

Восприятие мемов молодежной аудиторией

Научный руководитель – Соколова Дарья Валерьевна

Сергеев Игорь Викторович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: phil.glider@yandex.ru

Понятие «мем», впервые употребленное Р. Докинзом, определившего его как «единицу передачи культурного наследия» [2; с.173], в современном научном дискурсе далеко ушло от первоначального значения. В большей части исследований, посвященных мемам, авторы делают акцент на установление особенностей процесса репликации и вирусного размножения [5], толкование понятия «мем» [3,6,8], на определение типологии этого явления [1,6,7], но не на особенности восприятия мемов. На наш взгляд, до сих пор мало изученное восприятие мемов является необходимым для понимания мема как полноправного элемента в системе медиакommunikаций.

В системе исследований восприятия мемов интересно не только изучение мемов как элемента обыденной коммуникации [4], но и также рассмотрение эмоционального влияния мемов на аудиторию. Так, например, американская журналистка Э. Браун выяснила, что мемы, посвященные тематике самоубийства, имеют психотерапевтическую функцию [10]. К похожим выводам пришла и группа ученых университета Шеффилд-Халам: люди, находящиеся в состоянии депрессии, считают грустные и депрессивные мемы смешнее обычных [9]. По словам респондентов, депрессивные мемы улучшают им настроение. Подобная симпатия к депрессивным мемам, наблюдающаяся у людей в тяжелом эмоциональном состоянии, по мнению исследователей, связана с тем, что у людей с депрессией существуют сложности с выражением собственных эмоций, и в таком случае мем позволяет выразить и проанализировать свои чувства.

Опираясь на опыт предыдущих исследований, мы решили изучить восприятие мемов с точки зрения их роли в повседневной коммуникации молодежи, толерантности и эмоционального влияния. При проведении исследования мы пользовались методом анкетного опроса, в ходе которого мы предлагали респондентам определить свое отношение к мему как к элементу коммуникации, понять, оскорбляет ли их тематика мема, а также предлагали соотнести свое эмоциональное состояние с меметическими изображениями. На вопросы анкеты ответило 300 человек в возрасте от 18 до 30 лет. География респондентов - Москва. На основании этих ответов можно сделать следующие выводы:

- 1) Для 96 % респондентов мем является способом коммуникации со своими друзьями и знакомыми. В то же время, анализ практик взаимодействия с мемами показал, что 79 % респондентов не использует мем в публичных коммуникациях, выраженной в виде репостов. Данные результаты свидетельствуют о восприятии мема молодежью как элемента межличностной коммуникации.
- 2) 44 % респондентов относятся с пониманием к провокационным, потенциально оскорбительным мемам. Наибольший уровень возмущения у аудитории вызывают мемы, посвященные национально-политическим вопросам (28%), а также мемы, в которых присутствует ирония над традиционной маскулинностью (13%).

- 3) В вопросах, где респондентам предлагается определить соотносится ли мем с их эмоциональным состоянием, не наблюдается однозначного перекося в выборе тональностей мемов. Уровень соотнесения своих эмоций с депрессивными мемами, чаще всего, ниже уровня отрицательной идентификации эмоций с подобными мемами, и составляет в среднем 30-40%. Однако в случае с мемом, эксплуатирующим тематику моральной усталости и смерти, 54 % респондентов выразили согласие с его основным посылом. Подобный результат согласуется данными о психологическом состоянии аудитории, согласно которым 69 % опрошенных выражают тревогу на счет своего будущего, а 63 % испытывают трудности с работоспособностью.
- 4) Несмотря на то, что по результатам опроса, молодежная аудитория не склонна соотносить свое эмоциональное состояние с сюжетами депрессивных мемов, она не склонна соотносить эмоции и с мемами позитивными. Так, в случае с мемом, в котором утверждается отсутствие ненависти к миру, лишь 30 % опрошенных смогли высказать свое согласие с главной идеей мема.

Результаты, полученные в ходе исследования, позволяют по-новому посмотреть на восприятие мемов аудиторией, а также открывают широкий простор для дальнейших исследований.

Источники и литература

- 1) Бабилова М. Р. Жанровые разновидности интернет-мемов в современном националистическом дискурсе. Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2019. Т. 25. № 2 (186). [Электронный ресурс] URL: <http://elar.ufu.ru/bitstream/10995/73869/1/iurp-2019-186-09.pdf>
- 2) Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993. – 318 с.
- 3) Зайков Г. Коротко о мемах. 3.10. 2016. [Электронный ресурс] URL: <https://syg.ma/@zaykov/korotko-o-miemakh>
- 4) Лысенко, Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи. Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология, 10(4), 2017. - 410–424 с.
- 5) Столетов А. Мемы: мифы и реальность [Электронный ресурс] URL: <http://www.advartology.ru/article74564.htm>
- 6) Шомова С.А. Мемы как они есть: Учеб. пособие / С. А. Шомова. — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — 136 с.
- 7) Шурина Ю. В. Интернет-мемы в структуре комических речевых жанров [Электронный ресурс] // Жанры речи. 2014. No 1–2 (9–10). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-v-strukture-komicheskikh-rechevyh-zhanrov-1>
- 8) Шурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Лингвистика дискурса. 2012. Вып. 3. Филология [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii>
- 9) Akram, U., Drabble, J., Cau, G. et al. Exploratory study on the role of emotion regulation in perceived valence, humour, and beneficial use of depressive internet memes in depression. Sci Rep 10, 899 (2020) [Электронный ресурс] URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-020-57953-4#Sec14>
- 10) Brown E. Suicide Memes Might Actually Be Therapeutic [Электронный ресурс] URL: <https://www.theatlantic.com/health/archive/2019/02/suicide-memes/582832/>