексте может стать реальным призывом к действиям.

Политик в интернет-меме может выступать не в качестве субъекта, осуществляющего политические решения, а в качестве обычного человека, который имеет недостатки. Этот акцент на личных недостатках, как предпосылка, влечет за собой вывод о том, что и политические действия его полны ошибок, являются плохими, неэффективными и т. д. Как замечает С. А. Шомова, политические интернет-мемы тяготеют к осмыслению информации в контексте смеховой культуры: «Дело здесь, по-видимому, в санационной, очищающей общественную атмосферу способности мема весело обсуждать серьезные политические вопросы» [7, с. 37]. В таком случае, чтобы быть воспринятым и воспроизведенным, мем должен вызвать эмоции, заставить человека засмеяться, даже если он убежден в существовании проблемы.

В связи с развитием интернет-коммуникации интернет-мем становится популярным в политическом дискурсе в качестве аргумента к массам. Обращение к чувствам и ценностям позволяет создать видимость понимания насущных проблем и потребностей людей. Если посредством мема показать, что проблемы не разрешаются, то причина такого положения дел будет воспринята негативно, а причиной может выступать норма, закон, политик или партия.

Таким образом, интернет-мем – это феномен современного информационного общества, тех-

нологической платформой которого является интернет, а культурным субстратом – постмодерн. Интернет-мемы, словно вирус, распространяются в глобальной медиасреде и потенциально могут достигнуть каждого интернет-пользователя. Интернет-мемы ироничны, контекстуальны, построены на цитатах, заимствованиях и отсылках, могут возникать на основе реальных политических событий, использоваться в политической борьбе для воздействия на общественное мнение, но при этом остаются чем-то принципиально несерьезным и неконтролируемым с точки зрения популярности и распространения.

Можно сказать, что интернет-коммуникация предполагает обращение к средствам, позволяющим сделать информационное послание убедительным для воспринимающего ее субъекта. Современное медиапространство не только обеспечивает взаимодействие между отдельными людьми, но и охватывает большие социальные массы. В качестве средства воздействия на коллективные субъекты могут выступать интернет-мемы, включающие аудиальные, визуальные и смешанные средства передачи информации и способные к самостоятельному распространению и самовоспроизведению.

Реализация намерений посредством использования мемов нацелена на распространение определенного культурного кода. Убедительность и доказанность такой информационной единицы позволяет эксплицировать мем в качестве аргументативного множества. Интернет-мем, как аргумент, имеет логические основания, но апеллирует не только к рациональным структурам реципиента. Обращение к субъективному опыту, переживаемому посредством чувств, позволяет быстро и эффективно воспринять информацию, упрощая ее содержание. В сфере политического такое воздействие превращается в силу, влияющую на социальную реальность. Убедительность передаваемой информации не подвергается критическому анализу и позволяет продиктовать определенную точку зрения и задать алгоритм действий пользователя. Последний при таком влиянии бессознательно жертвует собственной идентичностью и становится частью коллективного политического субъекта с четко фиксированными представлениями и убеждениями. Самовоспроизведение таких культурных кодов может определить легитимность политических решений, социальную значимость определенных законов и норм, имидж политиков и партий, иные аспекты политического в медиадискурсе.

Библиографические ссылки

1. Хмельнов А. ООН: право на Интернет – базовое право для всех [Интернет]. Euronews. 2016 [процитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: <https://ru.euronews.com/2016/07/05/un-denounces-disruption-of-internet-access-as-human-rights-violation>.
2. Скрынникова А. Интернет-провайдеры рассказали о росте нагрузки на сети [Интернет]. РБК. 2020 [процитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: https://www.rbc.ru/technology_and_media/31/03/2020/5e81fa5e9a7947c6b6442bac.

3. Гордеев В. WhatsApp ужесточил правила пересылки сообщений для борьбы с фейками [Интернет]. РБК. 2020 [протитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/04/2020/5e8c65969a79477f80bcfd0b?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews.
4. Иванов ДВ. *Виртуализация общества*. Санкт-Петербург: Петербургское востоковедение; 2000. 96 с.
5. Floridi L. *Information. A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press; 2010. 130 p.
6. Floridi L. The Informational Nature of Personal Identity. *Minds Machines*. 2011;21(4):549–566. DOI: 10.1007/s11023-011-9259-6.
7. Шомова СА. Политический интернет-мем: сущность, специфика, разновидности. *Бизнес. Общество. Власть*. 2015;22:28–41.
8. Докинз Р. *Эгоистичный ген*. Москва: АСТ; 2013. 512 с. Совместно с издательством Corpus.
9. Левченко Г. Twitter борется с ложью политиков [Интернет]. Медуза. 2020 [протитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: <https://meduza.io/feature/2020/02/21/twitter-boretsya-s-lozhyu-politikov-teper-eto-rabotaet-tak-sovral-poluchil-oranzhevyi-diskleymer>.
10. Скандал с Facebook и Cambridge Analytica. Что мы знаем. [Интернет]. BBC. 2018 [протитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: <https://www.bbc.com/russian/features-43475612>.
11. Добрынин С. Мы не заметим, как мир захватит искусственный интеллект [Интернет]. Радио Свобода. 2016 [протитировано 10 апреля 2020 г.]. Доступно по: <https://www.svoboda.org/a/28166040.html>.
12. Лисанюк ЕН. Аргумент *ad hominem* с точки зрения логики. *Логико-философские штудии*. 2008;6:50–68.
13. Мигунов АИ, Лисанюк ЕН. Теория аргументации: конкуренция современных исследовательских подходов. *Вестник РФФИ. Гуманитарные и общественные науки*. 2018;1:77–87. DOI: 10.22204/2587-8956-2018-090-01-77-87.

References

1. Khmelnov A. UN: The right to the Internet is a basic right for all [Internet]. Euronews. 2016 [cited 2020 April 10]. Available from: <https://ru.euronews.com/2016/07/05/un-denounces-disruption-of-internet-access-as-human-rights-violation>. Russian.
2. Skrynnikova A. Internet providers talked about the growing load on the network [Internet]. RBC. 2020 [cited 2020 April 10]. Available from: https://www.rbc.ru/technology_and_media/31/03/2020/5e81fa5e9a7947c6b6442bac. Russian.
3. Gordeev V. WhatsApp has tightened the rules for sending messages to combat fakes [Internet]. RBC. 2020 [cited 2020 April 10]. Available from: https://www.rbc.ru/technology_and_media/07/04/2020/5e8c65969a79477f80bcfd0b?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews. Russian.
4. Ivanov DV. *Virtualizatsiya obshchestva* [Society virtualization]. Saint Petersburg: Peterburgskoe vostokovedenie; 2000. 96 p. Russian.
5. Floridi L. *Information. A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press; 2010. 130 p.
6. Floridi L. The Informational Nature of Personal Identity. *Minds Machines*. 2011;21(4):549–566. DOI: 10.1007/s11023-011-9259-6.
7. Shomova SA. The political Internet meme: essence, characteristics, types. *Biznes. Obshchestvo. Vlast'*. 2015;22:28–41. Russian.
8. Dokinz R. *Egoistichnyi gen* [Selfish gene]. Moscow: AST; 2013. 512 p. Co-published by the «Corpus». Russian.
9. Levchenko G. Twitter fights politicians' lies [Internet]. Meduza. 2020 [cited 2020 April 10]. Available from: <https://meduza.io/feature/2020/02/21/twitter-boretsya-s-lozhyu-politikov-teper-eto-rabotaet-tak-sovral-poluchil-oranzhevyi-diskleymer>. Russian.
10. Facebook and Cambridge Analytica scandal. What do we know [Internet]. BBC. 2020 [cited 2020 April 10]. Available from: <https://www.bbc.com/russian/features-43475612>. Russian.
11. Dobrynin S. We won't notice how the world captures artificial intelligence [Internet]. Radio Free. 2020 [cited 2020 April 10]. Available from: <https://www.svoboda.org/a/28166040.html>. Russian.
12. Lisanjuk EN. [Logical *ad hominem* argument]. *Logiko-filosofskie shstudii*. 2008;6:51–68. Russian.
13. Migunov AI, Lisanjuk EN. Argumentation theory: competition between modern research Approaches. *Russian Foundation for Basic Research Journal*. 2018;1:77–87. Russian. DOI: 10.22204/2587-8956-2018-090-01-77-87.

Статья поступила в редакцию 21.04.2020.
Received by editorial board 21.04.2020.