

Политические науки

УДК 32.019.5

Коновалов А. С.,
аспирант 2 года обучения,
кафедра общей и прикладной политологии,
Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева

Жданов И. С.,
аспирант 1 года обучения,
кафедра истории, политологии и государственной политики,
Среднерусский институт управления-филиал РАНХиГС

**Политика, мемы и общественное сознание: как интернет-шутки
становятся политическим инструментом**

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-3-141-150

В данной статье рассматривается феномен мема, его история и применение в современной политической сфере. Предлагаются различные технологии для эффективного использования данного инструмента в политической коммуникации и общении с избирателями. Также проводится обзор успешного и неудачного использования политических мемов, анализируется ряд возникающих при этом этических дилемм.

Ключевые слова: *политика; политическая коммуникация; мем; интернет-мем; политический мем.*

Kononov A.S.,
Postgraduate student of the 2nd year of study,
Department of General and Applied Political Science,
Oryol State University named after I.S. Turgenev

Zhdanov I.S.,
Postgraduate student of the 1st year of study,
Department of History, Political Science and Public Policy,
Central Russian Institute of Management-Branch of RANEPA

**Politics, memes and public consciousness: how internet jokes become a
political instrument**

This article examines the phenomenon of the meme, its history and application in the modern political sphere. Various technologies for the effective use of this

instrument in political communication and communication with electors. There is also a review of the successful and unsuccessful use of political memes and analyzes a number of ethical dilemmas that arise.

Keywords: *politics; political communication; meme; Internet meme; political meme.*

По мере развития политологии как науки всё отчетливее проявляется её междисциплинарный характер. В современных условиях изучение общественно-политических процессов невозможно без психологии и культурной антропологии. Это положение может быть реализовано в рамках комплексного подхода, который уже давно является базовым принципом политологического анализа. Для данного исследования можно предложить альтернативу этому положению – социокультурный подход. В рамках этого подхода объект исследования, мемы, был представлен в качестве единства и взаимосвязи с тремя основными компонентами социального знания: социально-философского, социологического и антропологического [Резник, 2008].

В качестве предмета исследования был рассмотрен функциональный статус мема как инструмента политической борьбы и агитации, а также общей взаимосвязи всех общественно-политических процессов, в том числе протекающих в маргинальной интернет-культуре. Для выделения наиболее общих паттернов поведения (в том числе политического поведения) в виртуальном поле, а также основных механизмов логической мотивации процесса коммуникации посредством мемов был использован метод контент-анализа.

В формирующемся цифровом обществе интернет-общение постепенно становится неотъемлемой частью общей культуры и повседневной жизни. Важным аспектом данного вида общения выступают мемы (англ. meme), под которыми сегодня понимают идеи, образы, объекты культуры (чаще нематериальной) и которые перенимаются многими членами сообщества, представляя собой узнаваемое, зачастую «вирусное» изображение, видео или фразу.

Необходимо отметить, что понятие «мем» в речевой оборот было введено Р. Докинзом в 1976 г., предложившим свою концепцию репликатора в приложении к социокультурным процессам: «Примерами мемов 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, мемы распространяются в том же смысле, переходя из одного мозга в другой с помощью процесса, который в широком смысле можно назвать имитацией» [Докинз, 1993]. Однако стоит отметить, что ещё в 1898 году В. М. Бехтерев в статье «Роль внушения в общественной жизни» писал о «ментальных микробах», которые, «подобно настоящим физическим микробам, действуют

езде и всюду и передаются через слова и жесты окружающих лиц, через книги, газеты и пр.» [Бехтерев, 1898].

В 1983 г. американский физик Д. Хофштадтер представляет новую науку – меметику. Конец XX- начало XXI в. является расцветом этой науки, объектом изучения которой выступают мемы. Её проблематикой занимаются известные ученые и философы: С. Блекмор, Р. Броуди, Д. Деннет, А. Линч, Р. Онгер. В 1997-2005 гг. выпускается международный электронный научный журнал «Journal of Memetics – Evolutionary Models of Information Transmission». В западных университетах открываются образовательные программы для желающих изучать меметику, которая была объявлена инновационной областью знаний на стыке генетики, социальной семиотики, психологии, культурологии и когнитивных наук. Несмотря на то, что после 2005 г. меметика утрачивает автономный научный статус, интерес к мемам не падает. Ежегодно появляются сотни публикаций, в которых мем анализируется в разных дисциплинарных ракурсах и несоизмеримых научных программах. Мемы исследуют лингвисты, педагоги, социологи, философы, религиоведы, политологи, искусствоведы, правоведы. Много работ посвящено интернет-мемам. Тематический ландшафт разнообразен: от вопросов лингвокреативности и образовательного потенциала до влияния на различные социальные группы и политические процессы [Волошин, 2023].

Популярность мемов в современной интернет-культуре трудно переоценить. Они стали не только способом развлечения и самовыражения, но и важным средством коммуникации и общения в онлайн-сообществе. Данный феномен предоставляет людям возможность выразить свое отношение к различным событиям, явлениям и трендам, а также поделиться своими эмоциями и мнениями.

Однако роль мемов не ограничивается развлечением и коммуникацией. Они проникли во множество сфер нашей жизни, включая политику, став неотъемлемой частью политической коммуникации и активизма. Это позволило политическим активистам (людям, которые идейно и/или финансово заинтересованы в продвижении той или иной политической позиции) и кампаниям эффективно взаимодействовать с широкой аудиторией и формировать общественное мнение.

В последние годы мемы в политике получили особое внимание и стали мощным инструментом, используемым для создания и распространения политических сообщений. Критикуя оппонентов и создавая эмоциональные связи с избирателями, они подчеркивают определенные идеи, а порой становятся символами политических движений или кампаний, активно обсуждаются в СМИ и влияют на публичную дискуссию.

Необходимо подчеркнуть, что история этого феномена неразрывно связана с развитием интернет-культуры и социальных медиа. В начале интернет-эры мемы были простыми и ограниченными по формату, но с течением времени они претерпели эволюцию и стали более сложными и разнообразными.

Так, ранние интернет-мемы, такие как "Dancing Baby" или "All Your Base Are Belong To Us", были широко распространены в 1990-х годах и являлись своеобразными визитными карточками интернет-культуры, воспринимались пользователями как забавные и необычные явления. Многим был известен видео-мем «Танцующий младенец» (Dancing Baby, также известный, как Baby Cha-Cha), который представлял собой 3D-модель танцующего младенца под музыкальный фрагмент "Hooked On a Feeling".

Большой популярностью пользовалась фраза, взятая из опенинга к европейскому релизу игры Zero Wing для консоли Sega Mega Drive — «Вся ваша база принадлежит нам» (All your base are belong to us). Кроме того, эта фраза популяризировалась вне игрового контекста, она выступила одним из первых вирусных примеров «ингриша» — английской речи в устах человека азиатского происхождения, как это обычно представляют себе носители английского языка [Колесова, 2020].

В наше время социальные сети и мессенджеры играют важную роль в распространении и популяризации мемов, позволяя пользователям легко создавать их, делиться ими, а также оставлять комментарии. Наибольшей популярностью в России пользуются следующие онлайн-платформы: ВКонтакте, Одноклассники, Instagram¹, Facebook², Youtube, Twitter, TikTok [Чёрный, 2022].

Сегодня мемы играют важную роль в формировании общественного мнения и культурных норм. Они являются средством массовой коммуникации и способом выражения и распространения идей, ценностей и смысловых конструкций. Данный феномен может обращаться к общепризнанным образам, стереотипам и культурным отсылкам, что способствует созданию чувства принадлежности и понимания среди разных групп людей. Кроме того, мемы занимают важное место в пространстве социального комментирования и критики. Они позволяют выразить недовольство отдельными политическими решениями, общественными явлениями или другими аспектами социально-экономической жизни через сатиру, сарказм и юмор. Это вызывает эмоциональный отклик и помогает людям осознавать и обсуждать различные проблемы в обществе.

Политические мемы стали значимым аспектом интернет-культуры и являются неотъемлемыми в современных политических дискуссиях и процессах. Они могут формировать общественное мнение, мобилизовывать сторонников и даже влиять на результаты выборов. Можно привести несколько примеров популярных политических мемов и их воздействия на массы:

1. "Hey Admins!" (Эй, админы!). Во время президентских выборов в США в 2016 г. возник диалог между интернет-пользователями и администраторами социальных медиа, касающийся удаления или блокировки политических постов. Данный мем стал символом протеста против цензуры и выражал недовольство по отношению к политическому управлению социальными медиа.

2. "God Emperor Trump" (Бог-император Трамп). Этот мем появился во время президентской кампании Д. Трампа в 2016 г. Он изображал Трампа с

сильными и карикатурными чертами в образе императора из популярной компьютерной игры Warhammer. Мем был использован сторонниками Дональда для создания мифологии и поддержки его лидерства. Стоит отметить, что игра Warhammer является широко известной во многих странах мира, в том числе и в России. Поэтому в дальнейшем российская интернет-публика могла наблюдать аналогичные картинки с В.В. Путиным и В.В. Жириновским в роли императоров.

3. "Макронить". Один из популярных мемов, связанных с политикой, изображает ситуацию, в которой французский президент Э. Макрон звонит российскому президенту В.В. Путину. Здесь обычно используются изображения Макрона и Путина, а также сопровождающий текст или подписи, которые воспроизводят их имагинарный диалог. Мем отражает предполагаемую зависимость Макрона (Франции) от Путина (России). Это связано с политическими, экономическими или геополитическими вопросами и выражает критику или насмешку по поводу такой зависимости. Фактически это использовалось для поддразнивания или пародии на Макрона в контексте его отношений с В.В. Путиным, передавая образ французского президента в качестве назойливого или навязчивого человека, который постоянно обращался к российскому лидеру и пытался привлечь его внимание. Вследствие этого, с помощью суффикса «и» плюс окончание «ть», в русском языке появилось слово «*макронить*», что означает бесперебойно, многократно и попусту звонить.

4. "Бидонить". Феномен новояза не обошёл стороной и американского президента Джозефа Байдена из-за его публичных заявлений, в которых он совершает массу смысловых и лингвистических ошибок. Само слово образовано в ходе прочтения фамилии американского политика Biden с нарочито явно выраженным российским акцентом, что созвучно слову «бидон». При добавлении суффикса «и» и окончания «ть» получается глагол, который означает медленно соображать и говорить бессвязные вещи.

Эти и другие политические мемы демонстрируют силу интернет-культуры в политической сфере и их способность влиять на массы, формировать общественное мнение и даже повлиять на политические процессы.

В настоящее время политические активисты выполняют важную функцию в создании и распространении политических мемов. Они используют данный феномен как средство для выражения своих политических убеждений, привлечения внимания общества к возникающим политическим и социально-экономическим проблемам и способствуют мобилизации в свои ряды сторонников.

Активисты могут создавать как свои собственные мемы, основываясь на текущих политических событиях, символах и образах, так и адаптировать (модифицировать) уже существующие, чтобы они отражали их политические сообщения. Интенсивное распространение мемов через социальные медиа,

форумы и другие онлайн-платформы является доступным способом для достижения широкой аудитории и влияния на общественное мнение.

Возможны различные технологии для эффективного использования мемов в политической коммуникации и общении с избирателями.

1. Реактивное создание. Быстрое реагирование на текущие события и политическую обстановку, создание мемов, которые отражают определенную точку зрения. Это позволяет актуально включаться в дискуссии и привлекать внимание к желательным политическим сообщениям.

2. Персонализация. Активисты адаптируют мемы, чтобы они соответствовали конкретным политическим фигурам, партиям или проблемам. Данная техника помогает установить эмоциональную связь с избирателями и создать образ, который поддерживает определённые политические цели.

3. Виральное распространение. Активное распространение мемов через социальные медиа и другие онлайн-платформы, стимулирование пользователей к совместному использованию и распространению, чтобы создать «вирусный» эффект и достичь максимального охвата.

Существует множество примеров успешного и неудачного использования мемов. Эти примеры иллюстрируют как потенциальные преимущества, так и риски, связанные с использованием данного инструмента в политической коммуникации.

Примеры успешного использования мемов:

– во время президентской кампании Б. Обамы в 2008 г. появился мем "Норе" (Надежда), изображающий Обаму в характерном стилизованном образе и словом "Норе" под ним. Это стало символом кампании и помогло создать позитивный образ лидера, привлекая внимание и поддержку избирателей. Данный вид репрезентации контента носит название креолизованный текст, что в свою очередь подразумевает смешение вербального (языкового, речевого) и невербального (принадлежащего к другим языковым системам) компонентов;

– "Yes We Can" (Да, мы сможем) – во время той же президентской кампании Б. Обамы был создан видеоклип, основанный на его предвыборной речи, в котором множество известных личностей и обычных граждан повторяют фразу "Yes We Can". Это видео стало вирусным и символизировало единство, надежду и возможность перемен, что способствовало мобилизации сторонников и успешной кампании. Данный видео-мем был также отражен в виде картинки с текстом "Yes We Can", изображающий Обаму в характерном стилизованном образе, как и в случае с "Норе", что положительно повлияло на расширение охвата аудитории. Стоит отметить, в российском сегменте появился контраргумент данному прецеденту. Российские пользователи расширили смысловую составляющую картинки с американским кандидатом в президенты, добавив и стилизовав изображение В. Путина, который в ответ на "Yes We Can" говорит "No You Can't";

– история мема "Голосуй или проиграешь" в предвыборной кампании Б.Н. Ельцина была связана с президентскими выборами в России, которые проходили в 1996 году. Б. Ельцин был кандидатом на второй срок и соперничал

с кандидатом коммунистической партии Г. Зюгановым. В то время Россия находилась в политическом и экономическом кризисе, и выборы представляли собой важный момент для будущего страны. Команда Ельцина использовала различные стратегии для привлечения голосов избирателей, включая создание и распространение мемов и политических слоганов. Выражение "Голосуй или проиграешь" стало одним из ключевых для того времени. Оно подчеркивало важность активного участия избирателей в выборах и предостерегало от возможных последствий, если не проголосовать. В результате выборов 1996 г. Б. Ельцин победил Г. Зюганова и получил второй президентский срок. Словосочетание "Голосуй или проиграешь" стало одним из многих факторов, которые влияли на исход выборов и мнение избирателей в тот период времени.

Примеры неудачного использования мемов:

– история мема про лягушонка Пепе (Pepe the Frog) в предвыборной кампании Д. Трампа связана с президентскими выборами в Соединенных Штатах, которые проходили в 2016 г. Лягушонок Пепе, созданный художником М. Фьюри, стал персонажем комиксов и интернет-картинок, популярных в онлайн-сообществе. Изначально Пепе был нейтральным и неполитическим персонажем, который воспринимался как символ юмора. Однако во время президентской кампании в 2016 г. лягушонок Пепе стал связан с политическими идеями и использовался в контексте поддержки Д. Трампа и его антиистеблишментных взглядов. Однако стоит отметить, что популярность Пепе привлекла внимание экстремистских и радикальных групп, которые начали использовать изображение лягушонка для распространения ненавистных и расистских идей. Это привело к негативной репутации мема и его ассоциации с крайне правым экстремизмом;

– "Папки с женщинами" (Binders Full of Women) – во время президентской дебатной речи в 2012 г. М. Ромни использовал фразу "Binders Full of Women" для обсуждения равноправия полов в трудовом мире. Однако эта фраза стала объектом насмешек и критики в интернете, что привело к негативным последствиям для кампании Ромни.

Эти примеры подчеркивают важность тщательного анализа и контроля при использовании мемов политическими активистами. Они должны учитывать контекст, настроение аудитории и потенциальные риски, чтобы достичь положительного влияния и избежать нежелательных последствий.

Становится очевидным тот факт, что мемы играют значительную роль в формировании общественного мнения и публичной дискуссии в современном политическом контексте. Они могут быстро распространяться и проникать в различные слои общества, создавая эмоциональную реакцию и вызывая обсуждение определенных тем. Одним из важных аспектов является их способность конденсировать сложные политические идеи в простую, лаконичную и доступную форму. Мемы могут передать определенные идеи и ценности в краткой и запоминающейся форме. Их использование позволяет политическим активистам и кампаниям эффективно коммуницировать с широкой аудиторией, особенно с молодежью и интернет-пользователями.

Более того, мемы часто используются для ироничного комментирования и критики политических событий и решений, а также отдельных персон. Они могут подчеркивать недостатки или противоречия в действиях и стимулировать публичные обсуждения. Также способны создать эмоциональную связь с аудиторией и привлечь внимание к определенным проблемам или вопросам, что может повлиять на формирование общественного мнения и вызвать изменения.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что политический мем — это культурный элемент, представленный, как правило, в виде изображения, текста, креолизованного текста или видео, который передает политический смысл и/или является комментарием к политическому явлению.

Стоит отметить способность мемов собирать людей вокруг определенных идей и ценностей, что позволяет политическим активистам управлять аудиторией. Но необходимо помнить, что в определенных обстоятельствах это может вызвать бурный отклик и мотивировать публику к конкретным действиям, выходящим за рамки социально-общественных норм (например, участие в демонстрациях, акциях гражданского неповиновения и других формах политического протеста). Обязательно следует учитывать, что в некоторых случаях такой контент может упрощать политические проблемы, приводя граждан к поверхностному пониманию сложных и неоднозначных явлений. Малая информативность вкупе с яркой эмоциональной нагрузкой может ограничить фокус внимания аудитории, что неминуемо скажется на её способности к глубокому анализу происходящего. Нельзя забывать и о том, что мемы могут выступать инструментом манипуляции и использоваться для распространения дезинформации. Различные политические силы способны создавать продукт, искажающий реальные факты, что, безусловно, оказывает негативное влияние на демократические процессы и может подорвать общественное доверие к политике. Именно поэтому так важно проводить критическую оценку материала, сопоставлять предложенную информацию с различными официальными источниками, чтобы отличать достоверный контент от манипулятивного.

Учитывая растущее влияние мемов, встает вопрос о необходимости контроля и ограничения их использования в политических кампаниях. В России данную задачу берет на себя «Лига безопасного интернета», созданная в 2011 г. с целью цензурирования интернета. Данная организация также проводит и образовательные мероприятия для повышения осведомленности о безопасном поведении в виртуальном пространстве.

Стоит ожидать, что с развитием интернет-технологий и социальных платформ влияние описываемого нами феномена на политическую сферу будет неуклонно расти. Это побуждает политиков, юристов, исследователей и представителей медиа к плотному сотрудничеству для создания эффективной модели использования мемов в политических кампаниях и обеспечения более ответственного и этичного взаимодействия.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понимание роли мемов в политических процессах и их воздействия на общественное мнение является важным аспектом современного политического анализа.

Примечания

¹ Facebook принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

² Instagram принадлежит компании Meta, которая признана экстремистской организацией и запрещена в РФ.

Список литературы

Бехтерев, 1898 — *Бехтерев В. М.* Внушение и его роль в общественной жизни / В.М. Бехтерев. // StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/398566/> (дата обращения: 14.06.2023).

Волошин, 2023 — *Волошин В. В.* Мем и меметика: эпистемологический ракурс / Волошин В.В. // КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mem-i-memetika-epistemologicheskiiy-rakurs> (дата обращения: 01.10.2023).

Глухих, 2017 — *Глухих В. А.* Интернет-мемы как инструменты публичной политики / В. А. Глухих, С. М. Елисеев // ДИСКУРС. 2017. № 4. С. 90–96.

Добrorодный, 2020 — *Добrorодный Д. Г.* Феномен политических интернет-мемов в современном медиапространстве / Д. Г. Добrorодный, И. С. Голубев, А. В. Сарычева. — Текст : непосредственный // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2020. № 2. С. 180–24.

Докинз, 1993 — *Докинз Р.* Эгоистичный ген / Р. Докинз. Москва : Мир, 1993. 318 с.

Канашина, 2017 — *Канашина С. В.* Интернет-мем и политика / С.В. Канашина. // Политическая лингвистика. 2017. № 1. С. 690–73.

Колесова, 2020 — *Колесова Е.* Как интернет-мемы захватили интернет на заре его возникновения / Е. Колесова // N+1. URL: <https://nplus1.ru/material/2020/02/12/early-net-memes> (дата обращения: 14.06.2023).

Лысенко, 2017 — *Лысенко Е. Н.* Интернет-мемы в коммуникации молодежи / Е.Н. Лысенко // Вестник СПбГУ. Социология. 2017. № 4. С. 4100–424.

Резник, 2008 — *Резник Ю. М.* Социокультурный подход как методология исследований / Ю. М. Резник. // Вопросы социальной теории. 2008. Том II. Вып. 1(2). С. 305–328.

Терентьева, 2022 — *Терентьева Е.В.* Политические интернет-мемы в современной российской интернет-коммуникации / Е.В. Терентьева, М.В. Милованова. — Текст : непосредственный // МИР НАУКИ, КУЛЬТУРЫ, ОБРАЗОВАНИЯ. 2022. № 4. С. 3060–309.

Чёрный, 2022 — Чёрный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 / В. Чёрный // brandanalytics. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/?ysclid=lix63prish146422376> (дата обращения: 15.06.2023).

Щурина, 2012 — Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю.В. Щурина. // КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 17.06.2023).

УДК 316.42

Ковалев А. А.,

*кандидат политических наук, доцент,
доцент кафедры социально-политических наук,
Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций им. проф. М. А. Бонч-Бруевича*

Национальная идентичность в эпоху глобализации

DOI: 10.33979/2587-7534-2024-3-150-161

Работа посвящена рассмотрению национальной идентичности, которая в условиях глобализации находится на этапе трансформации и переживает глубокий кризис. В исследовании применяется философско-антропологический подход, а также экзистенциальный. С их помощью раскрывается сущность и значение национальной идентичности в процессе осмысления человеком и нацией своего места в мире и поиска пути дальнейшего развития. Обретение и утрата идентичности рассматриваются как неотъемлемые элементы глобализационного процесса XXI века, в котором перед каждой нацией встает выбор о самоопределении (сохранении идентичности) либо самоуничтожении (отказе от идентичности).

Ключевые слова: *наследие, опыт, диалог, вызов, сохранение, изменения, адаптация, неопределенность.*

Kovalev A. A.,

*Candidate of Political Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Social and Political Sciences,
St. Petersburg State University of Telecommunications named after Prof. M.A.
Bonch-Bruevicha*

National identity in the era of globalization

The work is devoted to the consideration of national identity, which in the context of globalization is at the stage of transformation and is experiencing a deep