

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

МЕМОЛОГИЯ КАК СПОСОБ ЭКСПЛИКАЦИИ ИНТЕРНЕТ-ИДЕОЛОГИИ: МЕТОДОЛОГИЯ ДЕКОМПОЗИЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИНТЕРНЕТ-МЕМА

Макаров Е. Б.

преподаватель Балтийского федерального
университета имени Иммануила Канта
(Калининград, Россия)
makarov33@mail.ru

Аннотация:

В данном исследовании рассмотрены методы экспликации и анализа политических интернет-мемов (ПИМ) — распространенных в сети коммуникативных единиц как знаковых конструкций. В первую очередь, автор коснется стойкости соотнесения понятия «мем» и семиологической системы через уточнение данных понятий и переход от принятого обозначения меметики к мемологии. В данном исследовании выдвигается гипотеза о существенной взаимосвязи между ПИМ и идеологическими предпосылками, а также о способах интенсификации их в интернет-пространстве.

В методологической части рассмотрена кодовая образная система представления информации и знаний на ее основе, а также высказаны предположения, почему их называют искусственно сформулированными идеологическими конструктами. Далее автор переходит к отождествлению представленных знаковых форм — мемов — как не нейтральных элементов в отношении трансляции этих знаний с использованием идеологических установок и представляет интернет-идеологию как способ знания, а интернет-мем как способ трансляции данного знания.

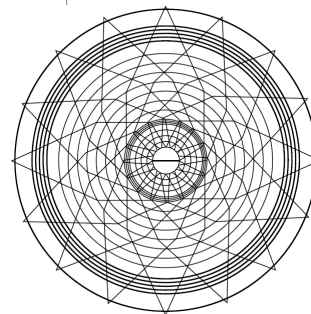
Автор предполагает, что актуальность, краткость, метафоричность и универсальность — необходимые условия для популярного интернет-мема, и последовательно переходит к критериям классификации ПИМ, разделяя их на категории: ось, функция сообщения, риторические приемы. Также в статье рассмотрены подходы к оценке эффективности ПИМ, такие как контекст, отклик и эмоции, то есть сформулированы основные критерии категоризации и анализа интернет-мемов. На примерах ПИМ из сети интернет автором сформирована таблица с последующим анализом и выводами.

Ключевые слова: мем, интернет-мем, интернет-идеология, политический мем, семиология

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



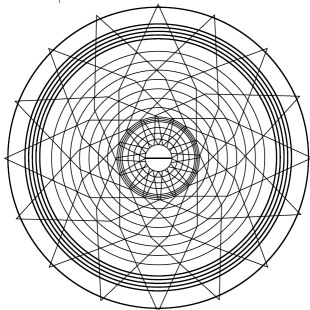
Введение

Интернет-мем — единица информации, привычный и позитивный элемент коммуникации в сети Интернет воспринимается нами как само собой разумеющееся. Однако мало кто задумывался, что мем как знак воспроизводит все наши мировоззренческие системы — знаковые и идеологические. «Знаки отсылают к идеологиям, а идеологии — к знакам...», — пишет У. Эко (2019, с. 184). Мем к тому же обладает определенной конвенциональной формой, воплощающейся в узнаваемых стилистических и риторических приемах¹, хотя последнее больше относится к семантике предлагаемого сообщения. Таким образом, мы говорим о выхолащивании и кодификации определенного коммуникативного элемента, имеющего имманентную связь со своим источником и одновременно каналом распространения — сетью Интернет. Остается связать мем и специфику его содержания и распространения в сети при помощи методов, выработанных семиологией. Известный теоретик и практик этой науки У. Эко отмечает: «В мире знаков, упорядоченных в коды и лексикоды, семиология выявляет идеологии, которые так или иначе отражаются в устоявшихся формах и способах сообщения» (Эко, 2019, с. 184).

Чтобы рассмотреть политический или, более того, идеологический аспект интернет-мема, а также методологию работы с данным понятием, следует обратиться к уже сформировавшемуся полю определений и комбинаторных ассоциаций вокруг этого феномена. Мемы являются повторяющимися сообщениями, которые быстро распространяются членами совместной цифровой культуры. Б. Виггинс и Г. Бауэрс сделали эти выводы на основе теории структуризации Э. Гидденса. Они считают, что меметические системы определяются наличием возникающего мема (измененная форма распространяемого носителя), который рекурсивно воспроизводится в процессе, в котором агенты придерживаются неустановленной, но известной структуры — «следы памяти», если использовать терминологию самого Э. Гидденса (Wiggins & Bowers, 2014). То есть наличие структуры само по себе предусматривает возможность образования меметических систем, так как содержит рекурсивные правила их воспроизводства, а также и сам материал для воспроизводства. Центральная мысль данной работы заключается в когерентной рекуррентности обеих систем — социальной и меметической в процессе их самовоспроизводства.

Также в данной работе приводится следующее определение Р. Милнера: «Мемы — это искусство поп-культуры, они могут дать представление о том, как

¹ Вспомнить хотя бы широко известный шаблон: «Нельзя просто так взять и ...». Завершает фразу версия автора, соответствующая нужному контексту и определяющая содержание мема.



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

«повседневные» медиатексты переплетаются с публичными дискурсами» (Milner, 2012). Как и любое явление поп-культуры или массовой культуры, мемы являются подражанием, о чем говорит Л. Шифман: они воспроизводятся различными способами имитации и распространяются на микроуровне, но формируют макроструктуру общества (Shifman, 2013). Об адаптации глобального на локальном уровне говорит и П. Колозариди. Вместе с тем она пишет, что мем — это не только текст, но и практика, так как мемы детерминируют поведение пользователей (можно отнести это к описанной выше структуризации Э. Гидденса) и при этом, оставаясь предметом народного творчества, мемы неразрывно близки с экономическим дискурсом (Колозариди, 2016), а значит, добавляем мы, служат мишенью всех акторов, соединяющих в себе политические, идеологические и властные амбиции.

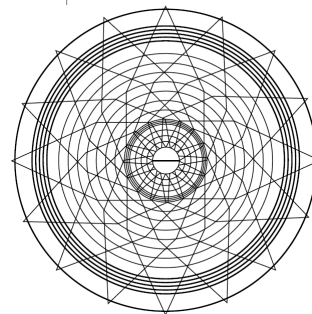
Ознакомившись с наиболее цитируемыми источниками, можно сказать, что политический аспект интернет-мемов также широко представлен в научном дискурсе. «Под политическим интернет-мемом мы понимаем специфический жанр интернет-коммуникации, представляющий собой реакцию на то или иное политическое событие, обладающий различной семиотической природой» (Шомова, 2015, с. 39). Под семиотической природой подразумевается следующая типология: визуальные, аудиальные и текстовые мемы; комплексные мемы — видеомемы и креолизованные мемы, представленные в виде картинок, снабженных подходящими по смыслу надписями (Федякова и Безбородова, 2020). В связи с этим можно добавить, что мем как знак — это сложный информационно-образный комплекс, открытый адресату (избирателю) в ходе политической (предвыборной) ситуации (Молчанова, 2017). Вместе с тем С. Шомова отмечает, что интернет-мем — это инструмент грамотного политического технолога. Продолжая эту мысль, С. Канашина выделила инструментальные направления, нацеленные на привлечение внимания, дискредитацию соперника, распространение пропаганды, создание определенного имиджа и повышение рейтинга политика.

Мемы являются универсальным языком и позволяют установить своеобразный контакт с избирателями, например, для выражения политического мнения, протеста или высмеивания (Канашина, 2018). При этом наиболее вирулентными являются негативные или агрессивные ПИМ, то есть мемы, созданные с целью ухудшения имиджа политической персоны, идеи, события (Шомова, 2019). «Интернет-мем становится реакцией на важные события и одновременно способом их интерпретации, фактически «читателю» указаны этические ориентиры, обозначено то, над чем можно и нужно смеяться, а над чем — запрещено», — говорит А. Олешкова (2017, с. 164). Здесь мы снова можем

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



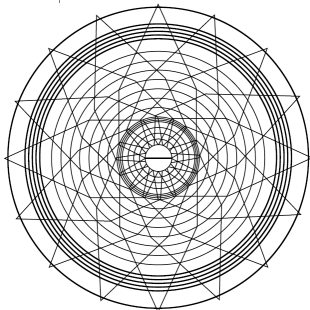
вернуться к структуралистской детерминации, так как структура формирует правила, а мем, как реакция на событие, образует систему ориентиров для интернет-обывателя, чтобы тот не отклонялся от консенсусного дискурса.

Последнее, о чем хочется упомянуть в ходе политического обзора, это то, что мемы не просто относятся к средствам политического или экономического дискурса, но и могут служить средствами информационных операций в когнитивной сфере. Специалист по теоретическим проблемам информационных войн И. Нежданов пишет, что символика, образы (мемы) используются для выражения идей и упрощения восприятия целевой аудиторией этих самых идей (Нежданов, 2016).

В плане подбора методологического инструментария для анализа структуры мема исследование литературы на официальных научных интернет-площадках не дало положительных результатов. Можно выделить исследование Л. Шифмана, он предложил структурировать мем на основе культурных ценностей, которым люди потенциально могут подражать, это содержание, форма и позиция. Поскольку два первых пункта интуитивно понятны, то для уточнения «позиции» приходится вводить еще три составляющие: а) структуры участия — кто имеет право участвовать и как; б) переключение фреймов (*keying*) — тон и стиль общения; в) коммуникативные функции по Р. Якобсону, о чем мы будем говорить дальше (Shifman, 2013).

Итак, большинство работ лишь эксплицируют очевидное: мем или интернет-мем — это знак, реакция на актуальные события, обладающий вирусным эффектом, медиавирус (Рашкофф, 2003). Подход к изучению данного феномена называют меметикой по аналогии с генетикой, так как первым, кто предложил это понятие в западной литературе в 1976 году, был английский биолог Р. Докинз (1993), хотя и до него проводилась аналогия между геномом и единицами информационного сообщения. Знак как социальный ген, — пишет в 1974 году советский философ М. К. Петров. Социальная наследственная сущность заключается в его способности фиксировать и неопределенно долго хранить значение. И если язык выступает как средство общения, то знак является носителем смысла и основанием того же самого языка (Петров, 2004). Мы не будем заострять внимание на повторном доказательстве данных выводов. Наша цель не просто проанализировать интернет-мем и выделить его основные составляющие, но и «прочувствовать» этот тип знаковых отношений, дабы выявить наиболее успешные инварианты, заключенные в дихотомии «содержание/смысл».

В нашем исследовании мы будем придерживаться советской и европейской лингвистической традиции 50–70-х годов XX века, построенной в основном на



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

сосюрковской оппозиции означаемого и означающего, важности социального контекста и теоретической проработке вопросов коммуникации и знаковых систем Р. Якобсоном. И в продолжение этой традиции мы будем использовать понятие семиологии и схожего с ним по словообразованию понятия «мемологии» (в противовес принятым сейчас семиотике и меметике).

Более того, гуманитарная историческая ретроспектива уже содержит соответствующее понятие на базе риторического дискурса: это энтимема — риторический силлогизм, когда важность рационального высказывания уходит на второй план, а на первый план выступает эффект сплачивания, складывающийся как техника внушения (Эко, 2019).

В лингвистическом словаре терминов Т. В. Жеребило приводится такое определение: «Энтимема [др. греч. ἐνθυμέμα] — аргумент, рассуждения, приведенные в сжатом виде, хотя при этом их недостающие части считаются очевидными» (Жеребило, 2010, с. 468).

Таким образом, мы спокойно можем вернуть понятие «энтимема» (или сокращенно — «мем») обратно в русло лингвистики, а «мемологию» — в иерархию семиологии.

Возвращаясь к названию статьи, нам следует определить, в какой мере интернет-мем связан с интернет-идеологией. Это и будет нашей **первой гипотезой**: установить, существует ли особая «интернет-идеология» и как с этим связаны популярные интернет-мемы. **Вторая гипотеза** исходит из того, что запоминающийся интернет-мем должен удовлетворять нескольким условиям: актуальность, краткость, метафоричность и универсальность.

Объектом исследования в данном случае выступает коммуникативное пространство сети Интернет. Предметом исследования — знаковая форма, определяемая как политический интернет-мем (ПИМ).

Основной теоретико-методологической дисциплиной, устанавливающей границы нашего исследования, является семиология, поэтому изучать проблему интернет-идеологии мы должны в этих рамках, иначе можно заиграться с понятиями и уйти далеко от сути поставленных целей и обсуждаемых гипотез. Вкладом данной работы в формирующееся поле исследований, посвященных модусам интернет-коммуникации, будет комплексный метод анализа мема или, в более широком плане, методология декомпозиции ПИМ.

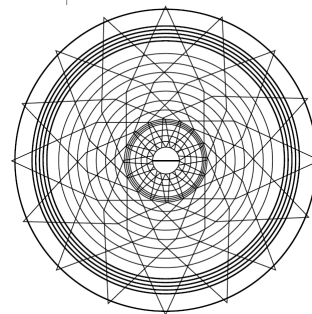
Методология

Для У. Эко понятие идеология, как и для большинства шестидесятников, имеет более широкое значение: «...все, с чем знаком адресат и та социальная группа, к которой он принадлежит» (Эко, 2019, с. 182). Вероятно, это потому, что они жили в

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

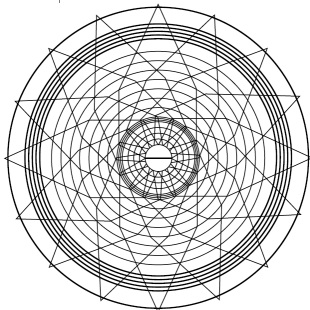
*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



мире противостояния двух систем — советской и североамериканской — и всякое действие или высказывание носило идеологический характер. Образы двух противоборствующих империй были сконфигурированы и изложены в виде системы знаний друг о друге, и каждая сторона обладала своим антагонистическим, удовлетворяющим ее образом, или идеологией. Идеология как система взглядов, понятий и представлений (Розенталь и Юдин, 1955) базируется на символических коннотациях, концептах, схемах и других знаковых выражениях. Все это в элементных позициях составляет определенный код — структуру идеального образа, воспринимаемого нами на сознательном и подсознательном уровнях. Как пишет М. Кастельс, власть над умами обладает неизмеримо большей силой воздействия, чем над телом, и осуществляется она благодаря коммуникации (Кастельс, 2020). В связи с этим интернет как сетевая империя экспансионистского типа, основанная на потоковых данных и коммуникации, обладает ошеломляющим эффектом. Она занимает то пространство социального субъекта, где ранее помещались индивидуальные (приватные) формы сознания, трансформируя их в общие шаблонные мировоззрения.

Для предыдущих этапов развития сети Интернет способы означения подразумевали технократическую идеологию, в буквальном смысле знания, доступные техническим специалистам, инженерам и программистам, создающим и онтологизирующим сеть как таковую. На современном этапе имеет место практическое знание — коммуникативный навык: пользователем интернета может быть любой человек, обладающий соответствующими техническими средствами, распространяющимися как объекты массового потребления.

Интернет-идеология — это способ знания всех обо всех и обо всем или, иначе, способ формирования такого знания в сетевом пространстве. «Лишь превратив знаемое в систему знаков, мы распознаем идеологию как таковую, когда, социализуясь, она превращается в код», — делает вывод У. Эко (2019, с. 182), или в более ранней советской терминологии М. К. Петрова — социокод (Петров, 2004). Именно всемирная сеть, охватывающая около 4,1 млрд. пользователей по всему земному шару (International Telecommunication Union, 2019), превращается в данном случае в массовый способ социализации знания. Вопрос лишь какого знания и кто его сообщает. Чтобы получить знание, продолжает далее В. Розин, требуются способы замещения и действия со знаком в процессе означения. В сознании человека, получающего знание посредством коммуникации, предмет начинает существовать двояко: сам по себе и как семиотический знак (Розин, 2001), то есть как объект и как его кодифицированное обозначение, что утверждал и У. Эко. Эта композиция кодируется на разных системных уровнях. Так, коммуникативную сеть



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

Интернет, с точки зрения семиологии, можно разделить на три базовых уровня: 1) формальный язык — программный код; 2) естественный язык — лингвистический код; 3) уровень репрезентации объектов и событий — коннотативные лексикоды, на которых строятся идиолекты замещения реальных объектов, но которые сами базируются на предыдущих двух уровнях. Собственно, интернет-мем и является одним из таких идиолектов, полисемическим знаковым выражением, интегративным кодом коммуникации, объединяющим разные системы (креолизованный мем), обычно — визуальную (иконический знак) и вербальную (текстовый знак). Хотя нам и предстоит это выяснить в ходе дальнейшего изучения, уже сейчас мы выдвигаем предположение, что полученный семиологический знак можно рассматривать как синтагматическое выражение, потому что оно выполняет те же функции, что и языковое сообщение: референтивную, эмотивную, конативную, фатическую, поэтическую и метаязыковую функции (Якобсон, 1985), направленные на создание психологической связи между отправителем и адресатом для установления и поддержания коммуникации. В дополнение к этому мы можем теперь сказать, что интернет-мем содержит в себе и идеологическую функцию. Далее мы перейдем к методическому и эмпирическому анализу представленных в сети примеров. В первую очередь анализу будут подвергнуты интернет-мемы политической направленности, так как нас главным образом интересует идеологическая сторона вопроса.

Метод

Основываясь на вышеизложенном материале, мы будем считать, что интернет-мем — это вид интегрированной коммуникации, обладающий свойствами знака, раскрывающий свой смысл согласно условиям, удовлетворяющим функционированию сообщений в интернет-среде.

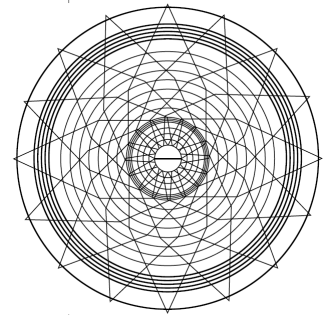
Далее мы смоделируем структуру анализа интернет-мема на основе качественных и количественных показателей. Во введении мы выдвинули гипотезу, что «удачный» интернет-мем, то есть получивший широкое распространение, или «вирусный мем», должен отвечать следующим условиям:

1. Актуальность — освещать повестку дня. По сути, интернет-мем выступает как означающее, вступая в отношения метонимии — кодифицированного социального коммуникативного консенсуса в отношении значимых для сети (индивидов и групп) событий, эксплицируя общее знание, а значит, идеологию. Интернет-мем выражает воззрения той или иной общности в актуальных контекстах — темах дня.

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



2. Краткость — лаконичность дает возможность «ухватить» смысл, не разбираясь в хитросплетениях эстетических и словообразующих форм;
3. Метафоричность — использование различных риторических и стилистических приемов, отвечающих ситуации. Так, сообщение должно быть понятно, смысл его должен формулироваться на основе конвенциональных, то есть узнаваемых приемов, доступных в языковой практике (узус) данного сообщества;
4. Универсальность — доступность продвигаемого смысла и эмоциональных реакций различным социокультурным общностям и группам: «Исследования выявили повторяющийся набор эмоций у различных культур», — указывает М. Кастельс (2020, с. 204).

Критерии классификации интернет-мемов

Ось

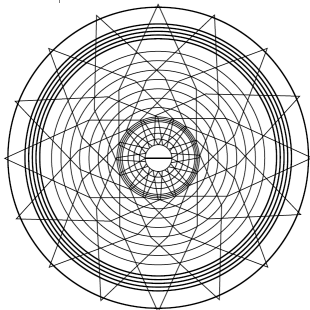
Первичным способом различения интернет-мемов в нашей модели будут факторы, как утверждал Р. Якобсон, которые действуют на всех уровнях языка. Селекция соответствует ассоциации по схожести и различию, комбинация — ассоциации по смежности. Проекция этих факторов различения по осям становится средством конструирования всей последовательности (Якобсон, 1985).

Функция сообщения

Мы будем использовать классификацию функций сообщений, указанных выше: референтивная, эмотивная (экспрессивная), конативная, фатическая, поэтическая и метаязыковая.

Риторические (стилистические) приёмы

Следующий пункт — смысловая основа мема — использование риторических приемов как техники аргументации. У. Эко выделяет двоякую функцию и понимание риторики: эвристическую — технику порождения, использования стилистических приемов, которые не нарушают наших ожиданий и обогащают их; и как хранилище омертвевших и избыточных форм, которые исчерпываются апелляцией к чувствам. Так как во введении мы указывали, что нашей целью является чувственное восприятие («прочувствовать смысл»), то под чувственным восприятием интернет-мема будем понимать то, что группа или индивид, основываясь на своих культурно-лингвистических кодах и установках, интерпретируют получаемое сообщение, интегрируя его в свое коммуникативное пространство (под которым в данном исследовании мы понимаем пространство сети Интернет), при этом трансформируя содержание и смысл сообщения. Таким образом, означаемое становится означаемым, как сказали бы Р. Барт и У. Эко.



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

Общедоступными способами интерпретации значения можно назвать следующие риторические приемы, выделенные У. Эко (2019):

1. Стилистические приемы (тропы): метафора, эпитет, метонимия, аллегория, синекдоха, сравнение, гиперболы, литота, перифраз, олицетворение, ирония.
2. Синтагмы с устойчивым иконографическим значением, которое передается особыми правилами и знаками, являющимися общим местом (например, шаблонные мемы).
3. Устойчивые коннотации, наделенные конкретным эмоциональным смыслом; означающее с устойчивой эмоциональной нагрузкой (например, «отечество» вместо «страна»).
4. Доказательства со стороны — использование иных средств, не связанных с высказыванием, но также вызывающих эмоциональную реакцию.

Критерии оценки социального взаимодействия

Контекст

Согласно теории взаимной детерминации, структура определяет язык, но и язык ограничивает структуру (Швейцер, 2012). Таким образом, чтобы можно было квантифицировать и операционализировать понятие социального взаимодействия в сети Интернет, мы должны учитывать контекст передаваемого сообщения (интернет-мема). Наилучшим способом будет использование функциональных особенностей сети, реализованных в технических приемах конвергенции естественного и формального языков, то есть широкое использование ключевых слов и специальных символов категоризаторов — хэштегов, которые сами по себе несут предикативную функцию для сообщения.

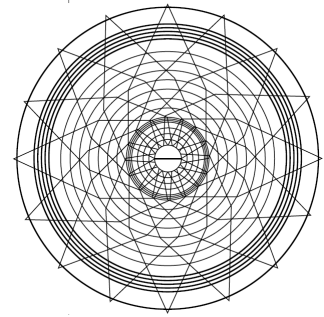
Второй немаловажный момент заключается в том, что, по утверждению М. Кастельса, эмоциональная эффективность сообщения зависит от контекста его восприятия (Кастельс, 2020). Так как по замыслу исследования мы находимся в поле идеологии, а идеология — сущность конкурентная, она направлена на формирование или переформирование мировоззрения определенной общности, то мы можем выделить особые приемы, связанные с методами конкурентной борьбы в данной области.

Эти методы объединены общим названием — информационная война, или более конкретно информационные операции. И в данном случае информационные сообщения следует разделять, как указывается в докладе по информационным приемам ведения войны для Конгресса США 2018 года (Congressional Research Service, 2018), на пропаганду (психологические операции), дезинформацию и мистификацию. Для этих понятий мы можем предложить

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



следующий релевантный контекст маркирования интернет-мемов: актуальное событие (АС), или вброс, как это определено у А. Манойло (Манойло, 2021), обман и художественный вымысел (миф).

Отклик

Данный пункт также характеризует эмоциональный отклик или чувственное восприятие сообщения. Так как эмоции должны провоцировать действие, хотя бы минимальное (например, поставить лайк), то успешное или вирусное сообщение можно определить по реакции интернет-аудитории на него. Через популярный мем можно ухватить настроение и повестку дня среди широких масс пользователей, замеряя обратную связь (лайки, комментарии, репосты и т. д.) Однако, как пишут эксперты (Cohen et al., 2021), это не очень эффективный путь для оценки, поэтому его можно учитывать, но не стоит делать при этом серьезных выводов.

Эмоции

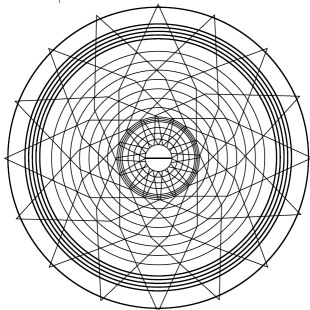
На основе изучения доступных комментариев и интерсубъективных критериев мы попытаемся выделить основную, базовую эмоцию, заложенную в сообщении (меме). Мы помним, что базовыми эмоциями в психологии по классификации П. Экмана являются: радость, страх, удивление, грусть, отвращение, гнев. Применительно к политико-идеологической сфере мы можем воспользоваться исследованием Э. Кастельса: в его описании эмоции порождают определенное политическое поведение.

Энтузиазм и страх (или тревога как производное от страха) являются наиболее важными эмоциями для политического поведения. Граждане, исполненные энтузиазма, привержены партийной линии, тогда как встревоженные граждане, чувствующие опасность, более осторожны, а значит и более внимательны к вариантам выбора.

Гнев приводит к опрометчивым, рискованным поступкам, так как проистекает из ошибочной интерпретации и недооценки реальных последствий событий. В ситуациях, когда угроза незначительна, акцент делается на информации, вызывающей гнев.

Надежда — это важный элемент политической мобилизации, активируется как мотивационный механизм изменения будущего в настоящем. Надежда и страх часто сливаются в политических кампаниях, так как страх необходим для выживания, а надежда помогает этой цели добиться (Кастельс, 2020).

Следовательно, управление электоральным, как, впрочем, и иным выбором предусматривает стимулирование тех или иных эмоциональных реакций для



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

достижения необходимого результата. А следовательно, ПИМ должен вызывать эмоции в «обход» рационального мышления как более глубинная основа механизма общей стратегии выживания.

Анализ политических интернет-мемов

Обобщая все методы анализа, полученные в ходе концептуализации, мы создали таблицу (см. [Приложение 2](#)), где агрегировали полученные данные. Для анализа были использованы интернет-мемы с политической окраской на различных социальных интернет-платформах и из поисковых систем (см. [Приложение 1](#)). Нет необходимости в конкретном указании платформ, поскольку высока вероятность, что размещенный там ПИМ всего лишь проекция (репост), а не первоисточник. Определение источников мемов — это отдельная большая работа, которая не удовлетворяет целям данного исследования, так как мы анализируем содержание ПИМ, а не их происхождение. Наша выборка состоит из 30 примеров.

Возвращаясь к гипотезе №2, где говорилось о том, что запоминающийся ПИМ должен удовлетворять четырем основным условиям (актуальность, краткость, метафоричность и универсальность) можно сделать следующие выводы. Актуальность в нашем исследовании содержится в понятии «контекст» (Таблица 1). Исходя из Рисунка 2, мы видим, что большая часть наблюдений (77%) относится к АС, то есть они являются актуальными событиями.

Краткость. Метафоричность. Универсальность.

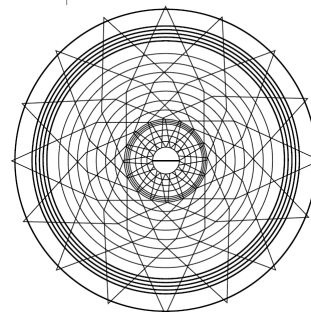
Далее на Рисунке 1 мы видим, что наиболее распространенными приемами являются ирония и устоявшаяся иконическая синтагма. Оба этих приема являются универсальным языком общения в интернет-среде и даже более того, иконическая синтагма, или, проще говоря, визуальный интернет-шаблон, является инвариантным знаковым сообщением, как в примерах №6, 7, 9 ([Приложение 1](#)) и др., так как адресат может догадаться о смысле сообщения без соответствующих языковых навыков. Здесь используется основное свойство знаковых систем — кодирование смысла в сжатых устойчивых формах, в данном случае в знакомых всем шаблонах. Это свойство используется для скорейшего донесения смысла через усвоенное ранее распознавание соответствующих визуальных форм, что и обуславливает краткость изложения сообщения.

Метафора находится на втором месте после универсальности, что также говорит в пользу популярности ее использования в ПИМ. Но если отступить от строгой терминологии и посмотреть на этот троп взглядом обывателя, то

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



метафоре можно придать более обобщенный характер, относя к ней также и художественную аллюзию, и метонимию, и сравнение.

Разделение по осям: комбинация — 14, селекция — 16, то есть почти 50/50. Это говорит о том, что выбранная плоскость ассоциации не влияет на формирование сообщений.

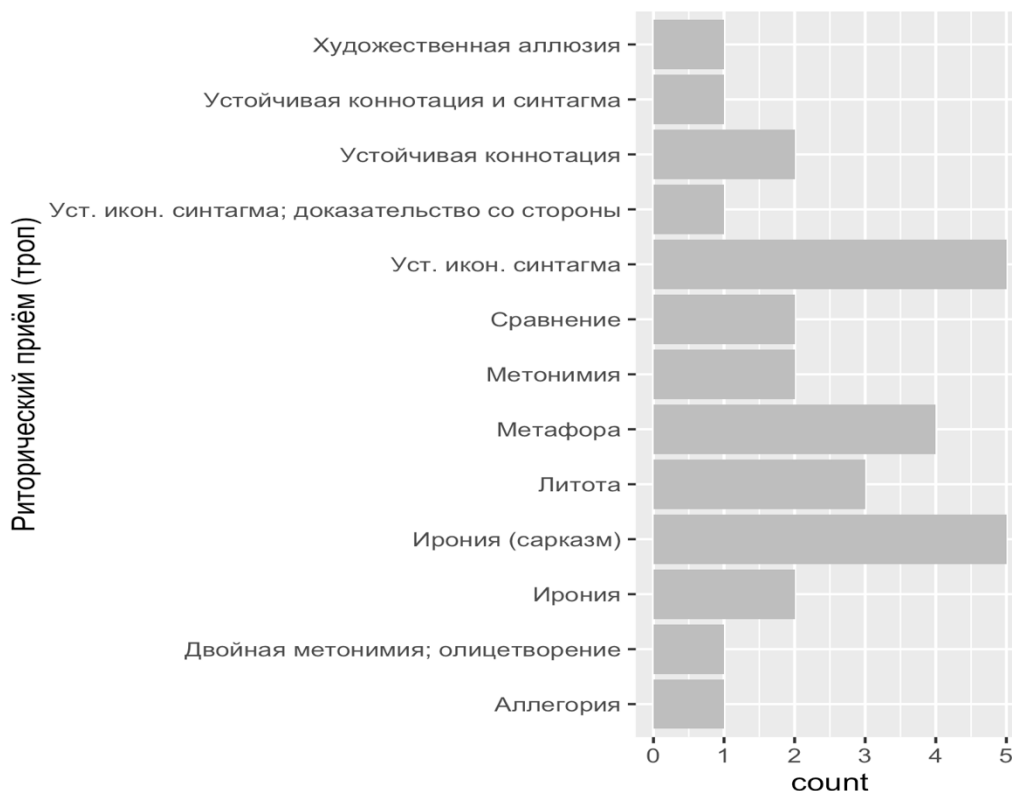
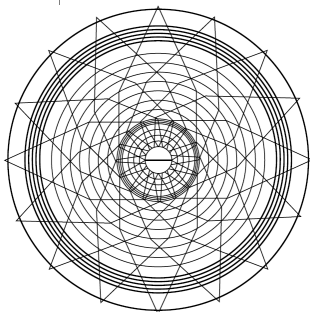


Рисунок 1. Распределение частот в стилистической риторике

Теперь мы можем вернуться к гипотезе №1, так как она будет содержать выводы, сделанные на основе второй гипотезы. Важно повторить, что ПИМ связывает АС с эмоциями через функциональную сущность сообщения (см. Рисунок 2). Зависимость отражается в классической трактовке Ф. де Соссюра, где означаемым выступает актуальное событие или контекст, а означаемым — функция сообщения. Благодаря этой старой и простой формуле адресат усваивает ту интерпретацию означаемого события, которую хочет до него донести отправитель. Событие как бы вырывается из одного контекста и перемещается в другой благодаря принятой интернет-социолексике. На языке современных западных исследований медиа это явление определяется как фреймирование (Кастельс, 2020).



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

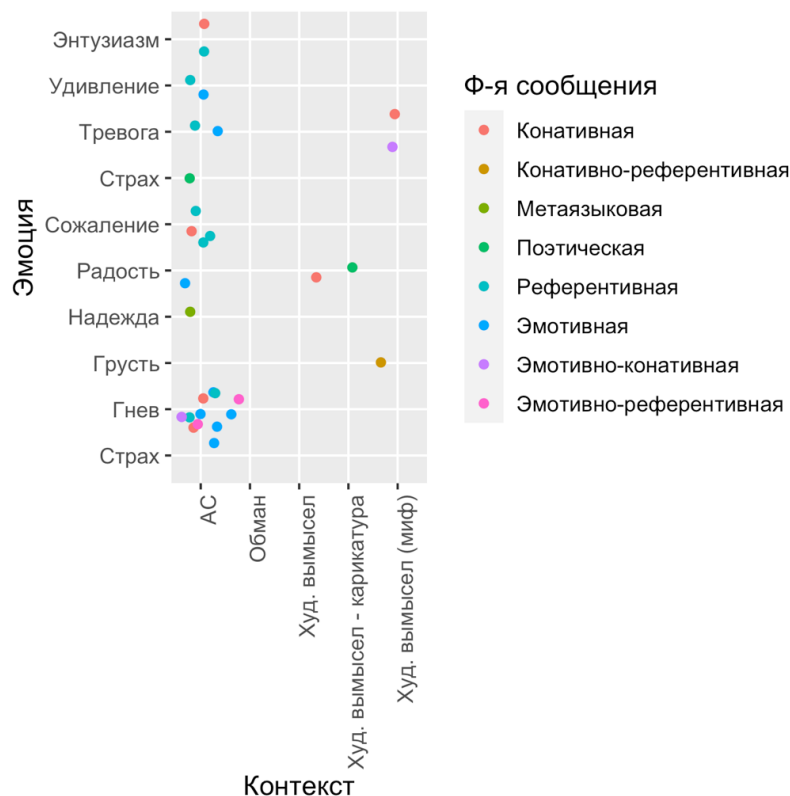


Рисунок 2. Функциональная зависимость контекста от эмоций

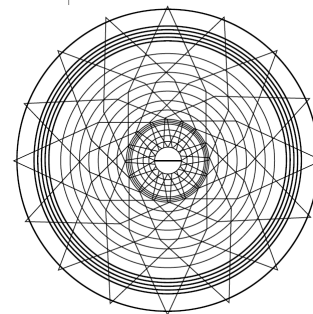
Как видно из Рисунка 2, гнев — наиболее яркая реакция в преломлении актуальных событий². Это является логичным, так как выше мы писали, что гнев вытекает из ошибочной интерпретации и недооценки событий и далее ведет к опрометчивым, рискованным поступкам. Именно это и требуется, чтобы спровоцировать действие в ситуациях с незначительной угрозой для выстраивания цепи каскадного перенапряжения. То есть любое незначительное событие сознательно масштабируется в коммуникативном пространстве через бессознательное эмоциональное поведение с целью повысить градус напряжения и перевести это событие из сферы виртуальной коммуникации в сферу действительного. Чтобы перейти к действию, степень желаемого должна превышать степень ограничений желающего, то есть желаемое должно выйти за внутренние границы индивида. Примеров тому много.

² Следует отметить, что автор отдает себе отчет о предельной субъективности данного параметра в этом исследовании. Для более релевантного анализа эмоций следует провести исследование по всем правилам социологической работы. Однако данная статья посвящена методологии и методу как таковым, и поэтому мы используем субъективные допущения для их апробации.

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



Как писал А. Зиновьев: «Чтобы идеология успешно выполняла свою функцию, она должна быть понятна каждому без особого образования или хотя бы при условии минимального пояснения, а также иметь широкую степень распространения и быть соадекватной реальности находящихся в ней людей» (Зиновьев, 2018, с. 26–27). Таким образом, ПИМ — идеальный знаково-идеологический комплекс (идеологема), удовлетворяющий данным условиям. Это актуальное и понятное сообщение на уровне простых эмоций, как было показано выше.

Заключение

В ходе исследования мы подтвердили обе гипотезы. Думать «мемично» — это думать понятно, шаблонно, или, по крайней мере, ограничивать себя общими рамками, чтобы находиться на волне конвенций, быть услышанным и понятым, быть в сообществе, быть как все. Индивидуализация имеет отрицательную выживаемость. Следовать распространенной идеологии — значит следовать сохранению себя.

Интернет-идеология заключается в том, что коммуникативная сеть Интернет, являясь техническим средством, нацеленным на увеличение производительности труда, на координацию управления и достижение повседневного комфорта, мимикрирует под витальную сущность, имманентную социокультурному антропогенезу. Сомнения отпали окончательно после анонсирования и появления различных проектов «Метавселенной».

БИБЛИОГРАФИЯ

Докинз, Р. (1993). Эгоистичный ген. Мир.

Жеребило, Т. (ред.). (2010). Словарь лингвистических терминов. ООО Пилигрим.

Зиновьев, А. (2018). Идеология партии будущего. Алгоритм.

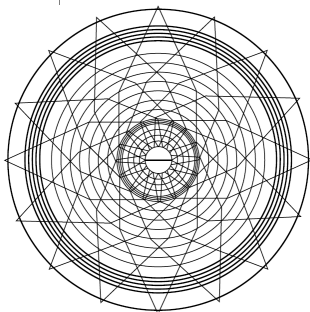
Канашина, С. (2018). Роль интернет-мемов в процессе политических выборов. Политическая лингвистика, 1(67), 67–73. <https://doi.org/10.26170/pl18-01-07>

Кастельс, М. (2020). Власть коммуникации. Изд. дом ВШЭ.

Колозариди, П. (2016). Мем о бесславии. Логос, 26(6), 219–235.

<https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/2uklh3jlt0/direct/201837656.pdf>

Манойло, А. (2021). Информационные войны и психологические операции. Руководство к действию. Горячая линия — Телеком.



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

Молчанова, Г. (2017). Когнитивный рефрейминг как эффективное средство предвыборной аргументации (сопоставительный аспект). Вестн. Моск. ун-та. Лингвистика и межкультурная коммуникация, 19(3), 7–15.

<https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-refreyming-kak-effektivnoe-sredstvo-predvybornoy-argumentatsii-sopostavitelnyy-aspekt>

Нежданов, И. (2016). Технологии информационных войн в интернете.

<http://bash.rosmu.ru/activity/attach/events/1283/01.pdf>

Олешкова, А. (2017). Интернет-мем как способ воспроизводства культуры. Общество: философия, история, культура, (8), 164–166.

<https://doi.org/10.24158/fik.2017.8.36>

Петров, М. (2004). Язык, знак, культура. Едиториал УРСС.

Рашкофф, Д. (2003). Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Ультра. Культура.

Розенталь, М., и Юдин П. (ред.). (1955). Краткий философский словарь. Гос. изд. политической литературы.

Розин, В. (2001). Семиотические исследования. Пер Сэ; Университетская книга.

Федякова, И., и Безбородова, С. (2020). Интернет-мемы как особая форма выражения коммуникативных целей интернет-пользователей. Л. Г. Юсупова, Ю. М. Мясникова (ред.), Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе: Материалы III Международной научно-практической конференции (с. 195–200). УГГУ.

<http://science.ursmu.ru/source/umid/doc/itog/Lingva2020.pdf>

Швейцер, А. (2012). Современная социолингвистика: Теория, проблемы, методы. Книжный дом Либроком.

Шомова, С. (2015). Политический интернет-мем: сущность, специфика, разновидности. Бизнес. Общество. Власть, (22), 28–41.

<https://www.hse.ru/data/2015/04/27/1098324363/Шомова.pdf>

Шомова, С. (2019). Развлекать и властвовать: образы российской власти и оппозиции в интернет-мемах. Вестн. Моск. ун-та. Журналистика, 10(3), 23–43.

<https://elibrary.ru/item.asp?id=39109028>

Эко, У. (2019). Отсутствующая структура. Введение в семиологию. АСТ, Corpus.

Якобсон, Р. (1985). Избранные работы. Прогресс.

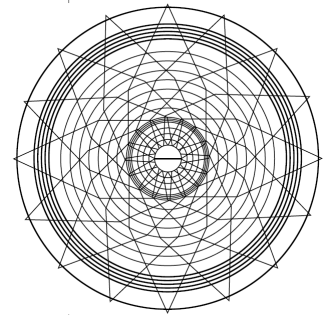
Cohen, R. S., Beauchamp-Mustafaga, N., Cheravitch, J., Demus, A., Harold, S. W., Hornung, J. W., Jun, J., Schwillie, M., Treyger, E., & Vest, N. (2021). Combating Foreign Disinformation on Social Media. RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/RR4373.1>

Congressional Research Service. (2018). Information Warfare: Issues for Congress. CRS Reports. <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R45142/5>

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



International Telecommunication Union. (2019). Statistics.

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Milner, R. (2012) The world made meme: discourse and identity in participatory media. [Doctoral dissertation, University of Kansas], KU ScholarWorks.

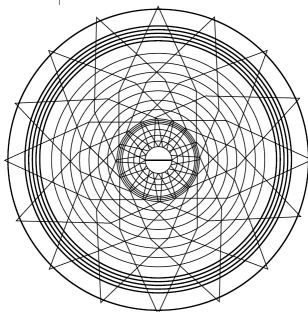
<https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>

Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3): 362–377.

<https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>

Wiggins, B., & Bowers, G. (2014). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886–1906.

<https://doi.org/10.1177/1461444814535194>



MEMEOLOGY AS A WAY OF EXPLICATION INTERNET IDEOLOGY: THE METHODOLOGY OF DECOMPOSITION OF A POLITICAL INTERNET MEME

Makarov E. B.

Lecturer at the Baltic Federal University

(Kalinigrad, Russia)

makarov33@mail.ru

Abstract:

In this study, the author considered the methods of explication and analysis of political "Internet memes", abbreviated as PIM, which are common communicative units in the Internet space, as iconic constructions. First, the author considered the "meme" concept and the semiological system correlation persistence through the refinement of these concepts and the transition from the accepted designation of memetics to memology. In this study, the author put forward a hypothesis about the significant relationship between the political Internet meme and ideological prerequisites, as well as about ways to intensify them in the Internet space.

In the methodological part, the author considered a code-shaped system for presenting information and knowledge based on it, also the author assumed why they called artificially formulated ideological constructs. After that, the author proceeded to the identification of the presented iconic forms – memes as non-neutral elements in relation to the translation of this knowledge using ideological attitudes and represents the Internet ideology as a way of knowledge, and the Internet meme as a way of broadcasting this knowledge.

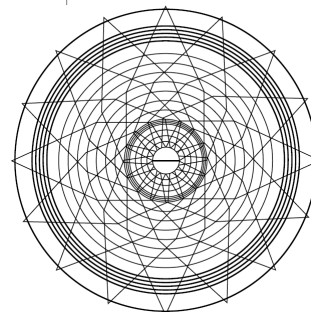
In the next part, the author showed and consolidated the idea that relevance, brevity, metaphoricity and universality are the necessary conditions for a popular Internet meme and proceeded sequentially to the criteria for PIM classification in the appropriate order and divided them into categories: axis, message function, rhetorical techniques. The author considered approaches for evaluating the effectiveness of PIM, such as: context, response, and emotions, i.e., formulated the main criteria for categorization and analysis of Internet memes. Using examples from the Internet, the author formed a table with subsequent analysis and legitimate conclusions.

Keywords: meme, Internet meme, Internet ideology, political meme, semiology

[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*



REFERENCES

Castells, M. (2020). *Vlast' kommunikatsii*. Izd. dom HSE.

Cohen, R. S., Beauchamp-Mustafaga, N., Cheravitch, J., Demus, A., Harold, S. W., Hornung, J. W., Jun, J., Schwille, M., Treyger, E., & Vest, N. (2021). *Combating Foreign Disinformation on Social Media*. RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/RR4373.1>

Congressional Research Service. (2018). *Information Warfare: Issues for Congress*. CRS Reports. <https://crsreports.congress.gov/product/pdf/R/R45142/5>

Dawkins, R. (1993). *Egoistichnyy gen*. Mir.

Eco, U. (2019). *Otsutstvuyushchaya struktura. Vvedenie v semiologiyu*. AST, Corpus.

Fedyakova, I., & Bezborodova, S. (2020). *Internet-memy kak osobaya forma vyrazheniya kommunikativnykh tseyey internet-pol'zovateley*. In L. G. Yusupova, Yu. M. Myasnikova (Ed.), *Aktual'nye voprosy lingvistiki, mezhkul'turnoy kommunikatsii i metodiki prepodavaniya inostrannykh yazykov v vuze: Materialy III Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* (pp. 195–200). UGGU.

<http://science.ursmu.ru/source/umid/doc/itog/Lingva2020.pdf>

International Telecommunication Union. (2019). *Statistics*.

<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Jakobson, R. (1985). *Izbrannye raboty*. Progress.

Kanashina, S. (2018). *Rol' internet-memov v protsesse politicheskikh vyborov*. *Politicheskaya lingvistika*, 1(67), 67–73. <https://doi.org/10.26170/pl18-01-07>

Kolozaridi, P. (2016). *Mem o besslavii*. *Logos*, 26(6), 219–235.

<https://publications.hse.ru/mirror/pubs/share/folder/2uklh3jlt0/direct/201837656.pdf>

Manoylo, A. (2021). *Informatsionnye voyny i psikhologicheskie operatsii. Rukovodstvo k deystviyu*. Goryachaya liniya — Telekom.

Milner, R. (2012) *The world made meme: discourse and identity in participatory media*. [Doctoral dissertation, University of Kansas], KU ScholarWorks.

<https://kuscholarworks.ku.edu/handle/1808/10256>

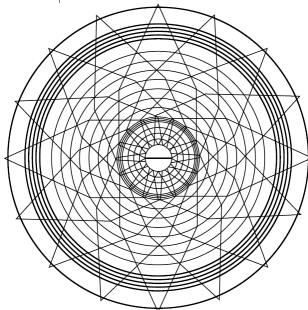
Molchanova, G. (2017). *Kognitivnyy refreyming kak effektivnoe sredstvo predvybornoy argumentatsii (sopostavitel'nyy aspekt)*. *Vestn. Mosk. un-ta. Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya*, 19(3), 7–15.

<https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-refreyming-kak-effektivnoe-sredstvo-predvybornoy-argumentatsii-sopostavitelnyy-aspekt>

Nezhdanov, I. (2016). *Tekhnologii informatsionnykh voyn v internete*.

<http://bash.rosmu.ru/activity/attach/events/1283/01.pdf>

Oleshkova, A. (2017). *Internet-mem kak sposob vosпроизводства kul'tury. Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, (8), 164–166. <https://doi.org/10.24158/fik.2017.8.36>



[Научные статьи]

Макаров Е. Б.

*Мемология как способ экспликации интернет-идеологии:
методология декомпозиции политического интернет-мема*

- Petrov, M. (2004). Yazyk, znak, kul'tura. Editorial URSS.
- Rashkoff, D. (2003). Mediavirus. Kak pop-kul'tura tayno vozdeystvuet na vashe soznanie. Ul'tra. Kul'tura.
- Rozental', M., & Yudin P. (Ed.). (1955). Kratkiy filosofskiy slovar'. Gos. izd. politicheskoy literatury.
- Rozin, V. (2001). Semioticheskie issledovaniya. Per Se; Universitetskaya kniga.
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. Journal of Computer-Mediated Communication, 18(3): 362–377.
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>
- Shomova, S. (2015). Politicheskii internet-mem: sushchnost', spetsifika, raznovidnosti. Biznes. Obshchestvo. Vlast', (22), 28–41.
<https://www.hse.ru/data/2015/04/27/1098324363/Shomova.pdf>
- Shomova, S. (2019). Razvlekat' i vlastvovat': obrazy rossiyskoy vlasti i oppozitsii v internet-memakh. Vestn. Mosk. un-ta. Zhurnalistika, 10(3), 23–43.
<https://elibrary.ru/item.asp?id=39109028>
- Shveytser, A. (2012). Sovremennaya sotsiolingvistika: Teoriya, problemy, metody. Knizhnyy dom Librokom.
- Wiggins, B., & Bowers, G. (2014). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. New Media & Society, 17(11), 1886–1906.
<https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Zherebilo, T. (Ed.). (2010). Slovar' lingvisticheskikh terminov. OOO Piligrim.
- Zinov'ev, A. (2018). Ideologiya partii budushchego. Algoritm.