

DOI: <https://doi.org/10.18524/2410-2601.%Y.%i.218133>

УДК 316.77 Александр Боронников, Олег Лысенко, Андрей Саначин
ЭСКАЛАЦИЯ ЮМОРА В ЭПОХУ КАТАКЛИЗМА ИЛИ
МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СЕТЕВЫХ
СООБЩЕСТВ ПРИ ПОМОЩИ ЮМОРИСТИЧЕСКИХ
ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

В условиях локдауна мессенджеры и социальные сети стали основным средством внутригрупповых коммуникаций. Соответственно, выросла и численность интернет-мемов, используемых участниками таких групп в общении. Авторы на примере закрытой группы одного из мессенджеров анализируют функции юмористических мемов в процессах формирования сетевых сообществ. Самыми важными функциями мемов, по нашему мнению, являются следующие: синхронизация настроений участников группы, укрепление внутригруппового доверия, борьба за лидерство в процессе внутригруппового состязания в юморе и глубине транслируемых мемов.

Ключевые слова: интернет-мем, мессенджеры, социальные сети, пандемия, сетевые сообщества, самоизоляция, актант, тактики, микросоциология.

В последние месяцы на наших глазах разворачивается интересный и многомерный социальный сдвиг, плоды которого нам пока неизвестны. По меткому выражению Екатерины Шульман мировая пандемия ускорила развитие тех социальных, политических и экономических тенденций, которые в последние годы усиливались, и, наоборот, привела к резкому падению того, что и так умирало [Шульман 2020]. На наш взгляд, пандемия сыграла еще одну важную роль: разорвав рутинную ткань повседневности, она сделала видимыми многие скрытые в привычной жизни процессы, позволяя нам воочию увидеть работу многих социальных актантов (мы употребляем это слово в духе акторно-сетевой теории Б. Латура [Латура 2005: 79]), действующих на микросоциальном уровне. В этой статье мы проанализируем только один тип таких актантов, а именно – юмористические интернет-мемы, играющие важную и, по-видимому, возрастающую роль в формировании новых сетевых сообществ.

Case-study: описание объекта исследования. Этот анализ будет построен только на одном конкретном кейсе: закрытой группе в мессенджере «Viber», которую мы имели удовольствие наблюдать довольно долгое время (кто-то из нас – более 2-х лет, кто-то – последние 2 месяца). Столь малая выборка этого (назовем так) пилотного исследования, в данном случае вполне оправдана. Во-первых, одного случая достаточно для анализа

всех основных тонкостей появления, присутствия и ухода тех или иных юмористических мемов, а также их воздействия на динамику взаимодействия членов группы. Во-вторых, мы используем здесь комбинацию двух методов, более привычного для социальных наук включенного наблюдения, и пока экзотичного для Восточной Европы метода автоэтнографии, что позволяет нам извлечь из этого кейса много разноплановой информации. Ну и в-третьих, выводы нашего исследования в дальнейшем будут, разумеется, проверены на других кейсах, а пока мы предлагаем их рассматривать как предварительные.

Выбор в качестве объекта исследования закрытой группы также имеет свои плюсы с точки зрения исследования заявленной темы. В отличие от открытых сетевых сообществ, жизнь закрытой группы в социальных сетях и мессенджерах чем-то напоминает социальный эксперимент, условия которого легче контролировать и изучать ввиду относительно небольшого и, главное, стабильного числа участников коммуникации. Особенно ценным изучение жизни закрытых групп становится в том случае, когда мы имеем дополнительную информацию об ее участниках из других, офлайн-источников: личных встреч, рассказов друг о друге, сплетен и т. д.

Рассматриваемая нами группа (назовем ее, сохраняя анонимность, «Заметки по случаю») возникла достаточно давно. Изначально ее цель была вполне утилитарна. Создатель группы, человек с незаурядным даром рассказчика, стал делиться с узким кругом своих друзей и знакомых своими остроумными заметками об отпускных путешествиях в Таиланд и Индию. По некоторым причинам он не выкладывал эти рассказы в открытый доступ в социальных сетях, а создал группу для 5-7 человек. Постепенно другие участники подхватили традицию и тоже стали публиковать свои путевые заметки и фотографии, затем в группе стали появляться другие люди (общие друзья и знакомые, некоторые родственники), как правило, после взаимного согласования. В настоящий момент в ней состоят 6 мужчин и 11 женщин, в возрасте от 30 до 65 лет, проживающих в нескольких городах. Среди них учителя (в том числе бывшие), преподаватели вузов, журналисты, фрилансеры в области PR и политтехнологий, мелкие предприниматели, представители творческих профессий. У группы достаточно высокий образовательный уровень (все с высшим образованием) и умеренная политизированность (в том смысле, что многие в силу профессии и рода деятельности следят за политическими новостями). Большинство нынешних участников группы (хотя далеко не все) активно поддерживало общение с некоторыми другими участниками и в режиме офлайн, по крайней мере, до пандемии. У многих из них есть общее прошлое, совместные работы

или проекты. В группе присутствует несколько пар/троек родственников, в основном это родители с взрослыми детьми. То есть перед нами типичная неформальная общность, построенная на воспоминаниях, взаимной поддержке и интересах, поддерживающая групповые связи, в том числе, и по каналам онлайн-коммуникации.

По вполне понятным причинам, интенсивность онлайн-общения в данной группе существенно выросла примерно с последней декады марта и до начала майских праздников. Для сравнения: в первый год существования группы частота публикаций была на уровне 5-10 постов в месяц (в основном – от лица путешествующих с краткими комментариями от всех остальных, либо поздравления с личными и календарными праздниками). Ближе к периоду пандемии (осень 2019 – начало 2020 гг.) интенсивность общения постепенно увеличилась до 2-5 (в среднем) постов в день одновременно с расширением репертуара постов: начали появляться подборки анекдотов, обмен бытовой информацией и некоторыми новостями, некоторые резонансные музыкальные новинки по вкусу участников (типа «Вечернего М» Б. Гребенщикова). На этом этапе уже стали появляться разнообразные интернет-мемы бытового, профессионального и политического характера. Ну, а с началом режима самоизоляции частота взаимного общения возросла в среднем до 10-20 постов в день и держалась на этом уровне до момента традиционного массового майского выезда на «дачи». Тут уже появились новые жанры, до сих пор не встречавшиеся в данной группе: коллективные юмористические дискуссии, элементы торговли (одна из участниц группы является владелицей кафе с доставкой продуктов на дом, что оказалось весьма кстати), и даже попытки устройства коллективного распития спиртных напитков, впрочем, сорвавшееся по причине отсутствия в Viber технических возможностей для видеоконференций. В мае интенсивность чуть снизилась до 12-15 постов в день и таковой остается на момент написания этой статьи.

Интерпретация этой динамики вполне банальна: в ситуации наложения возросшей тревожности на дефицит общения социальные сети и мессенджеры были просто обречены на бурный рост. Чуть сложнее будет объяснение роста жанрового разнообразия постов: с одной стороны, по мере адаптации к новой ситуации у людей стала формироваться привычка к новым форматам использования мессенджеров и сетей, а с другой – и это явно имеет решающее значение – в условиях самоизоляции интернет-площадки стали играть доминирующую роль в горизонтальных коммуникациях и вобрали в себя те форматы, которые стали просто невозможны в режиме офлайн. Последним объясняется и частичное

снижение активности пользователей в мае на фоне постепенного ослабления изоляции.

Но вернемся к магистральной теме статьи. Разумеется, самым массовым, самым востребованным жанром у участников данной группы, равно как и у миллионов других пользователей интернета, стали мемы.

Интернет-мем: к методологии исследования. Здесь надо обговорить важный методологический момент. Слово «мем» имеет разное значение в зависимости от контекста и адресной аудитории. В рамках данной статьи мы не будем уподобляться исследователям меметики [Grungelb 2018], посвятившим себя поискам сущностного и тотального определения этого понятия, а ограничимся самым распространённым в интернет-сообществах значением: мем есть медиаобъект, которому присуще вирусное распространение, и в котором знаковые элементы сосуществуют с текстовыми элементами [Карташова, Ахмедзянова 2019]. Можно согласиться с распространённым мнением, что мем – это своеобразный аналог анекдота интернет-эпохи [Чегодаев 2020]. С одной только, но существенной разницей.

Традиционный анекдот есть продукт литературоцентричной «галактики Гуттенберга», предполагающей двойную процедуру кодирования/декодирования в акте коммуникации [Маклюэн 2005: 422]. В логике М. Маклюэна жанр анекдота подразумевает, что сперва рассказчик (или анонимный автор) облачает свое переживание смешного в некую вербальную формулу, а затем слушатель должен понять эту формулу и на ее основе воспроизвести комическое. Иными словами, традиционный вербальный анекдот воздействует на человека благодаря столкновению между интериоризированными нормами и установками культуры (СуперЭго) и здравым смыслом (Эго). Не случайно, анекдоты разного содержания часто локализуются в разных социальных полях: национальном (знаменитые английские или еврейские анекдоты), профессиональном (анекдоты врачей, учителей), политическом и т. д. Как и любая другая литература по М. Маклюэну, анекдот заменяет эмоционально-хаотическое на вербально-упорядоченное, пусть и с искаженной логикой ради комического эффекта.

Иное дело интернет-мем. Благодаря соединению визуальных и вербальных компонентов в единый месседж, воздействие мема на человека происходит на ином психологическом уровне. Визуальное может цеплять сразу несколько пластов человеческой психики, как Супер-Эго, так и бессознательное, как архетипичное, так и индивидуально-рассудочное. Поэтому мем обладает в целом большим потенциалом воздействия, а интернет-мем с его вирусным потенциалом – еще и большим потенциалом

охвата публики.

Именно это свойство позволяет ироничным и сатиричным интернет-картинкам успешно функционировать не только на межличностном, но и на групповом уровне, выполняя весьма специфичные роли посредника и организатора взаимодействия внутри сообществ. О том, как те или иные интернет-мемы становятся точками сборки больших политических коллективов или профессиональных сообществ, современные исследователи культуры писали уже не раз, равно и о том, какие социальные и психологические функции они выполняют на макросоциальном уровне [Зиновьева 2017: 55]. Мы же сосредоточим свое внимание на работе мемов по организации взаимодействия на микроуровне.

Итак, в горизонтальной повседневной коммуникации сетевых сообществ мем выступает, прежде всего, в качестве **некоего ритуала приглашения к общению**, безопасного клише, заменяющего приветствие. Эта функция не столь проста, как может показаться с первого взгляда. Помимо роли вводного знака, своеобразной красной буквы, мем тут вполне способен сыграть и роль **презентатора инициатора общения**, пробного камня, который обозначает личную позицию адресанта и помогает последнему найти в группе своих симпатизантов. Ровно так же в обычной офлайн-ситуации знакомства, новой встречи или публичного выступления мы часто прибегаем к анекдоту, который бы позволил нам установить «родственные души» и сблизить социальную дистанцию. В наблюдаемой нами группе подобные случаи использования мемов встречаются достаточно часто. Обычно, после некоторой паузы один из участников группы публикует тот или иной мем, чтобы собрать некоторое количество лайков–поглаживаний или отзывов. Чаще всего это относительно невинные и безопасные мемы на тему семьи, погоды, привычек, «мудростей жизни» и т. п. Использование именно мемов в данной ситуации обладает одним несомненным достоинством. В случае ошибки в выборе темы или сюжета, адресанту легче дистанцироваться от мема чужого авторства, нежели от личного сообщения.

Главный признак такого использования мемов – внезапность появления, видимая спонтанность и рандомность выбора его темы. Наблюдения показывают, что пользователи, как правило, внимательно следят за реакцией группы на появление мема и испытывают определённый дискомфорт, если их сообщения не получают отклик.

Из этой функции вытекает и следующая, а именно – **синхронизация установок и настроений группы**. «Правильный» мем, попадающий в настроение хотя бы некоторых членов сообщества, порождает в дальнейшем некие подражания. Только некоторые лидеры сообщества рискуют вводить прин-

ципально новые и неожиданные темы (между нами говоря – не всегда удачно), большинство же предпочитает выбирать мемы, аналогичные уже использованным ранее. Многократное возвращение к той или иной теме в конце концов приводит к выработке в группе определенных установок и даже правил коммуникации, в то время как однократное появление с инициативой к обсуждению – но не поддержанное кругом собеседников с последующим обрывом ленты комментариев – напротив, выглядит как негативная санкция. Так, в наблюдаемой группе регулярно воспроизводились мемы политические, связанные с интеллектуальным юмором или связанные с коронавирусом, но практически не поддерживались мемы, утверждающие гендерное или национальное неравенство.

Еще одна роль мема в формировании сообщества – **повышение символического статуса отдельных участников группы за счет отсылки к своему социальному капиталу**. На практике это выглядит следующим образом: адресант публикует в группе мем со ссылкой «это мне прислал NN», причем этот самый NN должен быть известен, уважаем или, по крайней мере, занимать высокое место в обществе. В другом варианте ссылка на конкретного человека может быть заменена ссылкой на организацию или орган власти, например: «у нас в университете/телевидении/в театре ходит такой мем». Возможность поделиться с другими участниками группы эксклюзивной информацией, мнением, шуткой укрепляет статус участника группы.

Следующую функцию мема можно обозначить как **«роль эмоционального клапана»**, предохранителя, позволяющего в случае возникновения напряжений между участниками группы безопасно свести тему к шутке, или мягко «приструнить» участников, увлекшихся не принятой в группе темой. Приведем прямой пример. В какой-то момент несколько участников сообщества стали публиковать фотографии весенних цветочков с дач, что, вообще-то, до сих пор тут не встречалось. Этот ряд был прерван публикацией мема одним из лидеров группы следующего содержания: на рисованной картинке небритый мужик выглядывает из канализационного люка, и произносит такие слова: «Я щас сыграю, б**, ноктюрн, на флейте, б**, канализационных труб». «Цветочки» тут же «завяли».

Еще одну функцию можно обозначить как **«повышение/укрепление меры доверия» между участниками группы**. Разумеется, как и анекдоты, многие мемы достаточно остры в политическом смысле, либо используют обценную лексику и табуированные изображения. Их открытое использование в публичных пространствах не согласуется с профессиональной этикой выступающего, либо с его должностным положением (например, если участник сообщества занимает некий пост, или работает в государственных учреждениях). Сам факт появления

«непубличных» мемов в общении группы должен дать понять адресатам, что их порядочность, вкус и чувство юмора сомнений не вызывают.

Этот тезис можно развернуть шире. Вероятно, любой месседж с точки зрения социальной коммуникации может быть охарактеризован через (1) его ценностную определенность и (2) социальный риск применения. Под первым мы подразумеваем степень выраженности в месседже той или иной позиции (политической, моральной, религиозной, вообще – ценностной), а под вторым – степень вероятности негативной оценки месседжа со стороны адресатов. Отношения между этими характеристиками можно описать как прямую пропорцию: чем выше ценностная содержательность мема (этого частного случая месседжа), тем выше потенциальный риск его неприятия, и наоборот: чем ценностная определенность ниже, тем с меньшей вероятностью он будет вызывать отторжение. Наименее ценностно-определенный (дежурный) мем всегда тяготеет к ритуалу, обеспечивающему бесппроблемную коммуникацию (см. первую из описанных выше ролей мема). И напротив, использование ценностно-содержательного мема – это всегда игра с высокими ставками, поскольку если риск велик, то высоки и выигрыши в случае удачного попадания в настроения группы. Символический и социальный статус человека в группе тем выше, чем более успешно и рискованно он может вести такую мем-игру, взвинчивая градус внимания и нивелируя риски юмором хорошего качества. Наиболее рискованными и наиболее ценными тут являются, разумеется, мемы, касающиеся политических, религиозных, национальных и гендерных тем, потенциально способных задеть чувства большого количества людей.

Эта игра подразумевает непрерывное коллекционирование (в идеале – создание собственных) мемов на разные темы, готовность к импровизациям на основании уже действующих, и, разумеется, их умелое применение в борьбе за внимание публики, как и прежде, страдающей, по меткому выражению поэта, «безъязыкостью».

И вот тут мы подходим к последней и, быть может, самой интересной функции интернет-мемов: они способны стать инструментом выстраивания личных и групповых стратегий продвижения как в открытых социальных иерархиях интернет-пространства, так и внутри отдельных замкнутых сообществ, а также новой формой выражения достаточно глубоких смыслов.

Таковы краткие наброски того, что в дальнейшем, весьма вероятно, выльется в более или менее стройную социальную теорию интернет-мемов. Каковы перспективы у этой теории, есть ли у нее хоть какое-то практическое применение? Мы в этом уверены. Сколь бы не были похожи между собой

мемы и анекдоты, между ними есть одна принципиальная разница. Традиционный анекдот, расцвет которого в нашей стране пришелся на 1970–1980-е гг., все же оставался низовой тактикой «увеливания» от навязываемых властью смыслов [Серто 2013: 109–112] и никакой конкуренции с властью официальных каналов информации не выдерживал. Интернет-мем существует на принципиально иной материальной платформе, и в перспективе его влияние может оказаться куда как более сильным.

Список использованной литературы

- Зиновьева, Н. А. (2017) *Функции интернет-мемов в обществе. Социологический взгляд*, в: *Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего*. Труды XVIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2017), Сборник научных статей, СПб: СПб НИУ ИТМО, сс. 54–56.
- Карташова, Е. П., Ахмедзянова, А. Р. (2019) *Интернет-мем как основной вид креолизованного текста в самопрезентации «человека творящего»*, в: *Вестник Марийского государственного университета*, № 3 (35), Йошкар-Ола: Марийский Государственный университет, сс. 426–430.
- Латур, Б. (2005) *Пересборка социального. Введение в акторно-сетевую теорию*, Москва: Высшая Школа Экономики (ВШЭ), 384 с.
- Маклюэн, М. (2005) *Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры*, Москва: Академический проект; Фонд «Мир», 496 с.
- Серто, М. де (2013) *Изобретение повседневности. 1. Искусство делать*, Санкт-Петербург: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 330 с.
- Шульман, Е. (2020) *Слежка за людьми и судьба малого бизнеса: как пандемия изменит Россию*, в: *Новая газета*, 14.04.2020. Дата обращения: 03.05.2020, Режим доступа: https://www.nn.ru/news/more/slezhka_zh_lyudmi_i_sudba_malogo_biznesa_kak_pandemiya_izmenit_rossiyu/69090427.
- Чегодаев, В. (2020) *Как устроены мемы и почему они вытеснили анекдоты*, в: *Правдоруб. Последние новости политики России, Украины, Белоруссии и мира*. Дата обращения: 01.05.2020. Режим доступа: <https://pravdoryb.info/kak-ustroeny-memy-i-pochemu-oni-vytesnili-anekdoty.html>.
- Grungelb, D. (2018) *Мемология – пособие. Первое любительское пособие*. Дата обращения 3.05.2020. Режим доступа: https://www.surgebook.com/Dmitry_Grungelb/book/memologiya-posobie/predislovie.

Олександр Боронніков, Олег Лисенко, Андрій Саначін
ЕСКАЛАЦІЯ ГУМОРУ В ЕПОХУ КАТАКЛІЗМА АБО
ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ СПІЛЬНОТ ЗА ДОПОМОГОЮ
ГУМОРИСТИЧНИХ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

В умовах локдауна месенджери і соціальні мережі стали основним засобом внутрішньогрупових комунікацій. Відповідно, зростає кількість інтернет-мемів, які використовуються учасниками таких груп в спілкуванні. Автори на прикладі закритої групи одного з месенджерів аналізують функції гумористичних мемів в процесах формування мережеских спільнот. Найважливішими функціями мемів, на нашу думку, є наступні: синхронізація настроїв учасників групи, зміцнення внутрішньогрупової довіри, боротьба за лідерство в процесі внутрішньогрупового змагання в гуморі і глибині трансльованих мемів.
Ключові слова: інтернет-мем, месенджери, соціальні мережі, пандемія, мережескі спільноти, самоізоляція, актант, тактики, мікросоціологія.

Alexandr Boronnikov, Oleg Lysenko, Andrey Sanachin
ESCALATION OF HUMOR IN THE ERA OF CATAclysm OR
COMMUNITY NETWORKING MECHANISMS WITH THE HELP OF
HUMORS INTERNET-MEMES

Messengers and social network became the basic way for ingroup communications in the lockdown. Therefore, the number of internet-memes has growth, members of these groups began to use it for everyday communication.

In the article authors use an example of closed group in Viber – popular messenger in Russia. They analyze the dynamics of using memes in pandemic. Also they consider functions of humor memes in processes of community building.

During the study of such case authors recognize, that in everyday communication of network community memes are some ritual for invitation to chat, safe cliche?, that substitute greeting.

The next function of memes is synchronization of group attitudes and moods. Using similar memes group members take general moods and specialize these. Another function of memes is a “role of emotion flap”, such preventer, that allow safely the topic to joke if it becomes the case of stress between the group members. Or gently restrain group members, who carried away by the topic not accepted in the group.

Important function of memes is confidence building within the group. This is due to the use of memes with a risky reputation for a person content, for example, of obscene vocabulary.

At last, memes can become a tool for building of personal and group strategies

for progress in opening social hierarchies in Internet area, also in ingroup communities. It can be the new form of deep meanings.

Keywords: internet-meme, messengers, social network, pandemic, network communities, lockdown, actant, tactics, microsociology.

References

- Zinovieva, N. A. (2017) *Functcii internet-memov v obschestve. Sociologicheskii vzglyad* [Functions of internet-memes in the society. Sociological view], v: *Informacionnoe obschestvo: obrazovanie, nauka, kultura b technologii budushevo*. Trudy XVIII vserossiiskoi konferencii “Internet and sovremennoe obschestvo” (IMS-2017), Spb, SPb NIU ITMO, pp. 54–56.
- Kartashova, E. P., Akhmetzyanova, A. R. (2019) *Internet-mem kak osnovnoi vid kreolizirovannogo teksta v samoprezentacii “cheloveka tvoryashevo”* [Internet-meme as basic type creolized text in self-presentation “creation man”], v: *Vestnik Mariiskogo gosudarstvennogo Universiteta*, № 3 (35), Ioshkar-Ola, Mariiskii gosudarstvennyi Universitet, pp. 426–430
- Latour, B. (2005) *Peresborka socialnogo. Vvedenie v actorno-setevuu theory* [Reconstruction of social. Introduction to actor-network theory], Moskva, Vysshaya shkola ekonomiki, 384 p.
- Macklue, M. (2005) *Galactica Guthenberga: sotvorenie cheloveka pechatnoi kultury* [Guthenberg galactic: creation of man of printculture], Moskva, Akademicheskii proect: Fond Mira, 496 p.
- Serto, M. de. (2013). *Izobretenie povsednevnosti. 1. Iskusstvo delat* [Daily routine creation. 1. Art to do], Spb, Izdatelstvo Evropeiskogo Universiteta, 330 p.
- Shulman, E. (2020) *Slezhka za lud'mi I sud'ba malogo biznesa: kak pandemiya izmenit Rossiyu* [Spying on people and the fate of small business: as pandemiya change Russia], v: *Novaya Gazeta*, 14.04.2020. Retrieved May 3, 2020 from https://www.nn.ru/news/more/slezhka_za_lyudmi_i_sudba_malogo_biznesa_kak_pandemiya_izmenit_rossiyu/69090427.
- Chegodayev, V. (2020) *Kak ustroyeny memy ipochemu oni vytesnili anekdoty* [How do memes work and why did they supplant jokes], v: *Pavdorub. Poslednie novosti politiki Rissii, Ukrainy, Belarusi i mira*. Retrieved May 1, 2020, from <https://pravdoryb.info/kak-ustroyeny-memy-i-pochemu-oni-vytesnili-anekdoty.html>.
- Grungelb, D. (2018) *Memologiya – posobie. Pervoe lubitelskoe posobie* [Memology – benefit. First amateur benefit] retrieved May 3, 2020 from https://www.surgebook.com/Dmitry_Grungelb/book/memologiya-posobie/predislovie.

Стаття надійшла до редакції 4.05.2020

Стаття прийнята 4.06.2020