

УДК 130.2

DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-57-64

МЕМ-КОНТЕНТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОГО МЫШЛЕНИЯ

Тихонова Софья Владимировна – доктор философских наук, профессор кафедры теоретической и социальной философии. Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. 410012, Российская Федерация, г. Саратов, ул. Астраханская, 83;
e-mail: segedasv@yandex.ru

Статья посвящена специфике интернет-мемов, позволяющей им выступать в качестве инструмента социального мышления. Отталкиваясь от идеи А.А. Дыдрова о том, что интернет-мемы способны репрезентировать антиутопии, автор, во-первых, рассматривает пригодность мем-контента к отражению сложного содержания антиутопий, сформировавшихся как макро-нарративы культуры печатной книги и кинематографа, во-вторых, оценивает возможности критической социальной рефлексии в процессе диффузии интернет-мемов, корректирующей их форму. Социальная когнитивность мема, понимаемая как способность формирования коллективных оценок социальных событий, может усиливаться его эластичностью, гибким сочетанием составных элементов его медиатекста, отсылающих через различные риторические приемы к объемному содержанию, внешнему для мема. Процессы диффузии популярных интернет-мемов, включающих сон и пробуждение «спящих красавиц», обеспечивают время для пересборки мема через отсылки к глобальным и локальным контекстам, повышая его критический потенциал. Разнообразие контекстов социальных медиа и распределение пересборки по трансляторам и модификаторам приводят к уточнению содержания антиутопических мемов. Таким образом мем-контент может быть рассмотрен как процесс коллективного мышления о социуме, отрабатывающий осмысление рутинизации новых технологий в семиотических кодах антиутопий.

Ключевые слова: социальное мышление, утопическое мышление, антиутопия, мем, мем-контент, структура мема, диффузия мема

Цитирование: Тихонова С.В. Мем-контент как инструмент социального мышления // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2022. Т. 5. № 1. С. 57-64. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-57-64

MEME CONTENT AS A TOOL OF SOCIAL THINKING

Sophia V. Tikhonova – PhD DSc in Philosophy, professor, Department of Theoretical and Social Philosophy. Saratov State University.

The article deals with the specifics of Internet memes, which allow them to act as a tool of social thinking. Starting from the idea of A.A. Dydrov that Internet memes are able to represent dystopias, the author, firstly, considers the suitability of meme content to re-

83 Astrakhanskaya St., Saratov,
410012, Russian Federation;
e-mail: segedasv@yandex.ru

flect the complex content of dystopias formed as macro-narratives of the culture of printed books and cinema, and secondly, assesses the possibilities of critical social reflection in the process of diffusion of Internet memes, correcting its form. The social cognitiveness of a meme, understood as the ability to form collective assessments of social events, can be enhanced by its elasticity, a flexible combination of the constituent elements of its media text, referring through various rhetorical techniques to the voluminous content external to the meme. The processes of diffusion of popular Internet memes, including sleep and the awakening of "sleeping beauties", provide time for its reassembly through references to global and local contexts, increasing its critical potential. The diversity of social media contexts and the distribution of reassembly by translators and modifiers lead to a clarification of the content of dystopian memes. Thus, meme content can be considered as a process of collective thinking about society, working out the understanding of the routine of new technologies in the semiotic codes of dystopias.

Keywords: social thinking, utopian thinking, dystopia, meme, meme content, meme structure, meme diffusion

For References: Tikhonova, Sophia. 2022. Meme content as a tool of social thinking, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 5 (1): 57-64. DOI: 10.32326/2618-9267-2021-4-4-57-64 (In Russian)

Статья А.А. Дыдрова предлагает читателю весьма любопытную идею о трансформации интернет-мемов в новый сетевой способ репрезентации антиутопии. Эта интуиция автора заслуживает пристального внимания и, соответственно, определенной детализации. Последняя предполагает ответы на следующие вопросы. Во-первых, насколько мемы, одна из самых лаконичных форм интернет-контента, пригодны для выражения сложного смыслового содержания, отражаемого традиционно макро-нарративами литературы и кинематографа? Во-вторых, если они все-таки способны обеспечивать необходимую семантическую плотность высказывания, могут ли они обеспечивать критическую рефлексию, обеспечивающую жанровый пафос антиутопии? На эти вопросы я и попытаюсь дать ответ.

Начну с проблемы смысловой емкости мемов. С точки зрения структуры медиатекста мем представляет собой изображение, сопровождающееся подписью. Вербальная часть мема ограничивается размером изображения (есть данные, что ее краткость прямо влияет на степень тиражируемости мема [Tsur, Rappoport, 2015]) и часто представляет собой цитату, крылатизм, устойчивый стилистический оборот или аллюзию на них. Цитата может комментироваться автором мема, поэтому стандартный максимум текста – две строки крупным шрифтом сверху и снизу изображения. Изобра-

жение может прямо иллюстрировать текст (цитату или комментарий) или противоречить ему, создавая юмористический парадокс. В любом случае вербальная часть мема очень коротка, при этом она прямо ориентирована на игру со смыслами, знакомыми реципиенту, в результате которого объем высказывания превышает его прямое значение за счет широкого спектра коннотаций.

Смысловое ядро мема в исследовательской области *meme studies* уже почти традиционно связывают с повесткой дня. Тем не менее, даже на первых этапах фокусировки внимания на мемах как исследовательских объектах отмечалась их связь с актуализацией социокультурных, включая глобальные, проблем [Brodie, 2009]. Мемы буквально всеядны – абсолютно любой феномен может стать основанием мем-высказывания. Как правило, мемы отличаются злободневностью, их создают в ответ на текущий, обычно краткосрочный, вызов. Однако на правах изначально гибридного жанра мем легко приспосабливается к любым обстоятельствам и потребностям медиасферы. Как показывает С.А. Шомова, в условиях пандемии covid-19 мемы выполняли функцию живой хроники, в которой «популярные весной-летом 2020 г. не просто откликнулись на новую повседневность (репрезентируя в цифровой среде такие понятия, как «удаленка», «карантин», «новые социальные ограничения»), но и переосмыслили привычные концепты культуры, получающие в коронавирусную эпоху дополнительную смысловую нагрузку» [Шомова, 2021]. Анализ мемов серии «Наташа, вставай» [Kalinin et al., 2021] показал, что мемы могут выступать ответом на социальную неопределенность, обеспечивая формирование коллективной оценки цепи событий.

Тем не менее, такая социальная когнитивность мема не снимает вопроса о том, насколько он пригоден для выражения более сложных социальных явлений, нежели календарное событие, повышение цен, эпатажное действие публичной персоны или чрезвычайное происшествие. Вирусные (успешные) мемы представляют собой клишированную реакцию на резонансную или типичную ситуацию, к которой присоединяются пользователи через лайки, репосты и модификации, поддерживая ее, фактически на правах собственного персонального отклика идентифицируя себя с ней. Иначе говоря, пользователь может отозваться мемом на любую задевающую лично его ситуацию или событие. Но массовый отклик на демонстрацию его позиции возможен только там, где речь идет о наличии у других людей схожего опыта (включая эмоциональный). Поэтому источником мема и будет либо типизированная повседневность, либо контент масс медиа.

Далее модель реакции задается сложной комбинацией цифровых элементов, интегрирующей эмоцию, пропозицию и иллюкуцию, причем ни один из цифровых элементов мема не связан жест-

ко с семантическим содержанием реакции: текст может выражать эмоцию, а изображение – социальный смысл ситуации, и наоборот.

Благодаря такой эластичности мемы легко могут сопрягать книжную и цифровую визуальную культуры, в той степени, которую способна обеспечить соответствующая эрудиция коммуникатора и реципиента. Отсылка к книжным (анти)утопиям может работать метонимически, по ассоциированным деталям, но такой прием повышает требования к адресату. Поэтому чаще всего используется прямое введение авторов и/или персонажей антиутопических текстов в структуру мем-сообщения, вызывающее в памяти наиболее известные реалии исходного нарратива. На этом основании предложенный А.А. Дыдровым тезис о том, что мем репрезентирует антиутопию, представляется весьма продуктивным: антиутопические тексты оказываются для мема «вынесенными» на внешний носитель/ресурс, с которым нужно быть знакомым, или к которому придется обратиться. Может ли мем прямо создавать антиутопии? Во-всяком случае, он легко может гибридизировать реалии различных антиутопических миров.

Теперь перейду к проблеме рефлексивности мема. Концентрация ключевого сообщения иногда требует серьезных усилий по его стилистической шлифовке, осуществляемых модификаторами мема. Меняться может и изображение, и текст. В итоге нередко случается так, что вирусным становится не мем-исходник, а его реплика. Показательно, что исследования диффузии мемов используют модель «спящей красавицы», разработанной в наукометрии для объяснения динамики исследовательского внимания, направленного на научные статьи, опередившие свое время. А. ван Раан, представивший первое масштабное измерение «спящих красавиц», рассматривал в качестве последних публикации, которые долгое время оставались незамеченными (спали), а затем, почти внезапно, привлекали большое внимание (пробуждались «принцем») [Raaij van, 2004]. «Сон» публикации объясняется тем, что в данный момент содержащиеся в ней идеи некому развивать. Когда потенциальные «принцы» дорастают до оценки содержания «спящей красавицы», тогда и случается пробуждение. Разумеется, не каждая нецитируемая статья не цитируется только потому, что ее никто не понял: в большинстве случаев причины куда более тривиальны. Тем не менее, прорывные статьи, погружающиеся в молчание первое время после публикации – не редкость. Ван Раан приводит в качестве экстремального пример десятилетнего «сна» публикации, опередившей свое время в теории струн.

Распространение мемов также способно подчиняться логике «спящей красавицы». Л. Чжан и соавторы применили к диффузии мемов модель «спящей красавицы», уточненную Цзян Ли до удвоения красавиц: в некоторых статьях сначала появляется «вспышка на сковородке», период бодрствования до сна, а только потом начи-

нается задержка распознавания до встречи с принцем [Li, 2013] . Чжан и его соавторы показали, что в случае мемов речь должна идти об одном каскаде с наибольшей популярностью в мире, а затем другом каскаде с наибольшей популярностью на локальном уровне перед самым высоким каскадом [Zhang, Xu, Zhao, 2017]. Фактически речь идет о потенциальной способности мемов вызывать в своей диффузии серию спящих красавиц за счет пересечения глобальных и локальных контекстов массовой культуры. Если сети цитирования научных статей ограничиваются участиями тысяч исследователей, то мемы циркулируют в среде, включающей в себя миллионы и даже миллиарды пользователей. Социальные медиа негомогенны, их аудитории различаются как относительно друг друга, так и по внутренней структуре; в этом качестве они включают в себя множество локальных контекстов, пронизанных контекстами более широкими.

Отмечу, что результаты группы Чжан были получены на мемах широкого спектра. Антиутопия как жанр массовой культуры, разумеется, имеет весьма различные ареалы распространения в культурном ландшафте, но в любом случае не относится к максимально широким. Вряд ли можно выделить пользователей, когда-либо демонстрировавших интерес к антиутопиям, в обособленную социально-демографическую группу. Но очевидно, что пользователи, только распространяющие антиутопические мемы, должны быть знакомы с их семиотическими кодами, узнавать персоналии по именам и лицам, а пользователи, создающие и модифицирующие антиутопические мемы, должны обладать более высокой компетентностью в области жанра. Это не значит, что мемы по мотивам малоизвестных антиутопических романов и фильмов не существуют и не могут существовать. Это значит, что их существование будет локальным и лишенным шанса на роль «спящей красавицы», во всяком случае до тех пор, пока произведение-первоисточник не будет разбужено «принцем» популярности.

В этом ракурсе особую роль играет социальное мышление создателей мемов как способность выявлять и концептуализировать противоречия между личностью и обществом, а также (коль скоро речь идет об антиутопиях) чувствительность к социальным изменениям, к конфликтам старого и нового в технологическом, этическом, эстетическом аспектах социального взаимодействия. Поскольку общий фон социального мышления цифровой постправды всегда субъектоцентрирован доминированием личностно окрашенных оценок над фактами, в мемах социальные конфликты всегда «заземляются» до повседневного противостояния «маленького человека» социальным силам, отчужденным цифровыми технологиями. «Цифра» – ключевая технология, разграничивающая старый и новый миры в пространстве интересубъективности, поэтому в фокусе антиутопических мемов так часто оказываются ги-

перболизированные риски новых цифровых платформ, переживающих фазу рутинизации. Создатель мема фактически использует своего лирического героя как подопытного кролика антиутопического эксперимента, реализуемого с помощью актуальных инноваций в привычных ему сервисах. А поскольку и создатель мема, и его потребитель идентифицируют себя с лирическим героем до полного стирания границ, «нервом» мема и является самообнаружение себя в реалиях антиутопии.

Это самообнаружение нуждается в определенной калибровке, которая может касаться, с одной стороны, стилистических особенностей текстового высказывания, с другой – отбора визуального ряда. Эта локальная рефлексивная работа и выражается в модификациях мема периода его вспышки-бодрствования. При этом пересечения глобального и локального контекста, появление в повестке дня новых, более сильных образов и поведенческих максим провоцируют новые пробуждения старых спящих мемов. Таким образом, сами способы диффузии мемов всегда оставляют пространство для дистанции, необходимых для сохранения критической позиции и переосмысления его ключевого сообщения. Несмотря на то, что мем обычно рассматривают как «легкий» контент развлекательного жанра, Л. Шифман, например, подчеркивает, что интернет-мемы не обязательно ограничиваются шутками, они могут быть «смертельно серьезными» [Shifman, 2013, p. 120]. Так, мемы, развивающие традиции демотиваторов, отличаются нарочитым акцентированием безысходности и обреченности при отражении социальных реалий, попавших в их поле зрения.

Таким образом, интернет-мем представляет собой вполне рабочий инструмент социального мышления, пригодный для передачи смыслов, передававшихся в культуре печатной книги в формате объемных нарративов, и открытый для сложной социальной рефлексии, распределенной между различными группами пользователей социальных медиа.

Информация об источниках финансирования исследования

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ: проект «Мифологизация времени в современной медийной среде: риски трансформации, стратегии конструирования, дискурсивные практики», № 20-011-00297.

Funding

The reported study was funded by Russian Foundation for Basic Researches, the project “Time mythologization in the modern media environment: the risks of transformation, construction strategies, discursive practices”, № 20-011-00297.

Информация о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Declaration of Conflicting Interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Список литературы

Шомова, 2021 – *Шомова С. А.* Мем-летописец: репрезентация новостной повестки дня пандемии в меметическом контенте Рунета // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 5. С. 392–424. doi: 10.14515/monitoring.2021.5.1977.

Brodie, 2009 – *Brodie R.* Virus of the Mind: The New Science of the Meme. L.: Hay House, Inc, 2009. 249 p.

Kalinin et al., 2021 – *Kalinin S., Artamonov D., Medvedeva E., Tikhonova S., Turkina V.* Data-visualizing language UML and metalanguage USC for historical memes studies // Proceedings of the International Conference «Humanity in the Era of Uncertainty» (ICHEU 2021), Series: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. Samara State Technical University, Samara, Russia, 2021. P. 556–568. doi: 10.15405/epsbs.2021.12.02.67.

Li, 2013 – *Li J.* Citation curves of «all-elements-sleeping-beautie»: «flash in the pa» first and then «delayed recognition» // Scientometrics. 2013. Vol. 100. P. 595–601. doi: 10.1007/s11192-013-1217-z.

Raan van, 2004 – *Raan A. F. J. van.* Sleeping Beauties in science // Scientometrics. 2004. Vol. 59. No. 3. P. 467–472. doi: 10.1023/B:SCIE.0000018543.82441.f1.

Shifman, 2013 – *Shifman L.* Memes in Digital Culture. Cambridge, MA: MIT Press, 2013. 216 p.

Tsur, Rappoport, 2015 – *Tsur O., Rappoport A.* Don't let me be #misunderstood: Linguistically motivated algorithm for predicting the popularity of textual memes // Proceedings of the Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media. University of Oxford, Oxford, UK, May 26–29, 2015. Palo Alto, California: The AAAI Press, 2015. P. 426–435.

Zhang, Xu, Zhao, 2017 – *Zhang L., Xu K., Zhao J.* Sleeping beauties in meme diffusion // Scientometrics. 2017. Vol. 112. No. 1. P. 383–402. doi: 10.1007/s11192-017-2390-2.

References

Brodie, R. Virus of the Mind: The New Science of the Meme. London: Hay House, Inc, 2009.

Kalinin, S., Artamonov, D., Medvedeva, E., Tikhonova, S., Turkina, V. “Data-visualizing language UML and metalanguage USC for historical memes studies”, *Proceedings of the International Conference «Humanity in the Era of Uncertainty» (ICHEU 2021), Series: European Proceedings of Social and Behavioural Sciences.* Samara State Technical University, Samara, Russia, 2021, pp. 556–568, doi: 10.15405/epsbs.2021.12.02.67.

Li, J. “Citation curves of ‘all-elements-sleeping-beautie’: ‘flash in the pa’ first and then ‘delayed recognition’”, *Scientometrics*, 2013, vol. 100, pp. 595–601.

Raan, van, A.F.J. “Sleeping Beauties in science”, *Scientometrics*, 2004, vol. 59, pp. 467–472, doi:10.1023/B:SCIE.0000018543.82441.f1.

Shifman, L., *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press, MA, 2013.

Shomova, S.A. “Mem-letopisets: reprezentatsiya novostnoy povestki dnya pandemii v memeticheskom kontente Runeta” [“Meme chronicler: the representation of the news agenda of the pandemic in the memetic content of the Runet’], *Monitoring of Public Opinion*, 2021, vol. 5, pp. 392–424, doi:10.14515/monitoring.2021.5.1977. (In Russian)

Tsur, O., Rappoport, A. “Don’t let me be #misunderstood: Linguistically motivated algorithm for predicting the popularity of textual memes”, *Proceedings of the Ninth International AAAI Conference on Web and Social Media*, University of Oxford, Oxford, UK, May 26–29, 2015. Palo Alto, California: The AAAI Press., 2015, pp. 426–435.

Zhang, L., Xu, K., Zhao, J. “Sleeping beauties in meme diffusion”, *Scientometrics*, 2017, vol. 112, pp. 383–402, doi:10.1007/s11192-017-2390-2.

Поступила в редакцию: 06.03.2022