
ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

В.А. Барановский

*Белорусский государственный университет,
Ул.Кальварийская, 9, 220004, Минск, Беларусь
baranowski567@outlook.com*

Научный руководитель: Данилов А.Н – член-корреспондент НАН Беларуси, доктор социологических наук, профессор

Представлен краткий анализ состояния общества в контексте продуктов массовой культуры (интернет-мемов) и их роли в процессах развёртывания культурного глобализма, проблематика использования механизмов социального опыта в разработке содержания интернет-мемов и реакция общества на представленные культурные манипуляции.

Ключевые слова: мем-оборот; социальная стереотипизация; интернет-мем; диджитализация социума; инфосфера; социокультурная гетерогенность общества; деинтеллектуальная интенция.

Исследованием мема как феномена занимались многие западные ученые с 1970-х годов. Ему посвящена научная дисциплина меметика. В 1976 году английский учёный Ричард Докинз выпустил книгу «Эгоистичный ген», которая ознаменовала зарождение меметики как науки. В меметике происходит перенос концепции дарвиновской теории эволюции на человеческую культуру. В широком понимании это подход, который изучает идеи как единицы культурной информации. Термин «мем» возникает в работах Докинза как аналогия с «геном» в генетике.

Начало XXI века ознаменовало себя чередой кризисных явлений в жизни общества: террористические акты, конфликты на Ближнем Востоке, мировой экономический кризис, эпидемии смертельных болезней. Актуальность данных тенденций характерна и спустя 20 лет. В эпоху глобализации, когда экономика становится зависимой от внешних «раздражителей», особенно актуален вопрос о сохранении экономики и снижения её зависимости от разрушительных социальных процессов. Мемы являются частью общественного механизма и зависимы от всех изменений, происходящих в нём. Концентрация мем-оборота в определённой зоне общества зависит от уровня территориального охвата событием, которое привело в действие механизм социальной стереотипизации.

Для начала дадим определение понятию «интернет-мем» – это идеи, фразы, символы, образы действия, звуки, изображения, видеозаписи,

популярные бренды, строки из песен, ритуалы, распространяющиеся людьми на основе подражания [2]. Современное общество вступило в фазу форсированной мемизации – процесс появления мема, где у каждого из них присутствует создатель и ретранслятор. Источником мема может быть как человек со своими словами или образами, так и неодушевленный предмет.

Процессы диджитализации социума существенно отличаются в зависимости от измерения (области) их функционирования. Технологическое измерение отличается модернизацией производственных сил общества и перевод их в виртуально-компьютерный статус, социальное измерение характеризуется усилением партикуляристских концепций коммуникативного взаимодействия в условиях пандемии COVID-19 и перевод их в виртуальную среду. В таких условиях уместно будет вспомнить концепцию ноосферы В.И. Вернадского, но ноосфера в современных условиях трансформируется в инфосферу, которая характеризуется взаимодействием интеллектуального и виртуального в обществе.

Конструкт современных интернет-мемов – это закономерности, механизмы реализации социального опыта. Выделим несколько таких закономерностей:

1) Трансляция коммуникативных стратегий в малых и больших социальных группах в аспекте базовых (традиционных, современных) явлений социального взаимодействия.

2) Экстраполяция содержания межличностного взаимодействия на процессы развёртывания политического глобализма для придания данным процессам статуса «народного», «мирового», «человеческого».

Культурная модернизация общества – сложный процесс комбинирования доминант различных культурных систем. Здесь необходимо учитывать степень интегрирования и взаимопроникновения концептов существующих в социуме культурных систем. Это качественный признак, по которому определяется *социокультурная гетерогенность макросоциума* - социальное явление, при котором наблюдается сочетание культурных традиций, явлений, принципов в одну макросоциально-культурную систему общества. В данном аспекте можно выделить форсированность экспорта элементов западной культурной системы в восточные путём создания медиа-структур, численность пользователей которых превышает 500-900 млн. человек и активного размещения на данных платформах продуктов, которые содержат в своей структуре элементы соответствующей культурной системы.

Одним из лидеров в распространении интернет-мемов, клипов является приложение «TikTok». В медиапродуктах данной платформы можно

наблюдать комплексное интегрирование эмоциональных явлений (юмор, трагедия, страх и т.д) с биосоциальным содержанием, что, в свою очередь, вызывает у тех или иных людей (в зависимости от аксиологической составляющей личности) соответствующую реакцию: положительное (смех, удовольствие), отрицательное (отвращение). Важным моментом в синтезе подобных медиаматериалов является *деинтеллектуальная интенция* – синтез видео (фото, аудио) материала, в котором целенаправленно создаётся биосоциальный аттитюд(раздражитель) без акцентирования внимания на содержание ролика, что, в свою очередь, «расслабляет» реципиента и минимизирует шанс на критическое осмысление полученной информации в силу превалирующего в сознании человека полученного биосоциального аттитюда(раздражителя). Причём акцент делается на манипулировании эмоциями и стимуляции сексуальной, агрессивной потенции индивида.

Проблема исследования продуктов массовой культуры приобретает характер глобальной. Мемы, в данном случае, это не просто модернизированный анекдот, это социально-культурная технология, имеющая фундаментально-прикладной статус в связи с попыткой использования при синтезе мема как социальных, так и психологических закономерностей и использование специальных платформ для их размещения, что позволяет смело говорить о институционализации мема как продукта массовой культуры в информационном обществе.

Социологизм в аспекте культурного глобализма предполагает проведение комплексного контент-анализа, изучения аксиологических, культурных доминант общества и наблюдения за динамикой эволюции продуктов массовой культуры – интернет-мемов, фильмов, клипов, а также порнографических материалов. Белорусская культурная система – сплав традиционных и современных элементов культуры, сопряжённых с национальным кодом развития. Процессы декодирования белорусской культуры в последнее время протекают форсированными темпами путём осуществления редукции концептов традиционализма, памяти и импликации элементов материализма в сочетании с практицизмом. В данном утверждении наблюдается определённое противоречие с существующими социокультурными реалиями. Почему? Культура в современном мире предполагает сплав тех или иных элементов. Попытка создания культурного «монолита» в многополярном мире приведёт лишь к его развалу по причине того, что реализация коммуникативных моделей в обществе является неопровержимым фактом его развития и благосостояния.

Глобализация, информатизация, цифровизация современного общества актуализируют проблему наличия культурного кода и необходимости его расшифровки, изучения механизма работы, особенностей функционирования. Культура стала все больше ассоциироваться со средой сохранения и возможной передачи культурного цивилизационного наследия [3, с. 216].

Библиографические ссылки

1. Мемепедия // Мемепедия [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/about-memes/> (дата обращения: 12.08.2020).
2. Википедия [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Меметика>. (дата обращения: 12.08.2020).
3. Данилов А.Н. Культура как геном цивилизационного развития // Вопросы философии. 2021. № 3. С. 215–222.

«GIVE-UP-ITIS» МИРА НОВЫХ МЕДИА: ПСИХОГЕННАЯ СМЕРТЬ ИЛИ НАСТОЯЩАЯ ЖИЗНЬ^{7*}

А. М. Бельский

*Центр социологических и политических исследований БГУ,
Ул. Академическая, 25, 220072, Минск, Беларусь
ksander_mogilev@mail.ru*

В статье автор на материалах репрезентативного республиканского социологического исследования представляет социальный портрет потребителей контента новых медиа, а также сопоставляет его с аналогичными характеристиками социальных субъектов, полностью отказавшихся от использования сети интернет. Отражаются и анализируются их отличия в разрезе половозрастной структуры, уровня образования, обеспеченности и места проживания. Производится социологическая интерпретация психологического конструкта «give-up-itis» с его реконструкцией в символической коннотации. Представленные материалы актуализируют разработку программ, направленных на включение старших возрастных групп в активное использование технико-технологических решений в повседневности.

Ключевые слова: *give-up-itis; новые медиа; медиапотребление.*

Стремительный рост популярности площадок функционирования новых медиа становится неоспоримой данностью современности. Только на начало две тысячи двадцать первого года аудитория Telegram, ранее характеризуемого как нишевый мессенджер для программистов, а ныне ни много ни мало самая популярная социальная платформа, превзошла отметку в полмиллиарда пользователей. При этом ежедневный прирост

⁷Публикация подготовлена в рамках поддержанного БРФФИ проекта № Г20М-037