

4. *Василенко Е. Ю., Бурак Н. А.* Нематериальные способы мотивации персонала [Электронный ресурс]. URL: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/28776/1/Vasilenko_E.Yu._Burak_N._A..pdf (дата обращения: 20.02.2020).

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Н. А. Мелконян

*Ереванский государственный университет,
ул. А. Манукяна, 1, 0025, г. Ереван, Республика Армения,
nvard@web.am*

Сегодня интернет-мемы имеют особую роль в процессе организации политической коммуникации. Интернет-мемы основаны на визуальном и вербальном восприятии людей и призваны описывать и интерпретировать определенные ситуации общественной жизни. В армянском обществе интернет-мемы широко используются пользователями социальных сетей как инструмент политической коммуникации. Их специфика и уникальность обусловлены механизмами их формирования, актуализации и распространения. В современной науке изучение интернет-мемов как эффективного инструмента политической коммуникации считается весьма актуальным. В статье анализируется сущность данного коммуникативного явления и теоретические подходы к его интерпретации, выделяются специфические черты политических интернет-мемов, возможности их типологии и классификации.

Ключевые слова: социальная сеть; интернет-коммуникация; политическая коммуникация; интернет мемы; визуальные интернет-мемы.

MEMES AS AN INSTRUMENT OF EFFECTIVE POLITICAL COMMUNICATION

N. A. Melkonyan

*Yerevan State University,
1, A. Manoogyan Str., 0025, Yerevan, Republic of Armenia
Corresponding author: N. A. Melkonyan (nvard@web.am)*

Today internet memes have their own specific role in the process of political communication. Internet memes are based on the visual and verbal perception of people. They describe and interpret certain situations of social life. In Armenia the internet memes are widely used by social network users as an instrument of political communication. Their specificity and uniqueness are due to the mechanisms of

their formation, actualizing and distribution. Nowadays, it is relevant to study Internet memes as an effective instrument of political communication. The article analyzes the essence of this new communication phenomenon, theoretical approaches to its interpretation and identifies specific features of political Internet memes, the possibilities of their typology and classification

Key words: social network; internet communication; political communication; internet memes; visual internet memes.

Современное общество часто называют коммуникативным, в котором вследствие объективной активизации роли информации происходит формирование новых типов взаимодействия между людьми на основе использования принципиально новых технологий.

В политическом контексте одним из первых непосредственных упоминаний понятия «коммуникация» является относящееся к началу XX века высказывание Ф. Ратцеля о том, что «передача информации в политическом отношении является самой важной из всех коммуникационных услуг» [1]. «Политические коммуникации (от лат. *communicatio*) – процесс передачи политической информации, который структурирует политическую деятельность и придает ей новое значение, формирует общественное мнение и политическую социализацию граждан с учетом их потребностей и интересов» [2, с. 183].

Развитие и качественное изменение информационных технологий в эпоху интернета оказало влияние на возможности реализации политических коммуникаций, внедрение и использование новых эффективных инструментов, новых жанров коммуникации.

Одним из интенсивно развивающихся жанров политических интернет-коммуникаций, которые характеризуются гипертекстуальностью, выраженной интерактивностью и благоприятными возможностями создания гибридных коммуникационных продуктов – креолизованных текстов – соединение вербальных и визуальных текстов, является интернет-меметика, активно используемая в политических дискурсивных практиках интернет-сообщества.

Термин мем (от греч. «μυμητής» («миметес») – «подражатель, имитатор») впервые употребил оксфордский профессор, биолог Ричард Докинз в 1976 году в ставшей классикой книге «Эгоистический ген» («The Selfish Gene») [3], в которой он, изучая механизмы передачи генов в процессе естественного отбора, выявил аналогии между генетической и культурной эволюцией и определил мем как «единицу культурной

информации», в первую очередь подчеркивая его способность подобно гену к спонтанной и самопроизвольной репликации, самовоспроизведению и распространению [4, с. 2].

Продолжателем редуccionистского подхода вслед за Докинзом является известный американский медиатеоретик Дуглас Рашкофф. В книге «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» он определяет мем как некий скрытый идеологический код, который способен воздействовать на человека. Анализируя движение мемов в «инфосфере», в которой циркулируют информация, идеи и образы, Рашкофф по-своему представляет концепцию мемов, вводя понятие «медиавирус». Медиавирус – это медиасобытие, вызывающее подлинные социальные перемены. По сути, это оболочка, в которую «завернуты» мемы [5, с. 10]. «Эти «медиавирусные» оболочки ищут любые способные принять их щели и лазейки попкультуры и прилепляются в любом месте, где их смогут заметить. Прикрепившись, медиавирус вводит в инфосферу скрытые в нем концепции в форме идеологического кода – это не гены, но их концептуальный эквивалент, который мы сейчас называем «мемами» [6, Цит. по 5, с. 7].

В отличие от редуccionистского подхода Докинза, лингвистический подход к объяснению понятия «мем» предполагает его интерпретацию как особого вида текста, состоящего из двух негомогенных частей: вербальной и невербальной, в котором преобладающими над содержанием характеристиками являются цвет, размер и гарнитура шрифта, использование пунктуационных и математических знаков и т. д. [7, с. 3]. С точки зрения психолингвистики мем может выступать как поликодовый текст, в процессе восприятия которого происходит двойное декодирование заложенной в нем информации: при извлечении концепта изображения и его «наложении» на концепт вербального текста. Взаимодействие этих концептов приводит к созданию единого общего смысла [8].

Семиологический подход предполагает рассмотрение понятия «мем» в качестве особого мифологического конструкта – устойчивого и хорошо узнаваемого образа, репрезентирующего отдельных лиц, события и процессы. Французский семиолог Р. Барт рассматривает миф как коммуникативную систему, особый способ означивания повседневности [9, с. 73]. С этой точки зрения мем обладает мифотворческим потенциалом, выступая как узнаваемый знак или символ, который воспринимается человеком как знакомый стимул, вызывающий заученную эмоциональную реакцию и при этом направленный на передачу и распространение.

Политические коммуникации – это создание, отправление, получение и обработка сообщений, оказывающих существенное прямое или косвенное воздействие на политику. Прямое или непосредственное воздействие – это призыв к участию в выборах, обращение за поддержкой того или иного политического курса, предложение одобрить и принять или, напротив, требование отклонить какое-либо решение, законопроект. Косвенное воздействие проявляется в том, что месседжи могут использоваться для создания неких «идеальных моделей», «образов» действительности, символов, стереотипов и имиджей, которые оказывают влияние на политическое сознание и действия политических элит и массовой общественности [10, с. 35].

В современных политических реалиях интенсивная экспансия интернет-мемов в блогах, чатах, социальных сетях, на форумах, стала серьезным латентным фактором формирования общественного мнения, эффективным инструментом косвенного политического воздействия. В силу своего вирусного характера, являясь проявлением спонтанного вирусного самовоспроизводства в сети различных информационных единиц (вербального, визуального или смешанного характера), эти месседжи-мемы способны мгновенно «заразить» аудиторию и оказать влияние на политическое поведение и установки людей. К примеру, активное использование подобных интернет-технологий в свое время сыграло ведущую роль в победе на выборах американского президента Б. Обамы. Самым новаторским и интересным приемом в его кампании было активное использование медиамемов (клип Эмбер Ли Эттинген – Obama Girl (Crush On Obama), положенная на музыку звездами Голливуда предвыборная речь (Yes, We Can) [11] и другие варианты, набравшие миллионные просмотры). Предвыборная кампания нынешнего президента США Дональда Трампа также изобиловала мемами, да и сегодня он любимый герой множества интернет-мемов и, что самое характерное, сам же является их популяризатором и распространителем на своих социальных платформах.

Если до «бархатной революции» 2018 года в армянских политических коммуникациях, в том числе предвыборной, преобладали интернет-мемы, созданные преимущественно оппозиционно-настроенными пользователями, часто направленные против официальных месседжей властей, то сегодня интернет-мемы являются инструментом коммуникаций практически всех игроков политического поля.

В специальной литературе распространены различные подходы к классификации и типологизации интересующего нас феномена: разграничения мема как продукта политических технологий, как продукта спонтанного творчества масс, своего рода сетевого постфольклора, на основе структурных особенностей, стилистики, жанров и т. д.

Согласно классификации Ю. Шуриной, в современном интернет-пространстве функционируют следующие типы интернет-мемов: текстовый мем – слово или фраза; визуальный – мем-картинка; видеомем; креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части [12, с. 87–89].

В наши дни мемы активно используются в Армении как средство вербальных и визуальных интернет коммуникаций, предназначенное для описания, комментирования и интерпретации определенных ситуаций политической реальности. При этом в рамках политической коммуникации в той или иной степени используются все вышеперечисленные разновидности мема.

Текстовые мемы представляют собой слово, словосочетание или фразу: «Британские ученые», «Превед медвед», «Йа криветко!» и др. Сюда же можно отнести своеобразные клишированные обороты, начинающие или оканчивающие высказывание: «Узбагойся!», «Занавес!» и т. д. Самыми распространенными в сети текстовыми мемами являются используемые сленговые аббревиатуры и выражения: LOL (Laughing Out Loud), BTW (By The Way), FYI (For Your Interest) и т. д.

Зачастую для описания той или иной политической ситуации армянские пользователи применяют различные мемы: «Распластать на асфальте», «С духом», «Нара, ты молчи!» и т. д.

Мемы-картинки существуют в двух основных разновидностях: в-первых, узнаваемое изображение Rageguy, Facepalm; во-вторых, выполненная в графических редакторах photoshop, illustrator и др. картинка или обработанная фотография, которая получила сленговое название фотожаба. Во втором случае имеет значение не только визуальная составляющая, но и сюжет. Так создаются юмористические визуальные мемы – комиксы.

В Армении в политических коммуникациях также часто используются визуальные интернет мемы и интересные фото-коллажи. Например, портрет-коллаж премьер-министра Никола Пашиняна «Николеон» – *обработанный фото-редактором известный портрет Наполеона Бонапарта*.

Видеомемы – комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей социальных сетей, специфика использования которых в возможности неоднократного воспроизведения, повторного просмотра, в том числе коллективного. Их популярность оценивается количеством просмотров. Самыми популярными мемами этого типа являются «Растерянный Траволта» – короткий эпизод из кинофильма «Криминальное чтиво», где герой Винсент Вега (в исполнении актера Джона Траволты) удивлённо оглядывается. Мем стал использоваться в 2015 году, спустя 21 год после выхода картины. А источником видеомема «Mr. Trololo» является видеозапись вокала советского эстрадного певца Эдуарда Хиля, сделанная в 1967 году, которая в 2009 году была опубликована на YouTube и стала международным интернет-феноменом.

Во время «бархатной революции» в Армении в социальных сетях также распространялись 2 подобных видеоряда. Первый видеомем был создан по мотивам известной игры Super Mario, в которой Марио (Никол Пашинян) побеждает дракона [13]. Другой видеосюжет – это трейлер, в котором представлена победа «бархатной революции» [14].

Креолизованный мем – основными компонентами креолизованного мема являются вербальная часть (надпись/подпись) и иконическая часть (рисунок, фотография, таблица). В разных типах текстов они встречаются в различных комбинациях и в свою очередь, классифицируются по содержанию и структуре на следующие подвиды: мотиваторы, демотиваторы, эдвайсы, стрип-комиксы, фейсы.

Примечательно, что в Армении в политических интернет-коммуникациях креолизованные мемы являются наиболее распространенным типом мемов и самым используемым инструментом, в частности фотокомиксы с говорящим текстом-обращением.

Подводя итоги, отметим, что коммуникация между политическими субъектами считается эффективной, если реципиент воспринимает отправленную информацию именно так, как подразумевал отправитель. Эта коммуникация происходит в определенном политическом контексте, в системе взаимосвязанных значимых символов. И эффективность интернет мемов как инструмента политических коммуникаций обусловлена актуальностью описываемых в них политических проблем, контента, который коммуницируется, их соответствие социальным ожиданиям и представлениям целевых аудиторий, тем, насколько учтены социально-психологические и культурные характеристики получателей, так как

для адекватной интерпретации интернет-мемов необходимо совпадение составляющих культурного опыта коммуникантов, обеспечивающий возможности «узнавания» мема.

Библиографические ссылки

1. *Ratzel F.* Politische Geographie. Oldenburg, 1903.
2. Политологический словарь. Научн. ред., рук. авт. колл. А. А. Мигولاتьев, сост. В. А. Варывдин. М., 1994. 224 с.
3. *Докинз Р.* Эгоистичный ген. М. : Мир, 1993. 318 с. (Richard Dawkins, *The Selfish Gene*, Oxford University Press, 1976).
4. *Савицкая Т.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры // *Культура в современном мире*. 2013. № 3 [Электронный ресурс]. URL: www.infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf (дата обращения: 14.03. 2020).
5. *Рашкофф Д.* Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание. М., 2011. 394 с.
6. *Докинз Р.* «Универсальный паразитизм и соэволюция расширенных фенотипов» *Whole Earth Review*, 1989 г. (Цит. по Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание. М., 2011. С. 7).
7. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: на материале креолизованных текстов. М. : Академия, 2003. 128 с.
8. *Большакова Л. С.* Метафора в англоязычном поликодовом тексте (на материале британских и американских музыкальных видеоклипов): дис. канд. филол. наук. Самара, 2008. 186 с.
9. *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., Прогресс, 1994. 616 с.
10. *Грачев М. Н.* К вопросу об определении понятий «политическая коммуникация» и «политическая информация». *Вестник Российского университета дружбы народов. Сер. Политология*. 2003. № 4. С. 34–42.
11. *Crush On Obama* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=wKsoXHYICqU> (дата обращения: 14.03. 2020), *Yes, We Can*, [Электронный ресурс]. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=1yq0tMYPDJQ> (дата обращения: 14.03. 2020).
12. *Щурина Ю.* Интернет-мемы: проблема типологии // *Вестник Череповецкого государственного университета*, 2014. № 6. 160–172 с.
13. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_DtXbW7wVmM (дата обращения: 14.03. 2020).
14. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bqb-qpRUd78> (дата обращения: 14.03. 2020).