

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт общественных наук
Кафедра социологии и политологии

**Репрезентация политических представлений молодежи в современном
фольклоре**

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работ
допущена к защите
Зав. кафедрой

дата подпись

Исполнитель:
Гахов Филипп Алексеевич,
обучающийся группы СПО-1601

подпись

Руководитель:
Рубцов Павел Владимирович,
кандидат исторических наук,
доцент кафедры социологии и
политологии

подпись

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ СОВРМЕННОГО ФОЛЬКЛОРА.....	8
1.1 Подходы к изучению современного фольклора	8
1.2 Современный фольклор и его типология	27
ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННОМ ФОЛЬКЛОРЕ	37
2.1 Современный фольклор в политической коммуникации	37
2.2 Политические предпочтения молодёжи в современном фольклоре.....	49
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	59
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	63
Приложение 1.	63
Приложение 2.	75

ВВЕДЕНИЕ

Основная и первостепенная задача социологии как науки – описывать явления изменяющие общество, способы взаимодействия и коммуникации. Многие тысячелетие человечество развивало словесность и письменность. Однако, XX век, благодаря огромным технологическим скачкам привнес в жизнедеятельность практически любого жителя земли не малое число новшеств.

Одним из самых значимых и ощутимых изменений стал интернет. Всемирная паутина не только отправила нас в онлайн, но и заставила полностью пересмотреть способы взаимодействия, коммуникации, торговли, а самое интересное – это создание необъятной площадки для творческой самореализации. Человечество всегда искало способ самовыражения, начиная с наскальных рисунков, времен первобытных людей, искусство развивалось, требовало все большие умения и навыки, однако информационная революция и здесь внесла свои коррективы.

Информационные технологии выступают сегодня мощнейшим инструментом, позволяющим человеку выживать в ускоряющемся жизненном ритме и приспосабливаться к новым быстроменяющимся ситуациям.

Ценностями виртуального дискурса являются демократичность общения, доступность получения информации, стирание временных и пространственных границ, свобода самовыражения, зачастую граничащая с вседозволенностью. Совершенно недавно в ряд плюсов уместно было добавлять некую анонимность данного дискурса, но к сожалению, множество усилий сегодняшних управленцев (имеется в виду правительственные аппараты разных стран) направлены как раз таки на деанонимизацию всемирной паутины, что породило собой приватные интернет сети, с запутанной структурой соединения (например, Tor).

Информационное общество со стремительным расширением

компьютерных сетей посредством экрана раздвинуло границы доступной информации. Информационные технологии стали способны не только имитировать, но и полностью симулировать действительность, создавать виртуальные миры¹. Если совсем недавно виртуальная реальность являлась исключительно плодом фантазии писателя или сценариста, то сейчас очки виртуальной реальности продаются в каждом магазине техники. Конечно, пока они не могут гарантировать полного погружения в виртуальные миры без применения фантазии.

Интернет сегодня выглядит совершенно иначе, чем задумывался (изначально применение интернета виднелось только в военных целях), кроме огромного количества деловых ресурсов (например, торговые площадки), всемирная паутина привнесла новый способ коммуникации, посредством форумов или социальных сетей. С появлением последних интернет просторы охватила «эпидемия визуализации».

Картинки, комиксы, «аткрытки», «мемы», все они незаметно и невероятно быстро стали частью жизни любого интернет пользователя. Проникнув в повседневную жизнь в виде стимуляторов хорошего настроения, интернет-мем покорила политтехнологов, став при минимальных затратах одним из самых удобных способов проникновения в разум аудитории, стоит отметить, что особо успешно-сделанные примеры мемов распространялись вирусно, то есть руками самой аудитории.

Таким образом, виртуальная реальность охватила все сферы человеческого существования. Фольклор как важный элемент духовности народа также был поглощен киберпространством. Виртуальная реальность, являясь частью культуры, всецело отражает в интернет-фольклоре все явные и неявные тенденции общественного сознания.

Через интернет совершаются покупки, сделки, выполняется работа, в виртуальном пространстве: люди знакомятся, дружат, становятся известными

¹ Ковалёва СЕ. Медиаобраз экрана в постсовременном пространстве: социально-философский анализ: дис.... кандидата философских наук: 09.00.11 / Ковалёва Светлана Евгеньевна; [Место защиты: Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева]. — Саранск, 2013. —С.30.

и т.п. Таким образом, интернет выступает социальной виртуальной реальностью, где человеческое сознание переплетается с информационными технологиями, где вырабатывается новая коммуникационная среда. Формируемое надгеографическое сообщество, как виртуальная реальность, есть социальный феномен нового типа.

Тема виртуальной реальности поднимается в работах как зарубежных (М. Кастельс, Ж. Бодрийяр, Ф. Хэммит, П. Бергер, М. Хайм, Н. Гудмен и др.), так и отечественных ученых (А.В. Ахутин, С.А. Борчиков, С.Ю. Опенков, Д.В. Иванов, И.Г. Корсунцев, П.Е. Солопов, Н.А. Носов, М.Ю. Орехов, В.И. Фалько и др.).

Рассматривая актуальность данной темы, нельзя не заметить, что среднесуточная аудитория у одного только «ВКонтакте» достигает 80 миллионов². Это огромное количество людей, которое растет с каждым днем, а из-за этого вызывает немалый исследовательский интерес. Сами же социальные сети являют собой не менее интересный феномен для изучения, некая отдалённость собеседника создает чувство и безопасности и не даёт возможности покинуть зону комфорта, но в то же время моментальный обмен сообщениями создаёт иллюзию присутствия, другими словами интернет в совокупности с социальными сетями помогает, хоть и не физически, сжать расстояние.

Объект исследования – фольклор в сети интернет.

Предмет исследования – репрезентация политических предпочтений молодёжи посредством фольклора в сети интернет.

Целью работы: изучение использования интернет-фольклора для выражения политических предпочтений.

Для достижения поставленной нами цели был выделен ряд следующих задач:

1. рассмотреть подходы к изучению современного фольклора;
2. изучить использование современного фольклора в политической

² Под данным «Аудитория ВКонтакте» за 2017 год.

коммуникации.

3. изучить репрезентацию политических предпочтений молодежи, на примере современного фольклора в социальных сетях.

Методология нашей работы основана на положениях диалектической логики, методах сравнительного анализа в социологической; она опирается на основные категории современной социологической науки.

Исследована теоретическая литература сопредельных общенаучных дисциплин, значимая для анализа такой комплексной проблемы, как «репрезентация политических предпочтений молодёжи в современном фольклоре». Основную организующую роль, определившую структуру и логику работы, сыграли принципы системности, деятельности, единства исторического и логического, диалектика общего, особенного и единичного и др.

Благодаря системному подходу с его установками на выявление структурных компонентов и отношений, поиски их специфической целостности, способов связи со средой, а также их динамики (функционирования и развития), мы определили понятия фольклора в социальных сетях в современном обществе; типологизируем современный фольклор имеющий политическую направленность и определим возможность репрезентации политических предпочтений молодежи в современном фольклоре. В данном системном объекте деятельность рассматривается как целеполагающий процесс, где средства и действия (операции), направлены на получение планируемого результата, что позволяет выявить основные единицы анализа культуры социальных сетей и фольклора.

Эмпирическую базу данного ВКР составили: данные социологического исследования, проведенного нами качественно-количественным методом (контент-анализ). Было проанализировано 700 изображений, весь контент имеет политическую направленность.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложений.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИЗУЧЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ФОЛЬКЛОРА

1.1 Подходы к изучению современного фольклора

В традиционной практике фольклор воспринимается как устное творчество. Словесный фольклор – искусство слова, передаваемое из уст в уста. В свое время открытие алфавита изменило традиционное представление, что отравило человечество в новую эпоху – письменности. Фольклор, который раньше существовал исключительно в умах, быстро переместился на бумагу.

Конец XX века принес ещё одну информационную революцию. Изобретение компьютера, а после и способа их связи между собой – интернет, тоже внесли свои коррективы в бытования фольклора. Некоторые словари определяют фольклор к конкретно заданным жанрам, будь то частушки или сказки. Однако не смотря на это во всех определениях есть одна общая черта это – «художественное коллективное творчество народа, отражающее его жизнь, воззрения, идеалы, принципы».

Главная отличительная особенность фольклора – безымянность автора, так и на просторах интернета трудно найти откуда «картинки растут». Информационные технологии развиваются с только нарастающим темпом, машины уже стали способны не только имитировать, но и полностью симулировать действительность, создавать виртуальные миры и реальности.

Таким образом, виртуальная реальность охватила все сферы человеческого существования, что бы сделать покупки теперь можно не выходить из дома, что бы просчитать оптимальный маршрут и не попасть ни в один затор достаточно лишь ввести пункт назначения, и это не говоря о том, что доступ практически ко всей информации мира занимает несколько минут, и опять же достаточно просто написать поисковый запрос. Как мы можем заметить, киберпространство поглотило обширный список сфер

человеческой жизнедеятельности, фольклор как неотъемлемая часть духовности народа не стал исключением. Важно различать интернет-фольклор и фольклор в интернете. Так, непосредственно с интернет-фольклором в интернет-среде стал активно бытовать постфольклор (например, различные анекдоты в сети и т.п.).

Для большей ясности дальнейших рассуждений следует определиться, что же мы понимаем под таким видом коммуникации, как коммуникация фольклорного типа. Прежде всего стоит напомнить базовые особенности фольклора как устного народного творчества в отечественном представлении.

Согласно российской исследовательской традиции фольклор может быть отграничен от других явлений культуры по следующим основаниям:

- устное бытование;
- без авторство (коллективность);
- широкая распространённость, выражаемая в функционировании различных форм фольклора (вариантов) по всей территории расселения этноса;
- вариативность (в разных локусах);
- творчески-эстетическая (художественная) основа.

Подробный критический анализ отечественного подхода к фольклору на фоне широкой западной традиции предложен в монографии Б.Н. Путилова³.

Главными ценностями виртуального дискурса являются анонимность, которая сегодня подвергается все большей угрозе со стороны властных структур; демократичность общения, экран и клавиатура создают ощущения тотального равенства всех участников; доступность получения информации, буквально полвека назад все было в библиотеках, теперь все библиотеки есть в интернете; стирание временных и пространственных границ, именно с этим многие ученые связывают появление нового поколения людей, для которых

³ Путилов Б.Н. Фольклор и народная культура. – СПб.: Наука, 1994. - 239 с.

несвойственно ограничивать себя одной комнатой, городом, страной; свобода самовыражения, зачастую граничащая с вседозволенностью.

Информационное общество со стремительным расширением компьютерных сетей посредством экрана расширило границы доступной информации. Информационные технологии стали способны не только имитировать, но и полностью симулировать действительность, создавать виртуальные миры⁴.

Таким образом, виртуальная реальность охватила все сферы человеческого существования. Фольклор как важный элемент духовности народа также был поглощен киберпространством. Виртуальная реальность, являясь частью культуры, всецело отражает в интернет-фольклоре все явные и неявные тенденции общественного сознания.

Для дальнейшего исследования следует выделить пять основных условий возникновения коммуникации фольклорного типа:

- 1) устный характер интеракций;
- 2) принципиальная и абсолютная незначимость первоисточника артефакта, получившего распространение;
- 3) наличие чётко выраженной и ясно осознаваемой всеми участниками коммуникации традиции, обнаруживаемой в правилах, жанрах, форматах, формах коммуникации, в том числе вписывание в традицию распространяемого артефакта (фон коммуникации);
- 4) отсутствие иных регуляторов отбора фольклорных артефактов, кроме коллективного вкуса и мнения (или минимизация иных форм отбора, таких как манипуляция, лоббирование, промоушен и др.);
- 5) приспособленность отобранных артефактов к сознательно неточной репликации (варьированию-импровизированию), закрепляющей фольклорное значение очередного артефакта.

⁴ Ковалёва С.Е. Медиаобраз экрана в постсовременном пространстве: социально-философский анализ: дис.... кандидата философских наук: 09.00.11 /Ковалёва Светлана Евгеньевна; [Место защиты: Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева]. — Саранск, 2013. —С.30.

М.В.Загидулина⁵ развивает основные положения теории интернет-фольклора, активно разрабатываемой в современных медиа-исследованиях.

Соглашаясь с мнением М.Д. Алексеевского об основных тенденциях данного исследовательского направления, автор предлагает восполнить одну из лакун – недостаток работ, посвященных самому типу фольклорной коммуникации и его особенностям в интернет-пространстве. Предлагается концепция пяти условий возникновения фольклорного типа коммуникации.

На примере крупного русскоязычного форума pikabu.ru (Пикабу) рассматривается, как вышеперечисленные условия помогают достигнуть коммуникацию фольклорного типа. Особое внимание уделяется самоидентификации пользователей – участников коммуникации, локальности такой самоидентификации. Также отмечается, что всемирная паутина должна рассматриваться как некий аналог реальности, а не гомогенная медиаплощадка.

Интернет-фольклор как особый объект внимания фольклористов, лингвистов, философов, специалистов по массовой коммуникации вычленен относительно давно (в конце 90-х годов XX в.) и на сегодняшний день имеет основательную библиографию. М.Д. Алексеевский выделяет четыре основные ветви исследований фольклора в интернете:

- сбор, классификация и анализ традиционных жанров с новым содержанием (сказки про компьютерщиков, частушки про сисадминов, отклики на современные события и т. п.);
- сосредоточенность на сетевой коммуникации программистов (интернетчиков) как представителей особой субкультуры;
- исследование жанров городского фольклора, размещённого в сети (например, анекдотов);
- сосредоточенность только на таких формах фольклора, которые

⁵ Загидулина М.В. Теория интернет-фольклора: коммуникация фольклорного типа и самоидентификация фольклорного типа и самоидентификация участников крупных форумов // Гуманитарные науки, 2015. Т.167.

бытуют исключительно в сети (например, фотожабы)⁶.

Интернет-фольклор можно назвать мерилем жизни в интернете, именно он реагирует на все тренды с ранее невиданной скоростью, стоит отметить, что помимо реакции зачастую содержится и оценка данного тренда, зачастую в виде саркастической подписи, или шутки на грани, а то и за ней, дозволенного.

Также фольклор отличается его особыми функциональными качествами, благодаря которым можно рассматривать изучаемый феномен в контексте бессознательного. Эксперты в области вирусной рекламы подчеркивают, что достойный экземпляр этой самой рекламы должен «воздействовать частично на бессознательном уровне, когда человек до конца не понимает, что именно его смешит в меме, сердит или раздражает». Это свойство делает фольклор все более интересным объектом для изучения, так как обращаясь к бессознательному, фольклор позволяет рассматривать более честную реакцию индивида, а не навязанную точку зрения.

С.Ю. Неклюдов в своем определении говорит, что «четвёртой формой фольклора (интернет-фольклор) является такая направленность на себя, как свойство киберреальности, формируемой в частности в рамках сети Интернет, куда, как живучий приспособляющийся к меняющимся условиям действительности «перетёк» и фольклор, приобретя статус интернет-фольклора.»

Всемирная паутина предоставляет большую мобильность для любого контента: его можно редактировать, пересылать и т.д., как следствие первоисточник найти практически невозможно. Поэтому, по мнению ученого, «интернет воспроизводит очень многие качества фольклора, причём ... дописменного, архаического, где господствует пластичность форм, где любой присланный текст можно переписать, дописать, урезать, продлить и так далее».

⁶ Алексеевский М.Д. Интернет в фольклоре или фольклор в Интернете? (современная фольклористика и виртуальная реальность) // От Конгресса к Конгрессу. Навстречу Второму Всероссийскому конгрессу фольклористов: Сб. материалов. - М.: ГРЦРФ, 2010. –С.154–157.

Исходя из вышеупомянутого мы сталкиваемся с постфольклорным сознанием, которое О.С. Жарова определяет как «совокупность мыслительных актов (включая желания индивида, его бессознательные инстинкты, представления, идеи, образы и его обязательства перед обществом), дающих человеку возможность существовать в обществе, сохраняя при этом свою аутентичность, индивидуальность, и форм их представления, присущих современному информационному техногенному обществу»⁷.

Благодаря постфольклорному сознанию ценности современного человека претерпевают сильные изменения. Так, например, всем известная «Сказка о рыбаке и рыбке» А.С. Пушкина, которая являет собой воплощение традиций фольклора, «в рамках современного общества приобретает иную аксиологическую ценность и идеологический подтекст, характеризующий духовные ориентиры современного человека - если раньше читатель был вправе сочувствовать бедному старику и осуждать жадную старуху, то современные реалии диктуют обратное»⁸.

По мнению А.В. Савченко и Т.И. Сусловой «фольклор как форма существования традиционной культуры и его актуализация в современном интернет-пространстве выполняет своеобразную функцию механизма сохранения единства, так как не дает культуре возможности распасться на изолированные исторические пласты и носит некий терапевтический характер»⁹ для сознания современного человека, возвращая его к традициям, создавая поле для использования жанрового – сплетни, слухи, суеверия, мифологемы прошлого и т.д., вписавшегося в уже совершенно иной и новый информационный уклад.

Из исследовавших интернет-разновидности фольклора следует отметить работы следующих авторов: М.Д. Алексеевский, А.С. Костина,

⁷ Неклюдов С.Ю. Постфольклор // URL:<http://postnauka.ru/video/9435> (дата обращения: 17.02.2018).

⁸ Жарова О.С. Интернет-фольклор как воплощение тенденций современного общества // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего. Периодическое научное издание. Серия: Социально-гуманитарные науки, Выпуск 06(28), 2015. Т.2. С.50.

⁹ Савченко А.В., Сулова Т.И. Философско-антропологические основания Интернет-фольклора как формы коммуникации //Credo New. 2008. - №4.

Д.А. Радченко, В.П. Рукомойникова, В.М. Розин, Ю.С. Ланская, Т.В. Быстрова, О.В. Фролова, Т.И. Сулова, и др. Также как и М.Д. Алексеевский считаем, что под терминов интернет-фольклор стоит понимать «только те фольклорные формы, которые существуют и распространяются преимущественно (а иногда и исключительно) в Сети». В роли примера выступают разного рода мемы, демотиваторы и мотиваторы, фотожабы, интернет-сленг (приффки, лол, имхо, okay, хз, кек, мематан, лалка, ЛюТя, эшкере и многие другие) и т.д.

Интернет-фольклор очень быстро обрел популярность, ранее невиданную для интернет трендов. Огромное количество людей пользуются мемами или другими формами интернет-фольклора каждый день, а там где участвуют большие группы, как правило, водятся большие деньги, поэтому особо предприимчивые стали искать способы извлечь выгоду, то есть коммерциализировать интернет-фольклор. Существует множество проектов для поднятия уровня продаж при помощи «мемо-брендов». А.А. Иудин считает, что «... понимание национальных особенностей языка и культуры дает прекрасный инструмент для проектирования брендов, прежде всего национальных, для углубленной проработки брифов и технических заданий в процессе стратегического планирования и креативного процесса создания бренда и рекламы»¹⁰.

Применения языковых конструкций в различных речевых ситуаций может быть описана в виде континуума переходов от ситуаций, характеризующихся предельно официальными отношениями между коммуникантами и сугубо официальной обстановкой, до ситуаций с предельно неформальной обстановкой общения и неофициальными отношениями коммуникантов. Условно-анонимное общение относится к последнему типу. В данном смысле фольклор перенимает «роль посланца эпох, является напоминанием об истоках культурного знания носителей

¹⁰ Иудин А.А. Архетипы в брендинге: специфика русской культурной традиции. – Нижний Новгород: ННПРППД-НИСШТ 2008. С.34.

языка». Современный фольклор – это некое особое средство производства, передачи, переработки и хранения культурной информации. Интернет-фольклор являет собой и средство сохранности и развития традиционных культур, и равнодушие к своей стране и даже сознательное отчуждение от неё и родного языка.

Метод передачи текстового блока в интернет-фольклоре и механизмы его создания приближены к устной форме.

Здесь, А.А. Петрова замечает, что «классический искусственный синтетизм стремился воссоздать архаический синкретизм, исподволь возвращающийся сегодня благодаря мультимедийным технологиям».

Каждый из языков являет собой открытую, саморазвивающуюся систему, которой свойственна синергия – стремление к саморегуляции и сохранности при когренном процессе взаимодействия его элементов и обмена с внешней средой. В данном случае, язык играет роль инструмента самоориентированного на реальность.

Фольклор как форма существования традиционной культуры и его актуализация в современном интернет-пространстве выполняет своеобразную функцию механизма сохранения единства, так как не дает культуре возможности распасться на изолированные исторические пласты. Самое главное дифференцировать сам фольклор в интернете и интернет-фольклор.

Содержание интернет-фольклора (его тексты), как и содержание фольклора в традиционном его виде являются зеркалом сознания индивидов (в нашем случае это интернет пользователи), практически каждая из новостей, также как и социальные явления совершают перевоплощения в интернет-мемы, кроме того, эти артефакты несут в себе то, что десятилетиями политтехнологи ищут способ определить – мнение электората.

История знает примеры, когда интернет-фольклор перекочевал в повседневный лексикон и жизнь. (например: «Йа Криведко»,

«Медвед»)¹¹.

Для дальнейшего рассмотрения темы выделим характерные для интернет-фольклора особенности:

1) Устный способ функционирования. В Интернете многофункциональность письменной речи восполнена набором графических символов-эмотиконов (смайликов), передающих различные эмоции.

2) Коллективное авторство. Каждый участник сетевой коммуникации может отредактировать и видоизменить исходный текст.

3) Вариативность. Вариативность текстов интернет-фольклора порождается коллективным авторством. Так например, всемирная паутина содержит в себе миллионы различных демотиваторов по одной теме.

4) Анонимность. Рассматривать эту особенность в серьез уже трудно, поскольку считать интернет полностью анонимными будет не совсем корректно. Министерства внутренних дел практически всех развитых стран могут с легкостью вычислить практически любого пользователя, за исключением использования анонимных интернет протоколов.

Интернет-коммуникация (Т.О. Рейли называет её форматом Web 2.0) подразумевает в качестве основы «архитектурного принципа подключение коллективного разума»¹².

Лингвисты уже не первый год отмечают, что коммуникация на просторах интернета, предполагает мгновенный отклик, что противоречит модели Лассуэлла, и более не корректно рассматривать прежними категориями устное-письменное. В отечественной исследовательской практике это также было изучено в ряде осмысленных работ¹³, вывод которых можно свести к признанию некой гибридной формы интернет-

¹¹ Алексеевский М.Д. Интернет в фольклоре или фольклор в Интернете? (Современная фольклористика и виртуальная реальность)//От Конгресса к Конгрессу. Навстречу Второму Всероссийскому конгрессу фольклористов. Сборник материалов. М, 2010. С. 151-166.

¹² О' Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютера. 2005. – Сентябрь. – URL: <http://old.computerra.ru/think/234100> (дата обращения: 17.0.2018).

¹³ Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: Автореф. дисс... канд. филол. наук. - Челябинск, 2005. –24 с.; Лутовинова О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. - 2008. - № 71. - С. 58-65.; Лысенко С.А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации: Автореф. дис.... канд. филол. наук. - Воронеж, 2010. -24 с.

коммуникации.

Д.А. Радченко, исследующая интернет-фольклор, говорит, что, при попадании во всемирную паутину, письменное слово далее живёт там по законам передачи из уст в уста¹⁴.

Интернет–фольклор на сегодняшний день представлен многочисленными в своём разнообразии течениями и жанрово-стилистическими направлениями: дневники, жанр письма в гостевых книгах, эссе. К наиболее оформившемуся и сформировавшемуся в стилевом смысле относится набравший популярность жанр танкетки.

Для интернет-фольклора характерны знаковые способы трансляции эмоций, ритма изречения, интонация, именно это превращает сухой печатный текст в нечто иное, обладающее живой интонацией, и позволяющее интерпретировать это как «устно-письменный текст» или «спонтанная речь»¹⁵. Отсюда следует, что созданные на просторах интернета площадки для коммуникаций отвечают первому условию возникновения коммуникации фольклорного типа: построение речи по законам построения устной речи (хотя и не является стенографированием устного слова и обладает гибридными свойствами).

Основание под номером два, оно же безавторство или коллективность. Эта часть требует отдельного рассмотрения. О неважности автора нам говорит отсутствие указания на авторство или подписи. Если рассмотреть пример, то любой мем может являть собой стоп-кадр из фильма, в таком случае, как определить автора? Предположим, что автором можно назвать того, кто сочинил подпись, но сама подпись может быть, например, пословицей, или любым другим устоявшимся выражением, которое в данной ситуации будет приобретать какой-то иной смысл.

Для более глубокого понимания особенностей и отличий традиций

¹⁴ Радченко Д.А. Современный кинематографический анекдот в условиях сетевой коммуникации // Первый Всерос. конгресс фольклористов: Сб. докладов. –М., Гос. респ. центр рус. фольклора, 2006. –Т.3. – С. 307-317.

¹⁵ Савченко А.В., Сулова Т.Н. Интернет-фольклор как возможность сетевой культурной самоидентификации // Connect Universum 2012. URL:http://connect-universum.com/btog/cornectuniversum2012_ru/22.html (дата обращения: 17.0.2018).

некоторых групп во всемирной паутине стоит прибегнуть крупным форумам. Англоговорящая часть интернет сообщества заполнена форумами с множеством «кружков по интересам», такие как 4chan.com, reddit.com, tumblr.com и другие. Рунет в попытках догнать создает свои аналоги, как например, «ВКонтакте» был создан по аналогии с «Facebook», также и pikabu.ru был «срисован» с 4chan.com. Англоязычная научная журналистика переполнена исследованиями коммуникативных особенностей 4chan.com и reddit.com. Отечественная научная публицистика только догоняет западную, и pikabu.ru совсем недавно привлек интерес больших исследователей, что может говорить о простом нежелании принимать вектор устремленный вперед, а наоборот, все больше и больше прятаться в консерваторских иллюзиях.

Исследование особенности коммуникаций англоязычных площадок показало, что это совершенно новая, поистине уникальная модель, со своими, разделяемыми всеми, правилами. В свою очередь коммуникация здесь способна одновременно разворачиваться и диахронно (то есть, во времени), и циклично, зафиксировав основополагающие этапы своего развития и создавая свою собственную историю. Заветы соскачившие с клавиатуры «бывалых юзеров» быстро перекочёвывают в мониторы «рекрутам» (новым «ещё совсем не грызших кнопки» пользователей). Отсюда следует, что большие форумы, на подобии 4chan.com или же reddit.com, должны обладать и обладают потенциалом обеспечения фольклорного типа коммуникации.

Настаивая на необходимости традиций, К.В. Чистов, отмечает, что из динамика не ссылается на моду, и «является живой реакцией на изменяющиеся обстоятельства, но точно оформляется в традиционном ключе»¹⁶. Так или иначе устоявшаяся практика интернет-коммуникации даёт понять, что пользователи ценят: новое, свежее, остроумное, что немедленно становится остро модным (и с такой же скоростью устаревают). Законы моды аналогичны как в интернете так и в реальности.

¹⁶ Чистов КВ. Народные традиции и фольклор: Очерки теории. - Л.: Наука, 1986. -303 с.

Нельзя не отметить, что именно традиция чаще всего и оказывается творческим стимулом, подобно тому, как далёкие времена, деревенские вечера могли простимулировать сочинение частушек, песен и т. п. (то есть, в данном случае если присутствует формат, требующий творчества, есть и творчество)¹⁷.

Четвертая, но не по важности, коммуникативная черта - отсутствие давления на поле коммуникации извне (это значит, что именно сами пользователи решает, что будет в тренде, а все «навязанные насильно», путем рекламы или «высосанные из пальца» проекты сделанные исключительно для наживы получают массовое неодобрение со стороны интернет-сообщества, так, например, с каждой новой серией фильмов «Форсаж» (англ. «The fast and the furious») интернет заполняет все больше мемов относительно уменьшения качества серии), также обеспечивает возможность разворачивание фольклорного творчества. Если рассматривать, например, pikabu.ru (Пикабу), то эта возможность гарантируется массовостью коммуникации. Механизм попадания в тренды построен на принципы бивалентных оценок (плюс или «лайк» является мерой одобрения, в свою очередь минус или «дислайк»), даёт возможность для исследователя видеть практически материальное воплощение принципов отбора в фольклорном типы коммуникаций.

Можно сделать предположение, что и в древние времена творческая деятельность носителей языка была намного обширнее и разнообразнее, чем те немногие отрывки фольклорного знания, что дошли до наших дней, однако нельзя не отметить, что и древняя жизнь трактовала фольклорную коммуникацию не столько для удовлетворения культурных потребностей, а в основном в обрядовых целях, например различного рода ритуалы, обряд и т.д.. В свою очередь это было подхвачено носителями языка и выражено в

¹⁷ Bergstrom K. 'Don't Feed the Troll': Shutting down Debate About Community Expectations on reddit.com // First Monday. 2011. V.16, No8. URL:<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3498/3029>, свободный.; Leavitt A., Clark J. Up voting Hurricane Sandy: Event-Based News Production Processes on a Social News Site // ACM CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 2014).- URL:http://alexkavitt.com/papers/2014CHI_LeavittClark_UpvotingHurricaneSandy_NewsProductionReddit.pdf, свободный.; Dundes A. Interpreting Folklore. – Bloomington: Indiana Univ. Press, 1980. –304 p.

передаваемых из «уст в уста»: пословицах, поговорках, легендах, баснях, частушках, сказках, песнях, дошедших до сегодняшнего дня. Однако, не менее интересным остается судьба тех элементов культуры, что были лишены широкой распространенности и оказались попросту невостребованными. Они просуществовав непродолжительное время и попросту исчезли во времени. А.М. Панченко проводя анализ скоморошеской культуры на Руси разделяет духовную культуру на «событийную и обиходную», отмечает, что «небывалость – основа события в культуре, а совокупность событий – основа культурной эволюции, даже если большинство событий оказываются однодневными»¹⁸. «Те же события, что не подвержены старению, переходят из событийного ряда в обиходный, становятся традицией, с оглядкой на которую возникают новые события»¹⁹.

Классический фольклор, практический пересекающийся с древним мифом, характеризовался мнемо-технической ясностью (основным способом передачи текста было устное толкование, в тоже время длинные тексты имели единичных или точечных носителей, как например летописи или былины), на сегодняшний день для «выживания» поста в информационном пространстве требуется массовое одобрение.

Новейшие платформы обмена информации позволяет вычленив из «общего культурного хаоса» определённые механизмы и критерии отбора, за базу которого взят уникальный для каждого отдельного форума аксиология (что приемлемо, а что нет).

Нельзя не заметить, что каждый крупный форум, выработавший свои правила и функционирующий по ним, в данном контексте может и должно быть рассмотрен как носитель сознания фольклорного типа, или даже фольклорного мышления. Если рассматривать присутствие бессознательной связи с мифологемами, которые являют собой характерные черты для данного этноса как фольклорное сознание (метафорическая нить

¹⁸ Панченко АМ Русская культура в канун петровских реформ. –Л.: Наука, 1984. С.102–106.

¹⁹ Там же. С.3.

пронизывающая поколения и связывающая их родством характерных образов), то фольклорное мышление следует охарактеризовать как некий «сознательный, интенциональный поиск коллективного отклика на собственное творчество»²⁰. Фольклорная модель творчества подразумевает под собой создание текста, который становится достоянием многих, коллективно одобряемого, не противоречащий традициям, а, напротив, ей сонаправленного, но в то же время не просто подражающий, а обладающий остроумной новизной. Отсюда следует, что ещё один немаловажный компонент фольклорной коммуникации крупных форумов – это воплощение коммуникации в формах и видах, фиксирующими традицию, сознательно-творческой интенцией, остроумными подходами.

Здесь мы видим, что для возникновения фольклорной коммуникации все основные пять элементов присутствуют в организационно-коммуникативных моментах крупных тематических форумов, таких как pikabu.ru, reddit.com, 4chan.com. Данные ресурсы могут послужить источником информации в исследованиях по пониманию процессов фильтрации и одобрения фольклорных форм.

Нельзя не отметить, что присутствие всех компонентов для возникновения фольклорной-коммуникации совершенно не гарантируют, что каждая коммуникация в заданных условиях будет порождать интернет-фольклор. За многие века существования этноса появились, перешли за границы своей локальности и твердо укрепились в устной форме передачи от поколения к поколению лишь несколько сотен артефактов фольклора, то мы можем только вообразить какое огромное количество артефактов было утеряно или забраковано по тем или иным причинам. На сегодняшний день, на крупных форумах можно наблюдать некую разноголосость, формирующую фольклорные смыслы и тексты. Вычленение именно той части коммуникации, которую мы можем рассматривать как фольклорную, –

²⁰ Загидуллина М.В. Журнализм и вызовы современных технологий: net-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вести. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. -2015. - № 5(360), Вып. 94. – С.20-25.

это очень серьёзная исследовательская задача, а организация коммуникационных площадок, которые в свою очередь обеспечивают фольклорную коммуникацию (традиция, селекция, творческий стимул, коллективность и гибрид устно-письменной речи), даёт нам возможность увидеть в них некую своеобразную метамодель генерации фольклора существующую вне времени.

При рассмотрении всемирной паутины как среды, нельзя упустить из виду её перманентную и достаточно крепкую связь с реальностью. Интернет нельзя назвать обособленным «виртуальным миром» (ни смотря на то, что на этапах становления в массах он трактовался именно так, что стало предпосылкой для появления субкультуры киберпанка), а наоборот, он являет собой дополнение реального мира. «Фольклор в Интернете превращается в реальность. А как можно назвать явления, к которым причастны не сотни и тысячи, а миллионы людей, творящих, использующих, воспроизводящих образцы интернет-культуры?» – именно от этого вопроса-утверждения начинают своё рассуждение А.С. Каргин и А.В. Костина. Безусловно, данное явление мы можем определить как «информационное общество», и «новое общение», но сама суть остается неизменной: развитие всемирной паутины «как средства и среды коммуникации способствует развитию в Интернете всех свойств, присущих коммуникации»²¹.

Говоря о бытовании традиционного фольклора в совершенно новой и непривычной для него среде стоит отметить работы описывающий и исследующий феноменов виртуального музея (Е.А. Зайцева «Компьютерная иконография народных музыкальных инструментов», М.А. Зенина «Сайт фольклорного музея в Интернете»), а также фольклор субкультурных сообществ (А.Б. Росляков «Личное оружие в Рунете: сообщество, субкультура и фольклор»).

Вопрос низкого уровня исследования интернет-фольклора можно

²¹ Кутыгин В. Что видишь за окном, – рабочий стол! Интернет и фольклор: сборник статей / Сост. А.В.Захаров. –М.: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009.

объяснить с некоторым традиционализмом и консерватизмом фольклористов. Некоторые же публицисты считают, что фольклор в сети попросту не может существовать. Каргин и Костина справедливо отмечают, что «очевидно, что фольклор, изменяющий формат коммуникации с устного на сетевой, начинает терять ореол аутентичности», однако не будем забывать что теряю некоторую «устную аутентичность», он вполне может приобрести свою, совершенно новую привязку, создавая при этом новые типы и форматы. Авторы говоря об «оцифровке» замечают, что при переносе записей фольклорных произведений будь то письменных либо аудиовизуальных, и попытки к обеспечению более или менее «свободного доступа» к ним во всемирной паутине, они теряют свою локальность, некоторую привязку к изначальному месту. Говоря другими словами, тиражирование одной-единственной записи («сингла», от англ. Single – один), которое даёт возможность в любое время и любом месте слушать то же самое, не имея визуального контакта с исполнителем, и не имея при этом ни проигрывателя, ни материального носителя, входит в некоторое противоречие со свойствами собственно фольклора, однако все это звучит как некая материальная привязка, индивидам «старой школы» несвойственны нематериальные ценности (помимо религиозных), без какого-либо телесного контакта (то, что нельзя пощупать, потрогать, ощутить – не существует, некая модель советского материализма).

Говоря о самом интернет-фольклоре, мы считаем, что его следует рассматривать наряду с множеством других феноменов, которые характерны новому информационному обществу. Иначе говоря, эта абсолютно новая форма фольклора занимает место в одном ряду с новой формой коммуникации и сопутствующими ей языковыми экспериментами, с новой формой литературы, предполагающей новый тип автора, с новой формой «портрета» личности.

Что же представляет из себя язык и текст интернет-фольклора? В общих чертах – это набор элементов, приемов, методов и видов «нового

фольклора».

Процесс заимствования интернет-жанров. Точнее говоря, речь идет даже не о заимствовании, а о некоторой форме одновременного бытования в различных языковых и культурных средах схожих-феноменов.

Совершенно новая, иная классификация фольклорных жанров заставляет задуматься над некой полисемией нового жанрового обозначения. Так, «у этого термина два толкования. Одно – общепринятое: старый, «бородатый» анекдот. Второе – скорее подразумеваемое: история, похожая на правду, но вызывающая сомнение в своей реалистичности».

А.А. Тертычный отмечает, что «жанровые различия существуют объективно как отражение разнообразия действительности, что и определяет возможность теории жанров»²². Говоря об этой точке зрения, стоит отметить, что сама неопределенность жанровых различий может означать неразличимость отдельных проявлений действительности, или иначе говоря – фактов. В свою очередь это делает невозможной не только журналистскую теорию, но и саму журналистику. Этот парадокс нельзя устранить постмодернистской декларацией конструируемой СМИ реальности, потому что остается неясным, из чего эта реальность будет конструироваться, если нивелированы различия фактов и их образов — жанров.

Журналистский жанр – это один из элементов метаязыка, или некий современный код, который и шифрует массовую информацию средствами массовой информации и дешифруется аудиторией. Предположим, что между СМИ и аудиторией существует понимание и что язык жанров в равной степени является языком СМИ и аудитории, отсюда получаем вывод об адекватности структуры жанрового разнообразия и целостного информационного образа реальности, т. е. «актуализированной реальности или виртуальной реальности».

Сложности связанные с выделением и отличаем жанров во всемирной паутине связана с тем, что один и тот же материал являет элемент гипертекста

²² См.: Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000.

и обычный текст. Как только он покидает просторы интернета, например печатается на бумаге, становится возможным обозначить жанровую принадлежность.

Если рассматривать гипертекст, каждый его элемент лишь в связи с другими приобретает и содержание, и форму, т.е. становится «смыслосодержащим текстом, но состоящим из разножанровых фрагментов — фельетон связывается с аналитическим обзором и содержит мультимедийную рекламную заставку, отсылающую к критическому публицистическому материалу. Кроме того, траектория движения читателя по гипертексту также слабо предсказуема. Поэтому определение жанровой принадлежности текста на основании его фрагмента становится некорректным».

Для выхода из этой методологической ловушки есть несколько решений.

Первое решение – определить жанр интернет-публикации в качестве отдельного типа как жанр *«гипертекстовых интерактивных публикаций»* при возможной дифференциации по значимости или незначимости этих качеств, т. е. В рамках конструкторов «плоский текст и гипертекст» и «пассивность – интерактивность». В поддержку такого подхода выступает общая специфика языка и стиля материалов выставленных в сеть, ставшая следствием особенностей как написания так и чтения текстов с экрана компьютера.

Второй – различать жанры по типу и свойствам – в том числе и технологическим – ресурсам, на которых размещается контент: жанр сетевых дневников – блогов; жанр новостных журналистских сайтов; жанр дискуссионных площадок – форумов; жанр аналитических статей; жанр экспертных оценок и мнений и т.п. Более тонкое различие приведет к выделению жанров: презентаций веб-проекта; анонсов публикаций; жанров ссылок и навигационных блоков сайта; справочного аппарата; жанра комментариев; мультимедийных блоков; рекламных вставок, интерактивных

элементов сайта и т. п.

Третий – различать жанры по типу дискурса порождаемого, публикацией, т.е. научного, событийно-фактологического, маркетингового, развлекательного и т. п.

Гипертекст побуждает к движению от одного окна к другому, формируя индивидуальную текстовую сборку в текстологическом пространстве. Теоретически из любой публикации по ссылкам можно добраться до любой другой – от страницы с кулинарными рецептами.

Не менее интересным остается вопрос вирусного распространения контента по сети. Дуглас Рашкофф выделил три типа медиавирусов:

Преднамеренно созданные медиавирусы, сознательно кем-то запускаемые, чтобы способствовать распространению какого-либо товара или идеологии. Примерами являются различные PR-ходы и акции.

«Кооптированные» вирусы, или «вирусы-тягачи», которые могут возникнуть спонтанно, но мгновенно утилизируемые заинтересованными группами с целью распространения собственных концепций. Сам Рашкофф приводит здесь в пример кандал вокруг Вуди Аллена и Миа Фэрроу, который использовался республиканцами для критики концепций демократов, а также эпидемию СПИДа, которая в свою очередь была использована консерваторами для обвинения гомосексуалистов и др. Если говорить чуть более просто, то это медиавирусы созданные благодаря тому, что оказались в нужное время, в нужном месте.

Полностью самозарождающиеся вирусы - медиавирусы, вызывающие интерес и распространяющиеся сами по себе. Примерами могут служить избиение Родни Кинга, новые технологии или научные открытия.

Отсюда мы можем понять, что интернет-фольклор, сам по себе может быть всех трех видов, но в то же время, существует и альтернативное мнение: некоторые авторы полагают, что «успешность мема... резко падает, если пользователь дешифрует его целевую задачу, осознает его как искусственный, навязанный (по американской терминологии: forced). Здесь

вообще возникает проблема: наиболее успешные мемы, как правило, зарождаются спонтанно; искусственные мемы быстро опознаются, не реплицируются и, строго говоря, мемами не являются»²³.

1.2 Современный фольклор и его типология

Современный фольклор поражает своим разнообразием. Не смотря на короткий период своего существования насчитываемое разнообразие новых артефактов все растёт. Всё больше исследователей обращают свой взор именно на современный фольклор.

Новый тип фольклора заполонил всемирную паутину, вместе с ней тренд подхватил и остальной мир, так, например, специалисты по рекламе уже широко используют новые технологии для продвижения брендов.

Нами проанализирован ряд статей посвященных проблеме типологии интернет-мемов, функционирующих в коммуникативном пространстве Интернета. Доказывается, что возможности классификации связаны с выбором адекватных критериев для описания мемов, отражающего их своеобразие.

В интернет-фольклоре – это знаковые способы передачи интонации, эмоции, темпа высказывания, что наполняет письменный текст живой интонацией и позволяет исследователям обозначить его как «устно-письменный текст», как «спонтанную речь». Попадая в Сеть в письменной форме, такой текст воспринимается как передаваемый из «уст в уста»²⁴. Интернет-фольклор сегодня представлен разнообразными жанрово-стилистическими направлениями и течениями: эссе, дневники, жанр письма в гостевых книгах.

К наиболее оформившемуся в стилевом отношении относится ставший популярным жанр танкетки. Танкетка представляет собой краткую

²³ Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры. 2014.

²⁴ Радченко Д.А. Современный кинематографический анекдот в условиях сетевой коммуникации // Первый Всероссийский конгресс фольклористов: сб. докладов. М., 2006. –Т.3. –С.307–317.

поэтическую форму, направленную на передачу созерцательного, медитативного настроения. Примеры танкеток: «Стихи. Украли ночь» (Георгий Жердев); «Не люби. Не меня» (Полина Вилуй); «Песок. В часах моря» (Роман Савоста). Впервые танкетки появились в сети Интернет (сайт «Сетевая словесность»). Они являются сегодня единственной твердой формой, работающей в новом поэтическом пространстве, не ограниченной традиционно сниженной тематикой, структурирующей поэтическое пространство. Любая серьезная, короткая твердая форма возникает тогда, когда существует многовековая традиция, исчерпавшая практически весь спектр эмоций и чувств, настроений и событий. Как считают исследователи, возникла она из «болтовни повседневности», и обнаруживает реальную связь с рекламными слоганами, обрывками бытовых разговоров, с SMS, сообщениями на пейджер и т.д.²⁵

«Эстетика лаконичных призывов, заложенная в слоганах, обретает в танкетке, с одной стороны, свое новое воплощение, а с другой – иную ипостась... Копирайтеры и креаторы всех мастей, ставшие уже примелькавшимися героями современной литературы (от В.Пелевина до Ф.Бегбедера и Х.Мураками), получили в танкетке возможность почувствовать себя независимыми от давления «заказа» и обрести путь чистого творчества»²⁶. Возможно, они пробуждают у современного человека вкус к лаконичным, быстро проговариваемым произведениям словесного творчества. Это также связано с тем фактом художественной практики, что любой феномен повседневной, нехудожественной жизни рано или поздно находит отражение в каких-либо художественных образах. Как, например, развитие медиа на Западе в XIX веке привело к теоретическому пониманию того, что газета является художественным произведением, а в XX веке – к художественному отражению газеты в реализме, дадаизме, экспрессионизме, а позднее – в сюрреализме, алеаторике, коллажном искусстве и «конкретной»

²⁵ Верницкий А., Циплаков Г. Шесть слогов в главном // Научный мир, 2005. – №2. – С. 157.

²⁶ Там же. С. 158.

поэзии.

Научное осмысление интернет-фольклора: актуальные проблемы и опыт исследования.

Исследователи мемов сходятся в том, что впервые этот термин появился в книге английского эволюциониста Ричарда Докинза «Эгоистичный ген» (в русском переводе звучало как «мим»). Сравнивая биологическую эволюцию и развитие культуры, ученый пришел к выводу, что «передача культурного наследия аналогична генетической передаче... — писал он. — Мне думается, что репликатор нового типа недавно возник именно на нашей планете. Он пока еще находится в детском возрасте, все еще неуклюже барахтается в своем первичном бульоне, но эволюционирует с такой скоростью, что оставляет старый добрый ген далеко позади. Новый бульон — это бульон человеческой культуры. Нам необходимо имя для нового репликатора, существительное, которое отражало бы идею о единице передачи культурного наследия или о единице имитации. От подходящего греческого корня получается слово «мимом», но мне хочется, чтобы слово было односложным, как и «ген». Я надеюсь, что мои получившие классическое образование друзья простят мне, если я сокращу «мимом» до слова мим. Примерами мимов служат мелодии, идеи, модные словечки и выражения, способы варки похлебки или сооружения арок. Точно так же, как гены распространяются в генофонде, переходя из одного тела в другое с помощью сперматозоидов или яйцеклеток, мимы распространяются в том же смысле, переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией...»²⁷.

В «Руководстве по мемам: путеводителе пользователя по вирусам сознания» Томас Бретт справедливо замечает, что «Мемы — это фундаментальные воспроизводящиеся единицы культурной эволюции. Заразные информационные паттерны, которые воспроизводятся паразитически, инфицируя сознание людей и видоизменяя их поведение,

²⁷ Докинз Р. Эгоистичный ген. 1993.

заставляя их распространять этот паттерн. Отдельные слоганы, лозунги – заклинания, музыкальные мелодии, визуальные изображения, изобретения, мода – типичные мемы»²⁸. Отождествление мема с универсальной единицей культурной наследственности, аналогичной гену, когда любая влиятельная идея рассматривается как репликатор, а информационная инфекция считается тождественной вере и убежденности, зиждется на мировоззренческом релятивизме и предвзятой антитрадиционности. Однако, стоит отметить, что находясь в веке информации, порой бывает невероятно трудно правильно её фильтровать, что на самом деле может привести дезориентации и потере ценностных ориентиров, в такие моменты можно легко поменять жизненный курс индивида при помощи тех самых ненавязчивых мемов.

Интернет-мем стремится не к точному воспроизведению, а скорее к искажению или по крайней мере к новым контекстам в широком смысле этого слова. Также это можно трактовать не как злостной корректировке, а скорее выражение своих идей, эмоций, ощущений. Появление в них часто неожиданно, а порой бессмысленно и абсурдно. Можно сказать, что жизнь интернет-мема, по крайней мере в начале его пути, не рутинна, а, напротив, неизменно креативна.

Возможности проявления игрового компонента в общении, как правило, связаны с использованием языка как средства достижения эстетических или творческих целей, которые чаще всего реализуются в виде установки на комический эффект. Свойства интернет-коммуникации определяют возможность возникновения новых, специфических источников комизма, природа которых обусловлена действием иных, отличных от используемых в традиционных сферах общения механизмов. Одним из таких источников (активность использования которого неуклонно растет) будем считать интернет-мемы.

Термином «интернет-мем» обозначают возникшее в первом

²⁸ Бретт Т. Руководство по мемам: путеводитель пользователя по вирусам сознания. 1995.

десятилетия XXI века явление спонтанного лавинообразного распространения в интернет-среде некоторой информации посредством разнообразных способов, а также саму эту информацию. Понятие «мем» впервые было введено Р. Докинзом, предложившим концепцию репликации по отношению к социокультурным процессам. В широком понимании мем — это некая «идея, образ, объект культуры (чаще нематериальной), который перенимается многими членами сообщества». Мемы могут представлять собой вербальные, невербальные и гибридные образования, которые объединяет два ключевых признака: воспроизводимость и высокая скорость циркуляции в Интернете. По мнению К. Страйкера, мемы постоянно обновляются, смешиваются, трансформируются, образуя все более сложный и специфичный вербально-визуальный язык интернет-сообществ.

Мем рассматривается как механизм передачи и хранения культурной информации. Очевидно, что спонтанному, неконтролируемому распространению среди интернет-пользователей некоей информации подвержена не всякая информация, а лишь та, которая каким-либо образом оставляет многих пользователей равнодушными к ней, вызывает интерес или порождает ассоциации. Мемы отражают культурные стереотипы и явления современной действительности, которые актуальны и интересны для интернет-пользователей. Так, мемы-персонажи представляют собой усредненные портреты представителей некоторых профессий (Коварный переводчик, Злая Училка, Филологическая Дева) или социальных слоев (Типичный Иммигрант, Провинциальный мэн); нередко мемами становятся животные или фантастические персонажи (Котэ, Собака, Философараптор, Ктулху).

Для достижения коммуникативного эффекта при реализации многих типов речевых жанров интернет-пространства, объединенных комической направленностью, оказывается необходимым включение интернет-мемов в структуру этих жанров. Использование интернет-мемов может преследовать разные цели — создание подтекста, актуализацию «фоновых», знаний

адресата, повышение экспрессивности, включение элементов игры, усиление оценочности и пр.

Актуальным представляется, прежде всего, исследование возможностей интерпретации подобных, «осложненных» присутствием в их структуре интернет-мемов жанров, основанной на активизации специфических средств образности и интертекстуальных взаимосвязях²⁹.

Сейчас существуют тысячи сообществ посвященных исключительно «мемам», комиксам, «аткрыткам» и тому подобного. И в большинстве из них более миллиона подписчиков. Так, например, в сообществе «1001 мем», что расположилось на просторах «ВКонтакте», более 2 миллионов подписчиков, там же есть сообщество «MDK» у которого в свою очередь более 10 миллионов подписчика, а у сообщества «Орленок» более 2,5 миллионов подписчиков.

Порой, интернет-мем может сделать что-то поистине не обыкновенное, так, например, один из сотрудников офиса IBM сфотографировав обычный кулер с водой и скинув фото к себе на компьютер - сделал подпись: «лучшее переговорное устройство» (в США в большинстве офисов разделены рабочие места, и именно у аппарата с водой можно перекинуться парой слов с коллегами). После того как этот шедевр попал в локальную сеть компании он достаточно быстро оказался в руках одного из директоров. Проявив немало креатива и смекалки, было решено, что теперь на каждом водомате вдобавок будет установлено настоящее переговорное устройство. Теперь сотрудники компании могут общаться у кулеров находясь в противоположных частях здания. Вот так шуточный мем перевернул с ног на голову офисную жизнь. Сегодня мемы в основном содержат сатирический юмор, социальные комментарии, или межличностные связи. Логическое основание - мультимодальности, апроприации, юмора, коллективизма и мгновенного распространения - имеют основополагающее значение для участия средств

²⁹ Нежуря Е.А. Новые типы креолизованных текстов в коммуникативном пространстве интернета // Теория языка и межкультурная коммуникация. –2012. –№2. –С.47–52.

массовой информации в более широком смысле.

В наши дни – активно бытующих в блогах, чатах, на форумах, в электронной почте; выплескивающихся в рекламу, на радио и телевидение, в печатную продукцию; пропитывающих речевую практику миллионов людей – стала мощным, хотя и скрытым фактором формирования общественного мнения и шире – современной ментальности; иначе говоря, социально-культурным явлением, с которым нельзя не считаться.

Интернет платформа дала широкий простор для творчества. После появления возможности добавления картинок, они так и посыпались. Сообщества и публичные страницы начали создаваться повсюду, сейчас это целый бизнес, основанный на рекламе и продвижении.

Причем у каждого отдельного «мема» есть своя история.

Рассмотрим несколько примеров интернет-фольклора, которые являются основой для большинства контента в интернете.

Один из самых популярных мемов Рунета связан с изображением, причем феномен популярности данного артефакта до сих пор остается загадкой. Это измененный рисунок Джона Лури, более известный как «Превед Медвед». Дебютировал на просторах интрнета он в феврале 2006 года. Однако, речь шла уже не копирование, а о достаточном ощутимом искажении. В основном менялся либо текст, произносимый «медведем», либо менялся сам герой знаменитой картинки. Но первоначально слова превед и медвед, появляясь в текстах или на изображениях разного рода, отсылали к рисунку Лури. Затем же и источник перестал играть какую бы то ни было роль, и многие о нем либо вовсе не знали, либо уже не помнили, что совершенно не мешало употреблять эти слова. В 2014 году этот самый мишка получил новый смысл, и в основном он употребляется для характеристики девушек о которых в свое время пел Газманов, то есть отныне, некогда несущий улыбку рисунок, перенял форму оскорбления.

Ещё один не менее популярный мем «Rage Guy» или просто «FFFUUU». Собственно, считается основоположником жанра «Rage Comics».

Персонаж, которого используют для выражения серьёзного разочарования, раздражения или просто неудовольствия в той или иной ситуации, получил огромную распространенность среди интернет пользователей. Неестественно перекошенное, полное нечеловеческой боли и негодования, выражающее зверский ужас, рожа из последнего кадра комикса а также обрывающееся восклицание «FFFUUU-». Стоит немного сказать о правильности написания фейса. Оптимальнее писать, конечно же, вот так - «FFFUUU», то есть три буквы «F», три «U», на изображении же должно быть 23 «F» и 22 «U» и дефис в конце. Чаще всего используют вариант «FFFUUU» или «FUUU». По-русски («фффууу») употребляется очень редко, так как это неправильно. Считается, что «FFFUUU» – это половина слова «fuck». Поэтому писать по-русски неправильно, хотя и в русском языке есть слово «фу». Оригинальное лицо часто переделывают в зависимости от смысла комикса. Добавляют усы, бороду, шапки и другие детали, а также меняют цвет кожи и пол.

Еще одним примером может стать «лицо кирпичом» или «Poker Face», считается, что его текстовый вариант придумали сразу же после изобретения покера. Мем «Poker Face» перешел в изображение, которое теперь нам всем знакомо, в 2009 году. Покер фейс не должен содержать никаких эмоций. Так, например, на одном из форумов объясняют его смысловую нагрузку: «Вот, к примеру, заходишь ты в супермаркет, чтобы купить водки, а тебе нет 18 лет. И стоишь, такой, на кассе, с каменным лицом, типа не при делах...». Мем «Poker Face» получили огромное распространение среди интернет пользователей, в первую очередь это случилось благодаря универсальности данного мема, он может быть использован в практически любом диалоге и при практически любом контексте.

Язык экранной культуры – это язык ярких образов, легко воспринимаемых и не имеющих особо глубокого содержания, не предполагающий аналитического мышления и понимания. Если подлинные символы культуры способствуют формированию сознания личности, обогащение мировоззрения, более углубленному пониманию

действительности, то знаки, наиболее доступные в пространстве экранной культуры, отличаются либо обедненным и поверхностным содержанием, либо означают то, чего нет в действительности (являются, выражаясь языком Ж.Бодрийяра, знаками без референтов или симулякрами)³⁰.

Клиповому мышлению отечественный философ Ф.Гиренок противопоставляет книжное мышление, как аналитическое и ориентированное на понимание³¹. Но книжное мышление в информационном обществе с экранной культурой утрачивает свою значимость, так как экран во многом вытесняет книгу. Несмотря на то, что книга также соединилась в диалектическом синтезе с экраном, результатом чего стало появление электронных ридеров, чтение как форма досуговой деятельности становится уделом преимущественно поколений, выросших в условиях книжной, а не экранной культуры.

Человек с книжным мышлением способен к постижению смыслов, пониманию, наиболее яркое воплощение книжное мышление проявляется в философствовании, так как во-первых, оно направлено на постижение сути явлений, а во-вторых, философия стремится к созданию универалистской целостной картины мира, выраженной в категориально-символической системе.

Но человек с таким мышлением без элементов клипового мышления будет трудно адаптироваться к условиям информационного общества, так как не сможет ориентироваться в потоках информации, ежедневно поступающих из масс-медиа. Как и в любой сфере человеческой жизни важен баланс. Исходя из этого, оптимальным соотношением между клиповым и книжным мышлением будет умение оперировать со значительным количеством информации, при этом отсеивать незначительную в данный момент, и углубляться, анализировать и интерпретировать те тексты или боки информации, которые являются наиболее важными и которые можно

³⁰ Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры - М.: Культурная революция, Республика 2006.

³¹ Гиренок, Ф.И. Метафизика пата (косноязычие усталого человека). - М: Лабиринт, 1995.

интегрировать в целостный субъективный образ объективной действительности. Человеку в информационном обществе требуется не просто работать с большим количеством информации и сортировать ее по степени важности, но и устанавливать взаимосвязи между многочисленными и изначально разрозненными информационными блоками – текстами. Именно в таком случае мы сохраним свое отличие от даже самых современных и мощных компьютеров, оперирующих со знаками, но по формальным признакам и не вникающим в их содержание.

ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННОМ ФОЛЬКЛОРЕ

2.1 Современный фольклор в политической коммуникации

Среди политических процессов одно из главных мест занимает коммуникация. Она является неотъемлемым элементом взаимодействия людей, групп, политических партий, государств и обеспечивает передачу информации, чувств, оценок, значений, смыслов, ценностей и т.п. XXI век привнес и сюда немало изменений. Четверть века назад политики то и дело разъезжали по городам и областям в поисках новых голосов, сейчас же этого попросту недостаточно, если целиком и полностью проигнорировать всемирную паутину, она ответит нелिцеприятным оскалом.

Политика выражает себя через систему коммуникативных действий. В 1950–1960-е гг. исследования политической коммуникации выделяются в самостоятельное научное направление. Подход к политике как системе коммуникаций и информационных потоков разрабатывали американские и немецкие мыслители Ханна Арендт (1906–1975), Карл Дойч (1912–1992), Никлас Луман (1927–1998), Юрген Хабермас (род. 1929).

Политическая коммуникация – это передача и обмен информацией, идеями, эмоциями, навыками, смыслами и т.п. в сфере политики с помощью разнообразных символов (слов, картин, графиков, музыки и т.д.) между субъектами политики и гражданами в ходе их формальных и неформальных взаимодействий.

Политическая коммуникация является важной профессиональной «средой» специалистов по связям с общественностью. PR-деятельность в сфере политики осуществляется через коммуникацию. Политическая коммуникация – это своеобразный механизм, посредством которого реализуется власть в обществе.

Она протекает на двух уровнях:

- формальный – через СМИ транслируются и воспроизводятся нормы и ценности, принятые в данном обществе, формируется общественное мнение;
- неформальный – используются личные контакты, связи, «закулисные переговоры» и т.п.

Информационные потоки в системе политической коммуникации также имеют три уровня:

- Первый уровень обслуживает органы власти и управления. Здесь в основном циркулирует служебная информация.
- Второй уровень образует информационную среду вокруг политических партий, групп интересов в виде программ, уставов и другой информации, связанной с их деятельностью.
- Третий уровень обращен к общественному мнению, массовому сознанию, политическому поведению.

Каждой политической системе свойственна своя сеть политической коммуникации, которая зависит от уровня социально-экономического прогресса и развития средств массовой информации. От состояния процесса политической коммуникации, в свою очередь, зависит эффективность политической системы, ее способность адекватно реагировать на внешние воздействия.

В процессе политической коммуникации передается три типа политических сообщений:

- побудительные (приказ, убеждение);
- собственно информативные (реальные или вымышленные сведения);
- фактические (сведения, связанные с установлением и поддержанием контакта между субъектами политики).

Направленность политико-коммуникативных процессов, их ориентация на диалог и взаимопонимание, доминирующие в обществе ценности,

«транслируемые» каналами информации, определяют уровень стабильности и эффективности политической системы.

Интернет-мем в последнее время завладел умами как теоретиков, так и практиков политической PR-коммуникации. Являясь проявлением спонтанного вирусного самовоспроизводства в сети различных информационных единиц (вербального, визуального или смешанного характера), сообщения-мемы, в силу своего вирусного характера, способны мгновенно «заразить» аудиторию и, по мнению многих специалистов, повлиять на поведение и установки людей. Именно активное использование новейших типов коммуникаций в свое время сыграло ведущую роль в победе на выборах американского президента Б. Обамы. Во время кампании активно использовались медиамемы, такие как: клип Эмбер Ли Эттинген – Obama Girl (Crush On Obama), и наложенную на музыку предвыборную речь самого политика «Yes, We Can», другие не менее успешные проекты, собравшие миллионы просмотров в США и мире. Также, во время праймериз, кандидат в президенты от демократической партии Хиллари Клинтон связала образ своего оппонента Дональда Трампа с известным мультфильм-персонажем лягушонком Пепе. А данным персонаж известен своего гнусностью и подлостью. Так кандидат на пост президента США (а точнее её штаб) собственноручно создали политический мем, который подарил образу уже нынешнего президента США дополнительную коннотаци&

Российская политическая коммуникация устроена иначе, если быть точнее то совершенно обратным образом. Интернет-мем зачастую направлен против официальных посланий лидеров.

Типология мемов, применяемых именно в политической коммуникации, ранжированная в соответствии с частотой использования:

- Персонажный мем (внимание на панчлайн в виде политика – совсем недавно, во время предвыборной гонки, особой популярностью пользовался Павел Грудинин в контексте «Кандидат от народа»)³²

³² См. пример рис. 1-2 в приложении 1.

- Ситуативные мемы/комиксы (случай В.В. Жириновского)³³
- Синтаксические мемы (отталкиваются от определенной структуры форсируемой фразы. Пример: «Х нет, но Вы держитесь»)³⁴
- Компаративные мемы (излюбленный инструмент оппозиционных сил. Пабрики, посвященный Ксении Собчак содержат множество примеров «до избрания\после избрания»)³⁵
- Двусоставный мем (завязка и следующий за ней панчлайн)³⁶
- Экзистенциальные мемы (подчеркивают безысходность: либо отрицательно влияют на публицитный капитал («приунывший» Медведев после фильма ФБК), либо играют роль развлекательного контента)³⁷
- Метамемы (мемы, которые напрямую реферируются с другими мемами — для их понимания необходимы сторонние знания. Особенно популярны мемы, отсылающие к массовой культуре — когда один политик изображается злодеем, а второй супергероем) Говоря о политической коммуникации, стоит отметить следующую особенность: господство персонажного мема с примесью дополнительных типов мемов (персонажно-компаративный мем и т. д.)³⁸.

Причина этого в том, что завириться может только политический мем, контекст которого понятен широкой Интернет-аудитории, а самый обширный политический ресурс — это личность. Также именно персона может дать повод для зарождения мема какой-либо из составляющих своего имиджа:

- Физиологические особенности (мемы, где В.В. Путин скачет на медведе без рубашки — попытка укрепить имидж сильного русского политика)
- Психофизиологические особенности (В.В. Жириновский ярко выражает свою позицию, чем привлекает внимание молодой аудитории)

³³ См. пример рис. 3-4 в приложении 1.

³⁴ См. пример рис. 5-6 в приложении 1.

³⁵ См. пример рис. 7-8 в приложении 1.

³⁶ См. пример рис. 9-10 в приложении 1.

³⁷ См. пример рис. 11-12 в приложении 1.

³⁸ См. пример рис. 13-14 в приложении 1.

Но на российской политической арене наибольшую популярность набирают именно персонажно-ситуативные мемы — в этом направлении преуспел политик Алексей Навальный, популяризируя:

- Свои версии событий: мем о нападении на политика с зеленкой понизил доверие к следствию
- Образ «я такой же, как и вы»: успешный мем с Навальным, поедающим лапшу быстрого приготовления во время рабочего перерыва
- «Бойцовскую позицию» через использование мемов, появляющихся после его задержаний (он сам размещает их на личной странице в Instagram)

К сожалению, важность этой формы коммуникации осознали не все политические силы. К тому же, работать в этой среде практически невозможно — искусственно придуманные и распространяемые мемы не находят отклик у аудитории, а ситуативные мемы (например, Д. Медведев, заснувший на открытии Олимпиады) не всегда играют на руку политической элите. Люди начинают выявлять навязываемые им мемы, что служит поводом для создания вторичного мема о меме (пример — мемизации бот-комментариев «раньше на выборы не ходил, а теперь пойду — за Грудинина», нанеся вред серьезности избирательной компании Павла Грудинина).

Распространению политических мемов способствует не только тот факт, что многие российские политики то и дело дают новые, неоднозначные информационные поводы. Дело еще и в том, что сам жанр меметического сообщения как нельзя лучше отвечает коммуникационным потребностям современной публики. Российские исследователи в области искусственного интеллекта отмечают, что «рунет захлестнула эпидемия "клипового мышления"»: внимание пользователя стало фрагментарно, неустойчиво. Средний пользователь не удерживает фокус внимания, не может воспринимать длинные тексты, никто не смотрит длинных роликов, контент должен быть мелко гранулированным, легкоусвояемым, читаться наискось, состоять из привычных образов, «мемов» и архетипов».

Миллионы пользователей новых медиа, пересылающие друг другу демотиваторы и, скажем, песни, посвященные депутату Госдумы Елене Мизулиной, возможно даже не знакомы с ее политической программой или оригинальными высказываниями на заседаниях нижней палаты парламента. Но мем, хорошо отвечающий уже сформированному образу политика, с энтузиазмом воспринимается аудиторией и реплицируется ею с высокой степенью активности. Однако, стоит, отметить, что именно Елена Борисовна, благодаря не желанию углубляться в вопросы, которые рассматривают, порождает немалое количество интернет-насмешек.

Кроме функциональной способности политического интернет-мема к мгновенной репликации, Шомова акцентирует внимание и на преимущественно ироничный характер большинства таких коммуникативных образований. Отвечая общей склонности интернет-аудитории к смеховой культуре (стебу, «приколу», сарказму), меметические сообщения иронического характера пользуются особым спросом в Сети. Дело здесь, по-видимому, в санационной, очищающей общественную атмосферу способности мема весело обсуждать серьезные политические вопросы.

Можно сказать, что, формируя абсолютно инновационную среду политического взаимодействия, задавая нестандартные форматы общения и апеллируя к постоянной активности пользователя, новые медиа конструируют одновременно и специфические методы использования человеческого рации, и особые технологии работы с коллективным бессознательным. В этом смысле интернет-мем является одним из наиболее любопытных инструментов в руках политтехнологов, обладающим – при грамотном и адекватном его использовании – серьезными возможностями воздействия на массовую аудиторию.

Изучение политической направленности интернет-мемов актуально как никогда. В первую очередь, ввиду уже имеющейся популярности этих единиц в Интернете, а тем более не стоит забывать, что популярность мемов

в месте с их численностью растёт практически в геометрической прогрессии, также нельзя забывать о пока ещё слабой изученности данной темы.

Тщательный анализ политического потенциала мемов выявил следующие особенности:

1) интернет-мемам как таковым свойственна высокая политическая окрашенность, что доказывается существованием большого количества интернет-мемов на политическую тематику. Эта политическая принадлежность идеально вписывается в и так злободневный и актуальный контент.

2) Всё интернет сообщество мгновенно откликается на мировые события, не оставляя без внимания политическую жизнь, так, мы можем сделать вывод, что помимо описания самого события интернет-фольклор показывает реакцию интернет-сообщества, что весьма ценно для исследователей.

3) Также, нельзя не отметить, что в использование современного фольклора текстовых и визуальных средств значительно увеличивает их политический потенциал, исходя из того, что картинки, фотографии, комиксы помогают более лёгкому восприятию материала, а также, такой информации гораздо легче воздействовать на подсознание аудитории. Именно значительная сила влияния текстов с визуализацией способствует активному использованию в политической коммуникации.

4) Современный фольклор имеет огромное количество аналогий с политической карикатурой. Также как и в карикатуре, большое количество интернет-фольклора построено на высмеивании и злободневности.

5) Современный фольклор пестрит использованием прецедентных феноменов, то есть легко узнаваемых языковым сообществом феноменов. Говоря другими словами, наблюдается некая схожесть интернет-фольклора и политической карикатуры на уровне жанровых признаков.

6) Интернет-фольклору, подобно политической карикатуре,

свойственна ярко-окрашенная юмористическая направленность, при этом целевая аудитория легко декодирует послание, что только помогает закрепиться артефактом нового вида в политической коммуникации.

7) Интересен тот факт, что не смотря на атмосферу юмора и веселья в интернете также можно наблюдать некую трагичность, ровно как и политической карикатуре. Политическая карикатура интерпретирует трагичность не как психо-эмоциональную окраску события или действия, а как некий конфликт идеального и реального, тоже самое мы можем видеть в продукте коммуникации нового типа, то есть в современном фольклоре (именно по такой логике построены компаративные мемы).

8) Как и политическая карикатура, интернет-мем на политическую тему имеет целью критику общественно-политических явлений с помощью художественных средств (сатиры, игры слов, гротеска и т. д.). Не смотря на это, нельзя не заметить, что политическая карикатура имеет профессиональные корни (хорошим примером здесь может служить карикатуры времен Великой Отечественной войны, целью которых была антифашистская агитация), говоря другими словами – это плод института СМИ. В тоже время интернет-фольклор являет собой порождение новой формы народного творчества, который создается, фиксируется и распространяется по средствам интернета. Авторство интернет артефактов зачастую анонимно, а сами мемы можно рассматривать как проявление коллективного мышления.

9) Современный фольклор, также как и политическая карикатура выделяется своей адресностью, лаконичностью, завершённостью.

Исходя из всего вышеперечисленного, мы можем сделать вывод, что современный фольклор можно рассматривать как некое перерождение политической карикатуры, только в данном случае, эта карикатура получает невиданный ранее тираж, разлетаясь по всемирной паутине за считанные минуты.

Современная отечественная политическая коммуникация породила уже

не малое количество артефактов, для более детального понимания рассмотрим некоторые из них, считающиеся популярными в интернет сообществе.

Президент Российской Федерации Владимир Владимирович, во время своего выступления на 70-й сессии Генассамблеи ООН, жёстко осудил «агрессивное внешнее вмешательство» в политику государств Ближнего Востока и северной Африки со стороны Соединенных Штатов Америки и стран Европейского союза³⁹. «Так и хочется спросить тех, кто создал такую ситуацию: вы хоть понимаете теперь, чего вы натворили?» - именно так с трибуны В.В. Путин указал западным странам на их чрезмерную убежденность в (далее цитата) «в своей исключительной безнаказанности» (явно отсылая слушателя к Американской политике исключительности). Далее, цитата с одной из описательных статей: «Яркий сентябрьский монолог президента, подкрепленный действиями российской авиации против террористов в Сирии, народ мгновенно разобрал на цитаты, а президент продемонстрировал мировому сообществу, что Россия готова на деле противостоять глобальным угрозам - в том числе и тем, что возникли благодаря неэффективной стратегии западных стран.». Однако, стоит отметить, что широкую популярность и «разбор на цитаты» данный эпизод приобрел не у всей аудитории а только у сторонников нынешнего президента.

Пять долгих Виталий Леонтьевич Мутко, недавний министр спорта и глава РФС, а ныне заместитель председателя правительства по вопросам строительства и регионального развития, «наслаждался плодами успеха» своей, успевшей стать легендарной, фразой «лет ми спик фром май харт». Однако, талантливый человек талантлив во всем, и все ожидания поклонников гения В.Л. Мутко были вознаграждены. На этот раз повод выдался не столь радостный - целый год FIFA сотрясали коррупционные скандалы и расследования в отношении высокопоставленных чиновников.

³⁹ См. пример рис. 15 в приложении 1.

Некоторые связывали это с попыткой США оказать давление на главу FIFA Йозефа Блаттера (в итоге он был отстранен от занятия футбольными делами на восемь лет).

Прибывшему в Цюрих Мутко был оказан жаркий прием со стороны журналистов, которые засыпали его вопросами о том, может ли кризис в главной футбольной организации повлиять на проведение чемпионата мира в России в 2018 году. Виталий Леонтьевич держался уверенно и выдал ряд запоминающихся фраз из разряда "Ноу криминалити"⁴⁰ (на вопрос о том, справедливо ли Россия получила право на проведение ЧМ-2018) и "туморроу будет евроассоциэйшн".

Заявления тут же приобрели популярность не только среди пользователей Сети, но и руководства страны. В конце года Мутко на свой день рождения получил от Владимира Путина англо-русский разговорник.

Выпустив в начале 2017 года расследование «Он вам не Димон», Навальный буквально всколыхнул мем-повестку. Высказывание «все было так хорошо, пока не появился Навальный»⁴¹ принадлежит журналистке Знак Екатерине Винокуровой. Она была организатором митинга 14 мая против сноса пятиэтажек. На акцию пришел и Навальный с семьей, но их практически сразу вывела полиция.

После митинга Винокурова дала интервью, где в слезах рассказывала об итогах мероприятия. Там и родился вышеупомянутый мем. Популярность данного мема можно объяснить следующим: в своем «интервью» (всё таки сложно называть минутный плач на камеру именно интервью) Екатерина вся в слезах рассказывает, что после появления Навального на организованном ею митинге, последовали «жесточайшие санкции». Во-первых, её удалили из всех районных групп в социальных сетях; во-вторых, из-за её удаления теперь никто не позовет её на

⁴⁰ См. пример рис. 16 в приложении 1.

⁴¹ См. пример рис. 17 в приложении 1.

шашлыки (ведь именно в этих группах и организовывались культурные походы для жарки мяса).

Такая реакция нем могла остаться незамеченной и стала поводом для создания огромного количества мемов.

Также в 2017 году в Российской Федерации прошла волна протестов, впервые за последние пять лет россияне по всей стране массово вышли на улицы. Самыми крупными акциями года стали акции сторонников Навального: 26 марта, 12 июня, 7 октября.

Первый митинг, посвященный антикоррупционному расследованию ФБК о владениях премьер-министра Медведева, запомнился большим количеством молодежи и таким же большим количеством задержаний. Символами акции стали кроссовки и уточки. Конечно же сначала интернет заполнили новости и фотоотчёты с протестных мероприятий, но реакция интернет сообщества не заставила себя ждать⁴².

В определенный момент власти и другие оппоненты Навального заметили, что оппозиционер активно использует и порождает мемы и решили ответить ему тем же оружием. Так появился «Конкурс свободного общения и творчества»⁴³ от Алишера Усманова, участникам которого предлагалось сделать мем, задевающий Навального, а в качестве призов были самые новые айфоны. «Свободное творчество» оказалось невероятно банальным, а мемы, выигравшие в конкурсе, выглядят так, как будто их создавали лет пять назад. Сам же Алишер Бурханович в последствии подобных конкурсов не проводил.

Также разошелся на мемы видеоролик, в котором Навального сравнивали с Гитлером, оригинал которого был поспешно удален. До сих пор неизвестно, кто именно заказал это видео, но ироничное сравнение Навального и Гитлера стало довольно популярной шуткой среди сторонников оппозиционера.

⁴² См. пример рис. 18-19 в приложении 1.

⁴³ См. пример рис. 20 в приложении 1.

Куда более удачной попыткой задеть Навального можно назвать мем «Сисян»⁴⁴. Он появился этим летом на анонимном имиджборде «Двач» и отсылает к пляжному фото политика, на котором он предстает не в самой лучшей физической форме.

Сам Навальный отнесся к мему с юмором, даже когда огромный баннер с фотографией вывесили на мосту в Новосибирске прямо напротив сцены, на которой он выступал.

В нашей работе мы неоднократно подмечали, что особенностью отечественной политической коммуникации – дискредитация оппонентов, что в очередной раз находит подтверждение в примерах выше.

После того, как оппозиция вышла на акцию 12 июня, стали раздаваться голоса о том, что «либералы Навального испортили людям праздник». Не смог промолчать по этому поводу и знаменитый ведущий Владимир Соловьев". В эфире своей радиопередачи он назвал вышедших на антикоррупционную акцию протеста «двумя процентами дерьма» и «стильненькими детьми коррупционеров».

Про «два процента» было сказано много. Соловьев за свои слова не извинился, а правоохранители не нашли в них ничего оскорбительного. Все почти забыли про эту фразу, пока о ней не вспомнил другой, гораздо менее одиозный телеведущий — Иван Ургант.

Его шутка про «соловьиный помет»⁴⁵ стала самой обсуждаемой темой дня, а у Владимира Рудольфовича, что называется, нехило «бомбануло» прямо в эфире России-1.

Кстати, Соловьев в 2017 году получил премию ТЭФИ как лучший телеинтервьюер. Впрочем, программа «Военная тайна» была признана лучшей просветительской программой за выпуск передачи о плоской Земле, так что статуэтка ТЭФИ не должна вводить в заблуждение.

⁴⁴ См. пример рис. 21 в приложении 1.

⁴⁵ См. пример рис. 22-25 в приложении 1.

2.2 Политические предпочтения молодёжи в современном фольклоре

Тонны картинок, мемов и прочих артефактов интернет-фольклора заполонили интернет. Это поистине новая форма коммуникации набирает все большую популярность даже в тех сферах, которые невозможно было спрогнозировать, так случилось и с политикой. Интернет-фольклор пробрался на «арену политического дискурса» и достаточно уверенно закрепился там. Но что же мы получаем от этого? Огромное количество низкосортного юмора? Просто забавные картинки? Или же это принять как новый способ понимания настроений электората?

Сегодня всё больше исследователей пытаются более досконально разобраться в современном фольклоре, выстраивают типологии, пытаются определить «идеальный мем» или способ его создания. Однако, этот вопрос до сих пор остается малоизучен.

Гипотеза нашего исследования основана на том, что весь интернет-фольклор связанный с политикой является не просто шуткой и позволяет понять политические предпочтения человека который поместил его к себе на страницу.

Выборка нашего исследования составляет семьсот (700) единиц политического интернет-фольклора, все они были добавлены к себе на страницу индивидами в возрасте от 14 до 25, что позволяет отнести их к возрастной группе молодёжь. Выборка строилась исключительно на политическом контенте, репост которого был совершен не раньше 1 апреля 2018 года. Для поиска достаточного количества интернет-фольклора было просмотрено более пятисот анкет пользователей «ВКонтакте».

Для полного изучения 700 единиц был выбран контент-анализ как наиболее подходящий способ для изучения большого массива данных и также позволяющий в полной мере отобразить все содержимое для получения наиболее точных результатов.

В нашем исследовании мы попытаемся типологизировать политический интернет-фольклор:

- Понять типы визуализации:
 - Рисунок;
 - Фотография;
 - Скриншот;
 - Мем;
 - Комикс;
 - Демотиватор;
- Выявить политическую направленность контента (для этого было выделены 4 основные социально-политических направления):
 - Либерализм;
 - Консерватизм;
 - Социализм;
 - Анархизм;
 - Невозможно определить;
- Типология политического фольклора
 - Персонажный мем;
 - Ситуативные мем/комиксы;
 - Компаративные мемы;
 - Двусоставный мем;
 - Экзистенциальные мемы;
 - Метамемы.

С полным списком можно ознакомиться в программе исследования.

В первую очередь мы типологизировали фольклорную принадлежность принадлежности.

Таблица 1. Типы визуализации

	Количество	% от общего
Фотография	283	41%
Мем	175	25%
Демотиватор	134	19%
Комикс	57	8%
Рисунок	36	5%
Скриншот	15	2%

Для дальнейшего изучения, стоит отметить, что для подробной типологизации стоит учесть множество факторов. Как мы можем наблюдать в таблице №1 преобладающее большинство контента является фотографией – 41%, второе место занял мем – 25%, на третьем месте разместился демотиватор – 19%. Это можно объяснить тем, что политическая направленность контента обязывает к какому-то ни было подтверждению, для этого чаще всего используются именно фотографии. Мем, занявший второе почетное место, можно объяснить тем, что в современной политической коммуникации использование мемов набирает всё большую популярность.

Абсолютный минимум у скриншота легко объясняется своеобразностью политической коммуникации. Так, например, львиную долю скриншотов связанных с политикой, занимали похищенные письма с почты премьер-министра.

Здесь же стоит отметить, что не смотря на популярность отдельных комиксов с представителями политической элиты в главной роли (например, случай В.В. Жириновского и его выступление с трибуны Государственной думы), мы не можем отнести их к контенту имеющему политическую направленность.

Таблица 2. Политическая направленность контента

	Количество	% от общего
Невозможно определить	530	76%
Либерализм	81	12%
Социализм	75	11%
Консерватизм	10	1%
Анархизм	4	>1%

Исходя из данных таблицы №2 можно сделать вывод, что у подавляющего большинства контента нельзя определить политическую направленность, связано это с тем, что большая часть всего политического фольклора направленно не на превознесение или пиар кого-либо, а наоборот, на дискредитацию и банального унижения оппонентов, в следствии чего просто определить политические предпочтения просто нельзя, можно лишь исключить тот, который данным артефактом высмеивается. Второе место либерализма раскроем чуть позже. Идеи социализма всегда прельщали людей по всему земному шару, однако, современная модель идеального государства не всегда обязана нести за собой большинство функций которые обязано выполнять социалистическое государство.

Таблица 3. Типология политического фольклора

	Количество	% от общего
Персонажный мем	187	27 %
Ситуативные мем/комиксы	152	22 %
Двусоставный мем	124	18 %
Компаративные мемы	101	14 %
Экзистенциальные мемы	93	13 %
Метамемы	43	6 %

Исходя из данных таблицы выше, мы можем наблюдать более равномерное распределение, это можно связать с тем, что данная типология была выделена специально для политического фольклора. Здесь 27% от общего числа артефактов занимают персонажные мемы, это легко объясняется тем фактом, что политика строится на отдельных персоне, так и данный тип мемов строится на них же. Ситуативные комиксы и их 22% расположились на втором месте, это можно объяснить тем, что суть политики это некая последовательность которая состоит из обещаний (данных политиком или политическим движением) – действий (выполненных для достижения обещанных результатов) – результат, к нему чаще всего и апеллируют ситуативные мемы, раскрывая его комичность с той или иной стороны.

Таблица 4. Возможно ли понять политические предпочтения

	Количество	% от общего
Нет	617	88%
Да	83	12%

Данные таблицы №4 что лишь 12% от всего контента предоставляют возможность для исследователя понять политические предпочтения разместившего его у себя на странице. Однако, не стоит забывать, что лишь в 24% случаев мы смогли определить политическую направленность контента.

Таблица №5. Имеет ли отношение к Навальному или деятельности ФБК

	Количество	% от общего
Нет	567	81%
Да	133	19%

Данные из таблицы выше показывают, что 19% проанализированного контента так или иначе относятся к деятельности А.А. Навального. Стоит отметить, что 62% (50 артефактов) контента, политическую направленность которого мы определили как либеральную, имеет отношение к деятельности Навального или ФБК (это 38% от артефактов связанных с Навальным и

ФБК). Здесь стоит отметить, что именно А.А. Навальный и «Фонд борьбы с коррупцией» одни из первых, на политическом полигоне России, начали активное использование интернет-фольклора, однако не всегда методы их использования соответствовали запросам аудитории. Здесь мы ещё раз сталкиваемся с некой проблемой авторства современного фольклора, исследователи ни раз отмечают, что целенаправленное создание мемов по заданной тематике совершенно не гарантирует широкий отклик в сердцах аудитории, а даже наоборот, в «искусственно созданных» мемах пользователь видит обман.

Таблица 6. Имеет ли отношение к президенту В.В. Путину

	Количество	% от общего
Нет	502	72%
Да	198	28%

Из таблицы №6 следует, что количество артефактов с участием Путина больше на 9% (28% против 19%), это можно объяснить тем, что в поствыборный период интерес к действиям переизбранного президента повышен, и все они требуют немедленного критического осмысления посредством мемов, также ажиотаж на мемы с Путиным вызвали недавние майские указы. Такую популярность мемов с действующим президентом можно объяснить деятельностью «Фонда борьбы с коррупцией», именно в их сообществах зарождается подавляющее большинство из них.

Таблица 7. Какую эмоциональную окраску имеют

	Количество	% от общего
Негативную	441	63%
Положительную	150	21%
Нейтральную	109	16%

Из таблицы №7 следует, что большая часть контента, а именно 63% несет за собой негативную эмоциональную окраску, как уже было сказано это связано с тем, что в таких случаях основная цель контента как можно

сильнее «вдавить в грязь» своего конкурента. Интересно отметить, что контент связанный с В.В. Путиным в большинстве своем имеет негативный окрас, это 69% (137 из 198 артефактов), однако, контент связанный с А.А. Навальным преимущественно имеет нейтральный окрас – 41% (54 из 133 артефактов).

Полученные нами данные позволяют сказать, что предположение относительно того, что политический фольклор даст возможность понять политические предпочтения поместившего его у себя на странице с одной стороны не подтвердилось, ведь всего 12% от общего числа изученных артефактов предоставляют такую возможность, но нельзя не заметить, что если рассматривать только тот контент, политический вектор которого можно определить, то получается в 49% случаев (83 из 170 артефактов), позволяет понять политические предпочтения владельца страницы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В нашей работе мы рассмотрели подходы к изучению современного фольклора, рассмотрели использование современного фольклора в политической коммуникации, а также изучили возможность репрезентации политических предпочтений молодежи на примере современного фольклора в социальных сетях.

Технический прогресс – неотъемлемая часть истории, с развитием технологий меняются способы передвижения, работы, коммуникаций. Начало XX века принесло множество изменений в нашу социальную реальность, так например, ещё совсем недавно для поиска необходимых данных приходилось тратить часы в библиотеке, а сегодня достаточно вбить запрос в поисковую строку.

Интернет совершил информационную революцию, которая перевернула с ног на голову понятие о коммуникации и её способах. Всемирная паутина своим появлением взбудоражила миллионы умов в поисках способов освоить её самым интересным способом, это привело к появлению интернета в том виде, которым мы его знаем сегодня. Социальные сети не просто способ общения – это уже стиль жизни. Они проникли в нашу жизни также неожиданно как появились.

Появление такой необъятной площадки для творчества как интернет не могло остаться незамеченным. Форумы и социальные сети стали причиной появления нового типа фольклора – интернет-фольклора. Сегодня каждый день «с конвейера мемов» сходят тысячи различных артефактов. Огромное количество сообществ и «пабликов» посвящённых только мемам с каждым годом имеют всё большую популярность, так, например, в 2016 году аудитория «MDK» составляла 6 миллионов, в 2018 это цифра уже перевалила за 10 миллионов.

Появление современного типа фольклора в политической коммуникации в первое время смущало экспертов, но сейчас все больше из

них ломают голову над тем как бы использовать в своих корыстных целях, стоит напомнить, что немалую долю от победы Барака Обамы эксперты отводят именно широкому использованию технологии политических мемов. В нашем исследовании мы рассмотрели разницу отечественной политической коммуникации и западной. Так, например, отечественные политтехнологии используют современный фольклор в основном в целях дискредитации оппонентов, западные политтехнологии считают правильным равномерное использование интернет-фольклора как для дискредитации оппонентов, так и для повышения статуса нужного кандидата.

В нашем исследовании мы рассмотрели лишь малую часть из них. Однако, наше исследование показало, что у изучения политических артефактов есть большие перспективы, ведь именно это сможет помочь предугадывать или даже манипулировать электоральным поведением.

Современный фольклор и его репрезентативные свойства имеют огромный исследовательский потенциал, так, например, специалисты в сфере рекламы и продвижения отмечают, что именно правильное использование современного-фольклора сотрудниками аппарата президента помогло полностью дискредитировать одного из кандидатов, стоит отметить, что в телевизионной сетке использовались гораздо более жесткие способы уничтожения оппонентов путём полного уничтожения имиджа через государственные СМИ, тогда как в интернет сообществе хватило пары десятков мемов с лихой подписью «кандидат от народа».

Мы полагаем, что в будущем будет возможно предсказывать итоги выборов исключительно из анализа интернет-фольклора. Однако, не стоит забывать, что прогресс не будет стоять на месте, и, вполне возможно, все подобные исследования будут нести некий рудиментарный характер, то есть будут попросту бесполезны в ещё более новом обществе.

Но пока не случилось очередной информационной революции, на изучение современного фольклора стоит бросить всевозможные «научные

силы», ведь именно при помощи него уже в обозримом будущем возможно перевернуть политическую коммуникацию с ног на голову.

Всецело интернет-фольклор обладает огромный исследовательским потенциалом, мы рассмотрели лишь малую, незначительную часть этого только набирающего обороты явления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеевский М.Д. Интернет в фольклоре или фольклор в Интернете? (современная фольклористика и виртуальная реальность) // От Конгресса к Конгрессу. Навстречу Второму Всероссийскому конгрессу фольклористов: Сб. материалов. – М.: ГРЦРФ, 2010. –С.151–185.
2. Алексеевский М.Д. Интернет и фольклор: материалы к библиографии 1996-2011 гг. // Традиционная культура: Альманах. – 2012. – № 3. - С.183-185.
3. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства: Автореф. дисс... канд. филол. наук. - Челябинск, 2005. –24 с.
4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры – М.: Культурная революция, Республика 2006. – 272 с.
5. Бретт Т. «Руководство по мемам: путеводитель пользователя по вирусам сознания» 1995г. 102 с.
6. Верницкий А., Циплаков Г. Шесть слогов в главном // Научный мир, 2005. –№2. –157с.
7. Докинз Р. «Эгоистичный ген», 1993г. 512 с.
8. Жарова О.С. Интернет-фольклор как воплощение тенденций современного общества // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего. Периодическое научное издание. Серия: Социально-гуманитарные науки, Выпуск 06(28), 2015. Т.2. С.50.
9. Загидуллина М.В. Журнализм и вызовы современных технологий: пет-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вести. Челяб. гос. ун-та. Филология. Искусствоведение. -2015. -№ 5(360), Вып. 94. – С.20-25.
10. Загидуллина М.В. Теория интернет-фольклора: коммуникация фольклорного типа и самоидентификация фольклорного типа и самоидентификация участников крупных форумов // Ученые записки

казанского университета. Гуманитарные науки, 2015. Т.167, Кн.4.

11. Запесоцкий А.С. Человек в информационно-коммуникационных сетях / Материалы круглого стола // Человек. –2012. –№5. –С.76.

12. Иудин А.А. Архетипы в брендинге: специфика русской культурной традиции. – Нижний Нпврппд- НИСШТ 2008. С.34.

13. Калмыков А.А. Информационное общество // Экономико-математический энциклопедический словарь. М., 2003. С. 188.

14. Кастельс М. «Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000, с.28.

15. Ковалёва СЕ. Медиаобраз экрана в постсовременном пространстве: социально-философский анализ: дис.... кандидата философских наук: 09.00.11 /Ковалёва Светлана Евгеньевна;— Саранск, 2013. -155с.

16. Курносов И.И. Информационное общество и Россия: особый путь//Информ-ревью.- 1997.- №4(24).- С.4-5.

17. Кутыгин В. Что видишь за окном, – рабочий стол! Интернет и фольклор: сборник статей / Сост. А.В.Захаров. –М,: Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009 С. 47.

18. Лаврухин А.Н. Информационное общество: надежды и результаты информатизации. М., 1989. Вып. 12. С. 43.

19. Лихачёв Д.С. Нельзя уйти от самих себя // Новый мир. –№6. – С.117.

20. Лутовинова О.В. Интернет как новая «устно-письменная» система коммуникации // Изв. Рос. гос. пед. ун-та им. А.И. Герцена. - 2008. - № 71. - С. 58-65.

21. Лысенко С.А. Взаимодействие устной и письменной формы существования языка в интернет-коммуникации: Автореф. дис.... канд. филол. наук. - Воронеж, 2010. -24 с.

22. Мелюхин И.Г. Информационное общество: проблемы становления и развития (философский анализ): Дис.... д-ра филос. наук. М., 1997. С. 26.

23. Нежура Е.А. Новые типы креолизованных текстов в

коммуникативном пространстве интернета // Теория языка и межкультурная коммуникация. –2012. –№2. –С.47–52.

24. Неклюдов С.Ю. После фольклора // Живая старина. 1995. –№1. – С.2–4.

25. Неклюдов С.Ю. Постфольклор // URL:<http://postnauka.ru/video/9435>

26. О' Рейли Т. Что такое Веб 2.0 // Компьютера. 2005. – Сентябрь. – С. 55.

27. Панченко АМ Русская культура в канун петровских реформ. –Л.: Наука, 1984. С.102–106.

28. Путилов Б.Н. Фольклор и народная культура. – СПб.: Наука, 1994. – 239 с.

29. Радченко Д.А. Современный кинематографический анекдот в условиях сетевой коммуникации // Первый Всероссийский конгресс фольклористов: сб. докладов. М., 2006. –Т.3. –С.307–317.

30. Радченко ДА. Современный кинематографический анекдот в условиях сетевой коммуникации // Первый Всерос. конгресс фольклористов: Сб. докладов. –М., Гос. респ. центр рус. фольклора, 2006. –Т.3. –С. 307-317.

31. Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу. М., 1989. – С. 51-69.

32. Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры. 2014г. - С. 2-7.

33. Савченко А.В., Сулова Т.И. Философско-антропологические основания Интернет-фольклора как формы коммуникации // Credo New. 2008. - №4.

34. Савченко А.В., Сулова Т.Н. Интернет-фольклор как возможность сетевой культурной самоидентификации // Connect Universum 2012.

35. Смолян Г.Л., Черешкин Д.С, Вертинская О.Н., Костюк В.И., СавостицкийЮ.А. Путь России к информационному обществу (предпосылки, проблемы, индикаторы, особенности). М., 1997; Концепция формирования информационного общества в Рос сии. 1999. [Электронный ресурс] // URL:

<http://www.iis.ru/1i bra rv/riss/riss.ru.html> (дата обращения: 17.0.2018).

36. Современные средства телекоммуникации: технологический и политический аспект // Телекоммуникации и информатизация общества. М., 1990. С. 73.

37. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М., 2000 - 167с.

38. Трушина И.А. Этика библиотекаря: моральный закон внутри нас: опыт разных. 2008.

39. Чистов КВ. Народные традиции и фольклор: Очерки теории. - Л.: Наука, 1986. -303 с.

40. Чупров В.И., Зубок Ю.А. Социология молодёжи. –М., 2011. –С.297.

41. Щурина Ю.В. Интернет–мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого гос.унив-та., 2014. –С. 59.



Рис. 1. Пример персонажного мема



Рис. 2. Пример персонажного мема



Рис. 3. Пример ситуативного мема



Рис. 4. Пример ситуативного комикса



Рис. 5. Пример синтаксического мема

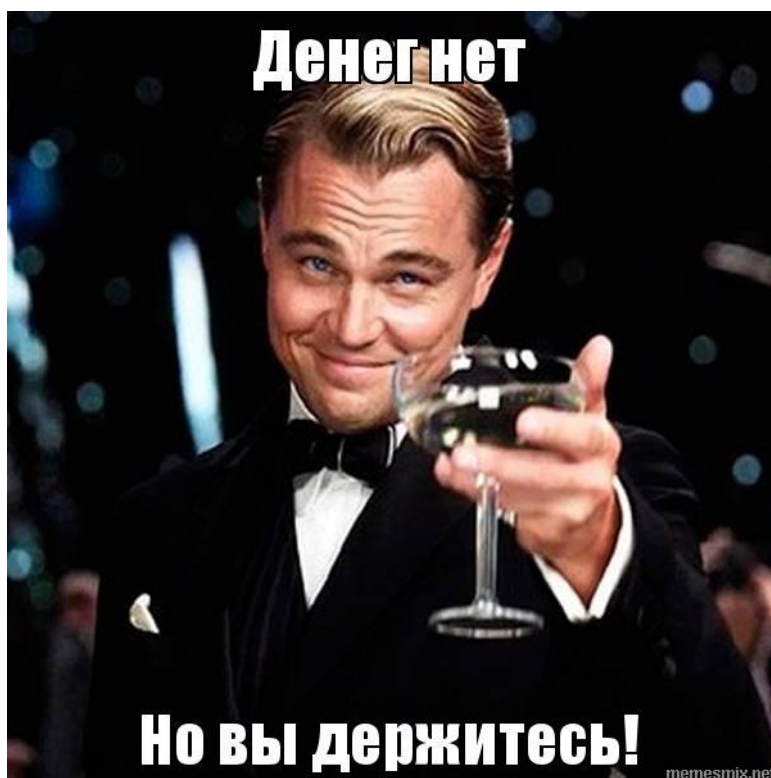


Рис. 6. Пример синтаксического мема

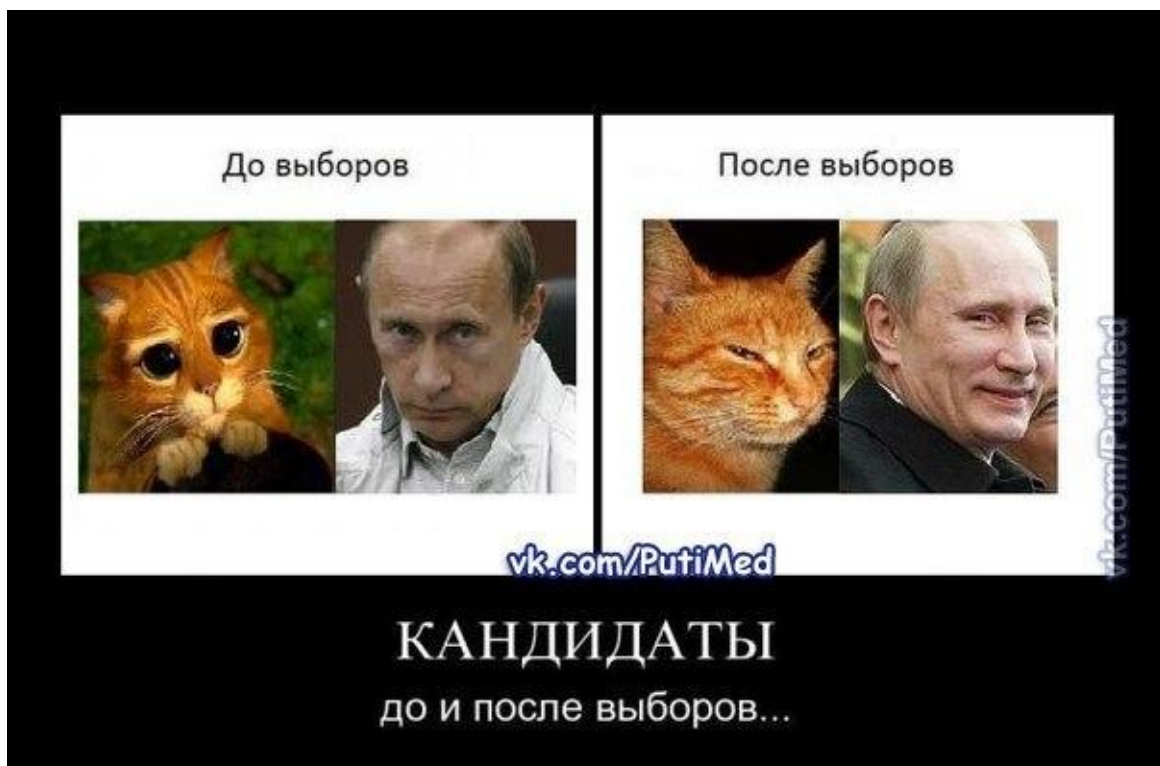


Рис. 7. Пример компаративного мема



Рис. 8. Пример компаративного мема

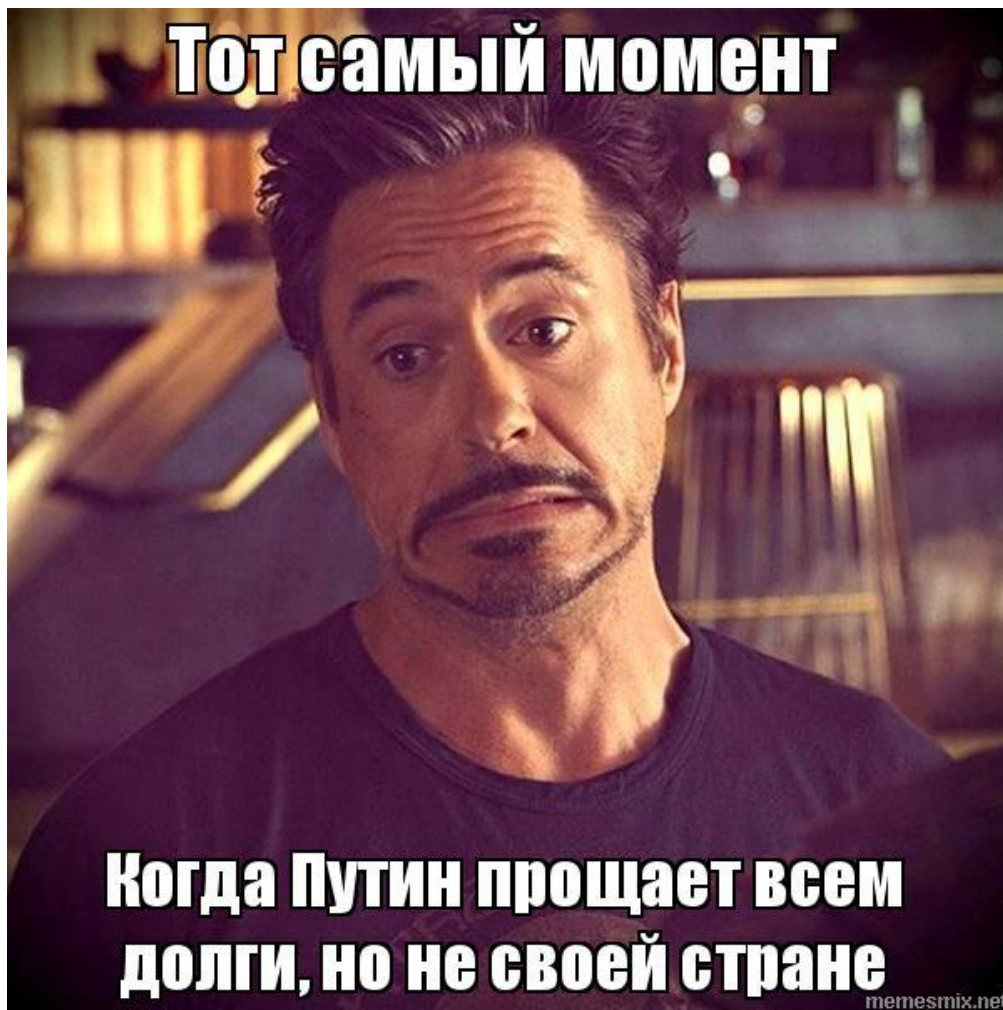


Рис. 9. Пример двусоставного мема



Рис. 10. Пример двусоставного мема



Рис. 11. Пример экзистенциального мема



Рис. 12. Пример экзистенциального мема



Рис. 13. Пример метамема



Рис. 14. Пример метамема

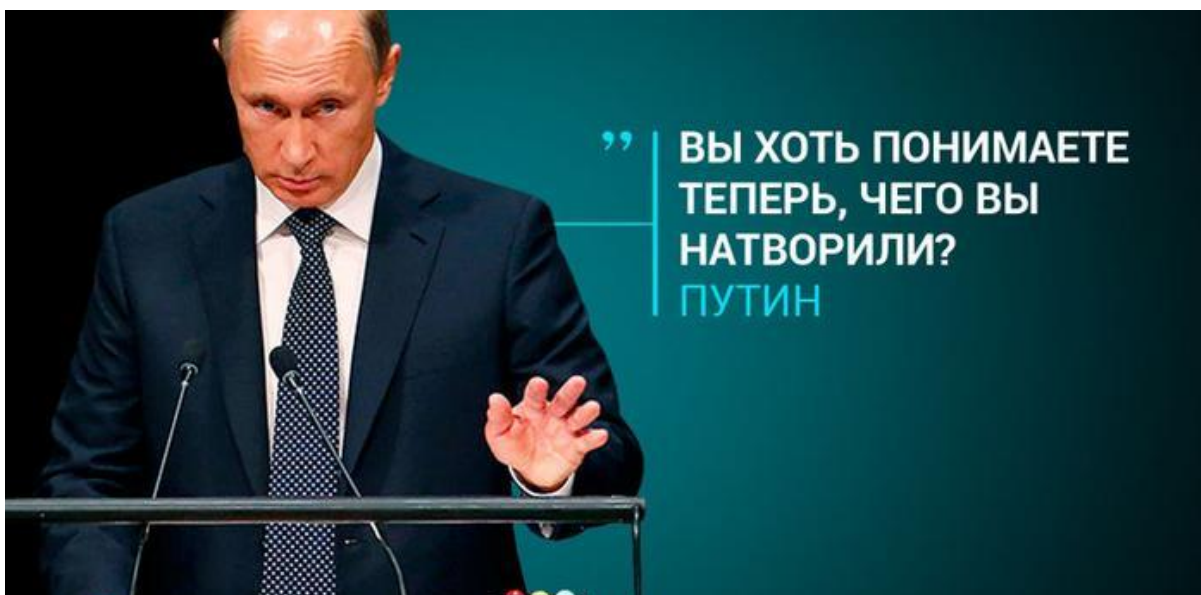


Рис. 15. «Чего вы натворили?»



Рис. 16. «Ну криминалити»



Рис. 17. «Всё было так хорошо, пока не появился Навальный»

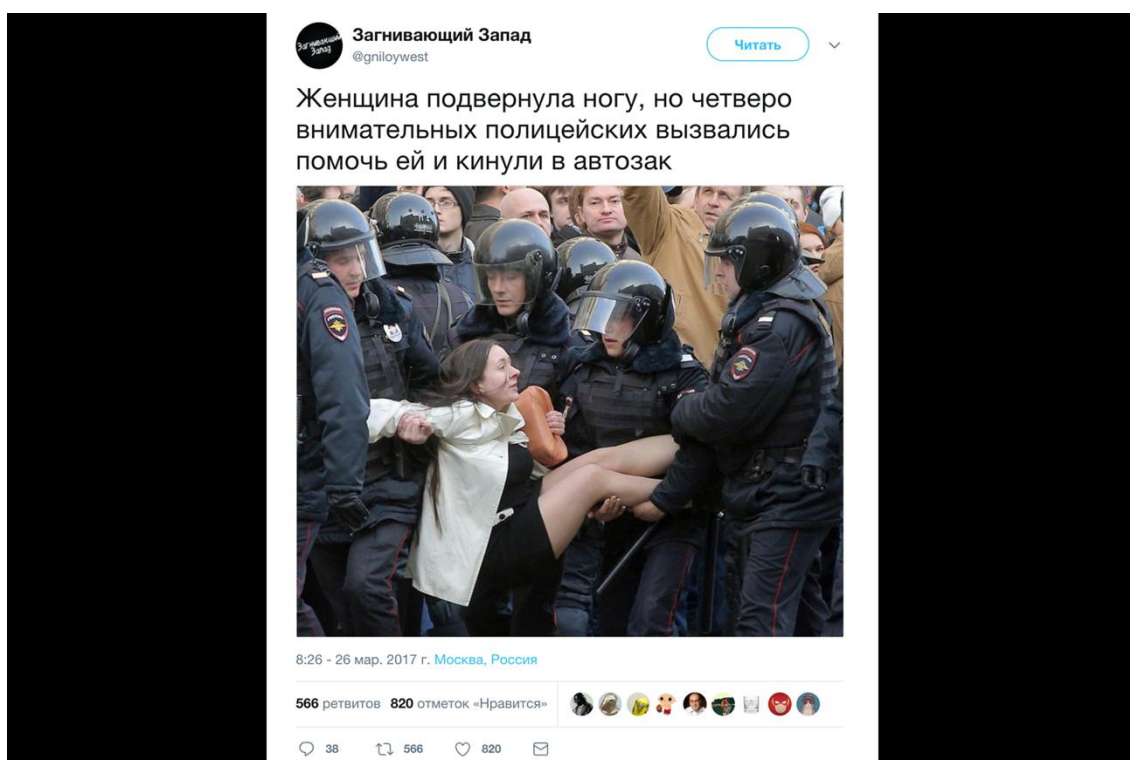


Рис. 18. «Женщина подвернула ногу»



Рис. 19. «Кортеж для уточки»



Рис. 20. «Усманов о Навальном»

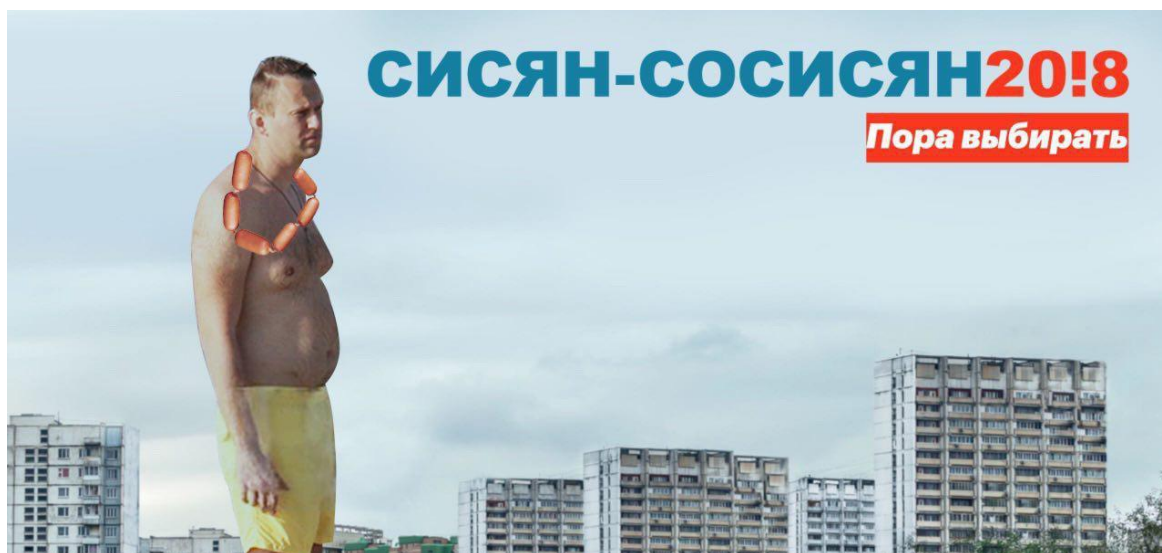


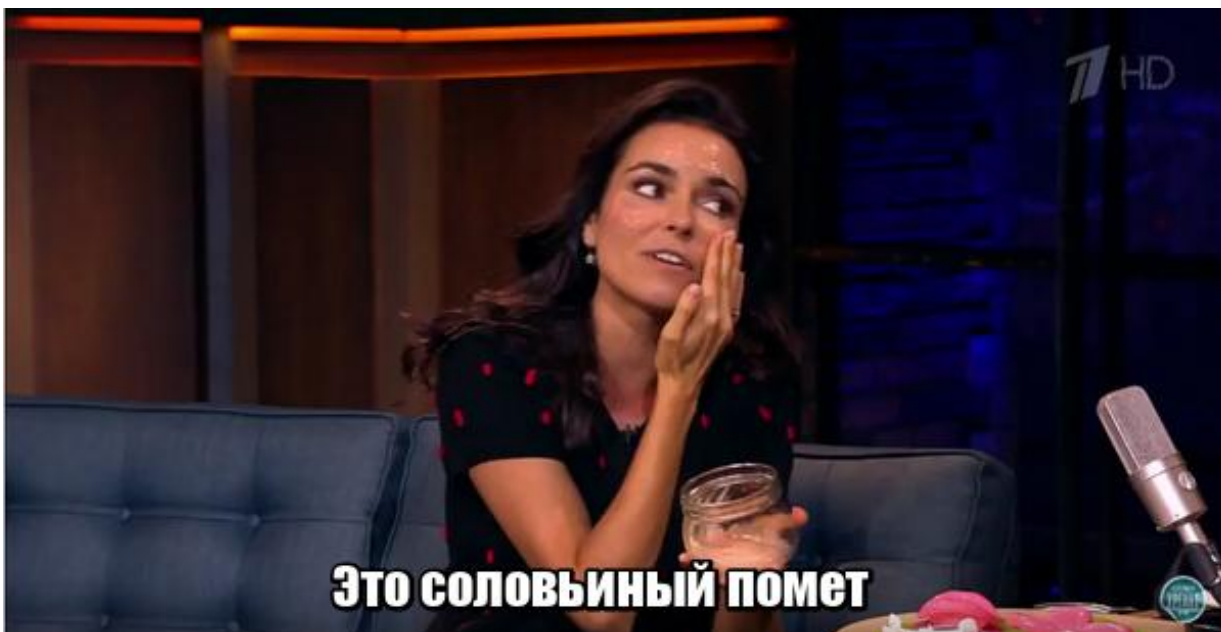
Рис. 21. «Сисян»



Рис. 22. «Соловьиный помёт»



Рис. 23. «Соловьиный помёт»



Это соловьиный помёт

Рис. 24. «Соловьиный помёт»



Во-первых, это хорошее название для шоу на канале Россия

Рис. 25. «Соловьиный помёт»

**Программа социологического исследования на тему:
«Репрезентация политических предпочтений молодёжи в современном
фольклоре»**

Объект исследования: интернет-фольклор связанный политическими предпочтениями.

Предмет исследования: репрезентируемые политические предпочтения.

Цель исследования: выявить репрезентируемые интернет-фольклором политические предпочтения.

Задачи исследования:

- 1) Выявить основные типы политических предпочтений репрезентируемые интернет-фольклором;
- 2) Типологизировать интернет-фольклоре.

Метод исследования:

- 1) Контент-анализ интернет-фольклора связанного с политическими предпочтениями.

Далее перечислены фильтры для типологии артефактов:

- Фольклорная принадлежность контента:
 - Рисунок;
 - Фотография;
 - Скриншот;
 - Мем;
 - Комикс;
 - Демотиватор;
- Выявить политическую направленность контента:
 - Либерализм;
 - Консерватизм;

- Социализм;
- Анархизм;
- Невозможно определить;
- Типология политического фольклора:
 - Персонажный мем;
 - Ситуативные комиксы;
 - Компаративные мемы;
 - Двусоставный мем;
 - Экзистенциальные мемы;
 - Метамемы;
- Возможно ли понять политические предпочтения владельца страницы?
 - Да;
 - Нет;
- Имеет ли отношение к Навальному и деятельности ФБК?
 - Да;
 - Нет;
- Имеет ли отношение к президенту В.В. Путину?
 - Да;
 - Нет;
- Какую эмоциональную окраску имеет?
 - Позитивную;
 - Нейтральную;
 - Негативную;