Муниципальное общеобразовательное учреждение

«Средняя общеобразовательная школа № 39»

города Магнитогорска

Индивидуальный проект

Тип проекта: Исследовательский

Тема проекта:

«Интернет-мемы как разновидность сетевой коммуникации»

Автор проекта: Бардюков Никита Евгеньевич,

10 «А» класса

Наставник проекта: Багиян Карина Асатуровна,

учитель

Магнитогорск, 2024

**Содержание**

[Введение 3](#_Toc162814578)

[Глава I. Теоретическая часть 5](#_Toc162814581)

[1.1 Интернет и его характеристики 5](#_Toc162814582)

[1.2 История возникновения интернет-мемов 6](#_Toc162814583)

[1.3 Классификации интернет-мемов 7](#_Toc162814584)

[Глава II. Практическая часть 9](#_Toc162814585)

[2.1 Где найти подходящий журнал либо сайт для публикации? 9](#_Toc162814586)

[2.2 Публикация на сайте «Портал Образования» 9](#_Toc162814587)

[Заключение 10](#_Toc162814588)

[Список литературы 11](#_Toc162814589)

# Введение

**Актуальность темы** основывается на том, что в современном информационном обществе, где цифровая коммуникация занимает центральное место, интернет-мемы стали неотъемлемой частью сетевой культуры. Эти смешные, ироничные и порой провокационные изображения, видео или фразы активно используются в онлайн-среде для выражения и передачи идей, эмоций и сообщений.

Актуальность исследования данной темы состоит в следующем:

* культурное влияние – мемы не только развлекают, но и являются формой культурного выражения. Изучение интернет-мемов позволяет понять, каким образом они создаются, распространяются и влияют на цифровую и молодежную культуру.
* социальная коммуникация – мемы играют роль языка молодежных сообществ и помогают участникам этих сообществ выражать свою принадлежность к определенным группам или подгруппам. Исследование интернет-мемов позволяет раскрыть их роль в социальной коммуникации и формировании социальной идентификации.
* политическое воздействие – мемы стали неотъемлемой частью политической коммуникации в онлайн-среде. Изучение этой темы позволит выявить, каким образом мемы используются для формирования общественного мнения, политической активности и дискуссий.
* визуальная грамотность и креативность – создание мемов требует определенного уровня визуальной грамотности и креативности. Исследование интернет-мемов поможет понять, какие навыки и способности развивает этот процесс, и как они могут быть применены в других сферах жизни.
* маркетинг и реклама - мемы стали мощным инструментом маркетинга и рекламы в сети. Изучение этой темы поможет понять, каким образом компании используют мемы для привлечения внимания и взаимодействия с аудиторией, а также как повысить эффективность мемов в рекламной кампании.

**Гипотеза:** использование интернет-мемов в сетевой коммуникации способствует более эффективному и эмоциональному выражению идей, укреплению социальных связей и формированию сетевых сообществ.

# Цель исследовательской работы: изучение особенностей и функционирования интернет мемов, их влияние на общественное мнение, культуру пользователей.

# Задачи исследовательской работы:

1. Изучение истории возникновения и развития интернет-мемов;
2. исследование влияния мемов на формирование общественного мнения и политики;
3. оценка культурных, социальных и психологических аспектов восприятия мемов пользователями.

Для решения поставленных задач необходимо прибегнуть к следующим **методам:**

1. Изучение материалов интернета и СМИ;

2. Сравнение и анализ работы;

3. Обобщение.

Продуктом данного проекта является публикация «Интернет-мемы как разновидность сетевой коммуникации» на сайте «Портал Образования».

Структура и объем работы определены поставленными целями и требованиями к оформлению исследовательских проектных работ.

# Глава I. Теоретическая часть

## **1.1 Интернет и его характеристики**

Т.Н. Колокольцева указывает в своей работе на особое коммуникативное пространство, которое представляет интернет. Сегодня он стал гигантским источником информации, доступным для всего человечества. Благодаря своей оперативности, скорости и доступности, Интернет можно использовать не только для получения знаний, но и для общения между пользователями на любом расстоянии. Ориентируясь на теоретические положения статьи, мы обнаружили три основные функции Интернета:

* функция «банка информации» – накопление и хранение информации, а также обеспечение доступа к ней – выполняется сетевыми библиотеками, поисковыми системами, электронными словарями, информационными ресурсами энциклопедического характера и т. д.
* функция средства массовой информации – распространение новостей, аналитическое осмысление событий, социальное воздействие, реклама – осуществляется новостными сайтами, электронными вариантами печатных изданий, личными журналами (блогами) и т. д.
* функция коммуникативной площадки – предоставление возможности свободно разговаривать, высказывать частное мнение, дискутировать, обмениваться впечатлениями, устанавливать отношения. Эти функции выполняют социальные сети («Одноклассники», «В контакте»), чаты, форумы.

Основные характеристики коммуникативной среды Интернет:

1) приватность или анонимность общения в виртуальном пространстве (Интернету некому принадлежит и не контролируется, что подразумевает его не подвластность и отсутствие регулирования; и неудивительно, что отсутствие контроля и уклонение от наблюдения социальных институтов являются источником всех социальных конфликтов, связанных с Интернетом);

2) интернет-пространство, спроектированное по принципу гипертекста, предлагает возможность «игры» с ролями и формирования разных «Я» в онлайне;

3) виртуальная реальность человека ограничивается собственной представленностью;

4) интернет-пространство предоставляет широкие возможности для различных форм конструирования и творчества.

5) анализ теоретического материала, изучающего Интернет как площадку коммуникации, позволил сделать вывод по первой главе: Интернет – это коммуникативная среда, которая играет важную роль в появлении интернет-мемов и обеспечивает его широкую популярность.

## **1.2 История возникновения интернет-мемов**

Исследованием мема как феномена занимались многие западные ученые с 1970-х годов. Ему посвящена научная дисциплина меметика. В 1976 году английский учёный Ричард Докинз выпустил книгу «Эгоистичный ген», которая ознаменовала зарождение меметики как науки. В меметике происходит перенос концепции дарвиновской теории эволюции на человеческую культуру. В широком понимании это подход, который изучает идеи как единицы культурной информации. Термин «мем» возникает в работах Докинза как аналогия с «геном» в генетике.

Концепция мема развивается в работах другого ученого, Дугласа Рашкоффа, который переносит её на медиапространство. Книга Рашкоффа «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание» (далее – «Медиавирус») развивает идеи Докинза и переносит понятие мема в медиасреду.

Если у Докинза «мем» — это некая единица информации, аналогичная «гену» в генетике, то «мем» Рашкоффа – это сложный вирус, имеющий разное происхождение. Медиавирусами он называет те явления и события (медиасобытия), которые косвенно или непосредственно воздействуют на общество. Соответственно, в одноимённой книге Рашкофф описывает примеры того, как различные медиа воздействуют на общество и манипулируют общественным мнением.

Современные исследователи в большей степени используют понятие интернет-мем и понимают под ним конкретный феномен интернет- культуры. К примеру, Максим Кронгауз, доктор филологических наук, в статье, написанной для журнала «Наука и жизнь», «Мемы в интернете: опыт деконструкции» определяет интернет-мемы следующим образом:

«Под интернет-мемом подразумевается любая, но короткая информация (слово или фраза, изображение, мелодия и т.п.), мгновенно и неожиданно ставшая модной и воспроизводящаяся в интернете, как правило, в новых контекстах или ситуациях». По версии автора статьи, наиболее **важными признаками** интернет-мема являются:

* 1. краткость;
  2. популярность;
  3. коммуникативная экспансия - постоянное расширение числа пользователей, знакомых с данным интернет-мемом;
  4. креативный потенциал - возможность постоянного изменения, искажения источника мема и создания значительного количества пародий на него;
  5. многократное повторение ключевых фраз, которое позволяет мему лучше запомниться
  6. нелепость фразы, то есть абсурдность содержания мема только способствует его распространению.

Шереметова В.С. в статье «Интернет-мем как лингвистический феномен» анализирует функционирование мема как единицы культурной информации. Она считает, что мемом может быть любая фраза, любая идея, символ, изображение или звук, которые передаются от человека к человеку на основе подражания. Мемы создаются и распространяются людьми. Мемом, в его широком смысле, может быть что угодно, любой элемент массовой культуры, любой популярный бренд, строчка из песни, известный человек.

Татьяна Савицкая в исследовании "Интернет-мемы" развивает схожую идею и говорит о цикле жизни интернет-мема, который, по ее мнению, включает три этапа:

1. Мем представляет собой еще полуфабрикат, который активно реплицируется, но еще не оторвался от изначального контекста;
2. мем уже стал популярнее, распространился и перестал быть юмором «для своих», он начинает переосмысляться аудиторией, происходит определенная «словесная игра», в которой создается большое количество пародий и шуток, использующих этот мем;
3. выявляется смысловой «костяк» мема, который преобразуется и закрепляется как знак, передающий определенный смысл, общеизвестное содержание, плотно ассоциирующееся с оригиналом. Этот этап становится последним в жизни мема, постепенно он забывается и исчезает, заменяясь более свежими.

Ксенофонтова И.В. в своей работе «Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг» дает следующее определение интернет-мемам: «Интернет-мем - это явление спонтанного распространения некой информации (заметим, что не всякая информация может стать мемом) по интернету всеми возможными способами».

## **1.3 Классификации интернет-мемов**

В современном интернет-пространстве функционируют следующие типы интернет-мемов:

* текстовый мем: слово или фраза;
* мем-картинка;
* видеомем;
* креолизованный мем, состоящий из текстовой и визуальной части.

Далее охарактеризуем каждый из них.

* 1. **Текстовые мемы**, как уже было сказано, представляют собой слово, словосочетание или фразу: «Превед», «Аффтаржжот», «Баян», «Это фиаско, братан», «Изи-изи, рилток, синк эбаут ит» и др. Сюда же можно отнести своеобразные клишированные обороты, начинающие или оканчивающие высказывание: Мне одному кажется, что…, Читать до конца…, и т. д. Источниками появления подобных мемов нередко становятся высказывания «рядовых» пользователей.
  2. **Мемы-картинки** существуют в двух основных разновидностях: во- первых, узнаваемое изображение – например, «омской птицы», «Ждуна» или других персонажей; во-вторых, выполненная в графическом редакторе «Photoshop» («Фотошоп») картинка, обработанная фотография, которая получила сленговое название фотожаба. Во втором случае имеет значение не только визуальная составляющая, но и сюжет.
  3. **Видеомемы** – комические видеосюжеты, которые размещаются на личных страницах пользователей социальных сетей, передаются друг другу по электронной почте и проч. Специфика их использования заключается в возможности неоднократного воспроизведения, повторного просмотра, в том числе коллективного. Их популярность оценивается количеством просмотров.
  4. **Креолизованный мем** – Основными компонентами креолизованного текста являются вербальная часть (надпись / подпись) и иконическая часть (рисунок, фотография, таблица). В разных типах текстов они встречаются в различных комбинациях. Содержательная часть данных мемов, как правило, связана с филологической или лингвистической тематикой (обыгрываются распространенные языковые или речевые ошибки, стихотворные строки, имена известных писателей, значения слов и т п.).

# Глава II. Практическая часть

## **2.1 Где найти подходящий журнал либо сайт для публикации?**

Во-первых, следует обратить пристальное внимание на соблюдение редакцией процедур слепого рецензирования. Если все препринты — черновые версии статей — систематически и без исключений оцениваются экспертами, а сам журнал не содержит бессмысленных статей, можно говорить о некой гарантиях качества размещаемых материалов, их уникальности и актуальности. В этот журнал без сомнения стоит подать препринт.

Во-вторых, рецензируемые журналы должны выпускаться на периодической основе и распространяться по подписной модели, что гарантирует вашей публикации: она будет прочитана подписчиками и, возможно, получит одобрение специалистов научно-исследовательских институтов и вузов.

В-третьих, рецензируемые издания должны размещать полные тексты статей на своих официальных ресурсах. Этому условию соответствуют многочисленные журналы открытого доступа, бесплатные для читателей и существующие на средства авторов.

## **2.2 Публикация на сайте «Портал Образования»**

В свою очередь, я решил опубликовать свой проект на сайте «Портал Образования». Для этого я зарегистрировался на сайте, в ссылке «Мой кабинет» я заполнил необходимую информацию о себе (ФИО, название учреждения), уже после проверки и сохранения изменений я приступил к размещению своего проекта. Необходимо было ждать некоторое время, чтобы мой проект был проверен специалистами, а уже после, мне прислали сертификат о публикации.

# Заключение

На основе вышеизложенного материала можно утверждать, что цель работы выполнена – выявлены особенности интернет-мемов, отмечены основные причины их популярности. Гипотеза нашла своё подтверждение - мемы, функционирующие в сети Интернет, являются активным и легкодоступным способом современной коммуникации подростков.

Также в процессе работы над проектом я научился работать с разными источниками информации, искать сведения и данные, анализировать ту или иную информацию.

# 

# Список литературы

1. Вешнякова А.В. Лингвокреативный аспект интернет-мемов.Санк-Петербург. Журнал: Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук.№4, 2016.

2. Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993.

3. Змазнева О.А., Исаева Н.В. Феномен интернет-мема. М. Русская речь. 2014.

4. Колокольцева Т. Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка // Грани познания. – № 4.  Волгоград, 2014.

5. Кронгауз М.А. Русский язык на грани нервного срыва. М.:Астрель, 2013.

6. Кронгауз М.А. Мемы в интернете: опыт деконструкции. М. Наука и жизнь, 2012.

7. Ксенофонтова И.В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг. // Интернет и фольклор. Сборник статей. Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009.

8. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-кльтура тайно воздействует на наше сознание. ЛИТМИР. Электронная библиотека.

9. Савицкая Т.А.  Интернет-мемы как феномен массовой культуры. Журнальный клуб Интелрос. №5,2014.

10. http://www.oboznik.ru/?p=70345

11. https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/