

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

---

# СОЦИАЛЬНАЯ ОНТОЛОГИЯ РОССИИ

Сборник научных статей  
по докладам XVI Всероссийских Копыловских чтений

НОВОСИБИРСК  
2022

ББК 60.524.22я46+60.542.15я46  
С 692

Рецензент:

*Сивирин* *Б. С.*, д-р социол. наук, профессор Сибирского института управления – филиала РАНХ и ГС

С 692     **Социальная онтология России** : сборник научных статей по докладам XVI Всероссийских Копыловских чтений / под ред. М. В. Ромма, В. И. Игнатъева, В. Г. Новоселова, Л. Б. Сандаковой. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2022. – 203 с.

ISBN 978-5-7782-4799-4

Традиционный сборник научных статей по докладам XVI Всероссийских Копыловских чтений «Социальная онтология России» в рамках Научной сессии НГТУ в марте 2022 года составлен из текстов участников Чтений по проблемам социальной философии, социологии, истории России, культурологии и политологии в предметной области социальных и гуманитарных исследований. Тематикой Чтений являлись бытие российского общества в настоящее время, его исторические корни и культурные традиции.

В сборник включены материалы Всероссийской студенческой научно-практической конференции «Человек и его будущее в технологической реальности». В работе конференции приняли участие аспиранты и студенты 20 различных вузов России.

Материалы сборника предназначены студентам бакалавриатов, магистратур и аспирантур, а также преподавателям и специалистам социальных и гуманитарных направлений.

ББК 60.524.22я46+60.542.15я46

ISBN 978-5-7782-4799-4

© Коллектив авторов, 2022  
© Новосибирский государственный  
технический университет, 2022

4. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб. – Москва : Эксмо, 2018. – 288 с.

5. The Skill Content of Recent Technological Change: An Empirical Exploration / David H. Autor, Frank Levy, Richard J. Murnane // The Quarterly Journal of Economics. – 2003. – Vol. 118. – № 4. – P. 1279–1333.

## ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК ФЕНОМЕН ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Сиразева А.Л.

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет»  
Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Зарипова Р.С

**Аннотация.** В данной статье рассматривается причина популярности мемов в современной цифровой культуре, а также их наиболее характерные черты как индивидуального информационного продукта.

**Ключевые слова и словосочетания:** цифровая культура, феномен, интернет-мем, мем.

Мемы – это довольно новое явление, которое еще не привлекло внимания ученых. Мем существует в виде определенного медиаобъекта, такого как фотография или видео. Этот объект обычно существует с подписью, реже с фразой или каким-либо слоганом и т. д. Темы интернет-мемов могут варьироваться от чистой глупости до важных социальных проблем. Поэтому наиболее важной особенностью таких мемов является скорость распространения и большое внимание общественности разных уровней социальной структуры общества к ним. Другой специфической особенностью интернет-мема как информационного продукта является то, что он существует в форме символов или изображения, идеи. Это эфемерный объект, который существует благодаря веб-технологиям и сетевым ресурсам [1, с. 86]. Определенный символ или изображение, даже манера поведения человека, выражения лица и жесты могут послужить основой для создания мема. Тем не менее условием его появления является сочетание визуального образа, в том числе художественного, с неожиданным элементом.

Также существует такое понятие как «вирусные мемы», которое возникает из-за значительного интереса различных людей к определенному контенту [2, с. 84]. Следовательно, по скорости и неожиданности его можно сравнить с «компьютерными вирусами».

Авторами мемов могут быть разные люди, в том числе профессионалы в области современных визуальных технологий, когда речь идет о продвижении медиапродукта: рекламодатели, дизайнеры, фотографы и т. д. Но в принципе любой, кто знаком с компьютером, Интернетом и Photoshop, может создать мем. Очень важно, чтобы такой человек обладал хорошим чувством юмора и был наделен творческим мышлением. Он также должен уметь создавать визуальный образ, интуитивно чувствуя абсурдность объединения всех его элементов. Именно абсурдность, с которой зритель сталкивается в меме, вызывает смех. Для автора всегда важно делиться информацией с другими людьми, их интеллектуальными и даже эмоциональными состояниями. Тем не менее необычно, что потребители мемов не известны их авторам; это анонимная форма общения. Возможно, это также является стимулом для распространения мемов в интернет-ресурсах и социальных сетях, а не просто желанием заработать на просмотре такой информационной продукции. Отличительной особенностью интернет-мема являются удивление и смех, которые он вызывает у пользователя интернета. В зависимости от цели, которую преследует автор мема, смех может быть разным: ирония, юмор, сарказм и другие.

Почему интернет-мемы сейчас так популярны? В мире существует огромное количество проблем: протесты, экологические катастрофы, войны и т. д. Подобные ситуации свидетельствуют о попытках найти эффективные пути преодоления социальных проблем, которые не решаются одобренными в обществе институциональными механизмами. Подобные случаи социальной нестабильности в настоящее время все чаще приобретают черты пессимизма в оценке будущего и становятся характерным признаком дискомфорта во внутреннем мире многих современников, их неуверенности в возможных изменениях в повседневной жизни. Поэтому поиск развлечений в интернете представляется логическим звеном в изменениях символических ценностей общества и личности [3, с. 75]. Мемы позволяют хотя бы на время убежать в «мир позитивных иллюзий», доставляя удовольствие.

Еще одной важной причиной является процесс урбанизации [4, с. 13]. Жители городов, особенно мегаполисов, часто вынуждены сталкиваться с избытком визуальных раздражителей как на рабочем месте, так и в повседневной жизни. Кроме того, традиционные ценности, такие как институт семьи, религиозная вера, традиции, не всегда являются эффективными социальными инструментами для снижения стресса

в жизни современных людей. Тогда интернет-ресурсы и социальные сети становятся кластерами социальной стабильности. Обращение к интернет-мемам в данном случае – это способ уменьшить внутренний дискомфорт, возникающий в повседневной жизни жителей больших городов.

Сложнее объяснить причины постоянного спроса на такой информационный продукт, поскольку он постоянно становится «вирусной инфекцией». Интернет-мемы являются продуктом особой художественной практики. Потребителю нравится созерцать цвет, форму, фон, масштаб, пропорции, ритм, симметрию, асимметрию и т. д. в видео или на фотографии. Таким образом, он регулирует дефицит положительных эмоций в своей собственной жизни. Также человеку не хватает положительных эмоций, и поэтому смех становится для них чрезвычайно важным. По нашему мнению, именно встреча пользователей с комическими составляющими обеспечивает популярность мемов. Ожидание смеха и эмоциональной разрядки стимулирует поиск таких информационных продуктов для современников.

## ЛИТЕРАТУРА

1. *Шакиров А. А.* Современные тенденции web-разработки / А. А. Шакиров, Р. С. Зарипова // Russian Journal of Education and Psychology. – 2019. – Т. 10. – № 3. – С. 85–88.
2. *Castaño D. C. M.* Defining and Characterizing the Concept of Internet Meme / D. C. M. Castaño // Revista CES Psicología. – 2013. – № 6(2). – С. 82–104.
3. *Пырнова О. А.* Когнитивные технологии и их роль в развитии современного общества / О. А. Пырнова, Р. С. Зарипова // Информационные технологии в строительных, социальных и экономических системах. – 2020. – № 1 (19). – С. 74–76.
4. *Басаргин В. Я.* Влияние цифровых технологий на урбанизацию / В. Я. Басаргин, Р. С. Зарипова, О. А. Пырнова // «Цифровая культура открытых городов»: Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Екатеринбург. – 2018. – С. 13–15.

## СОЦИАЛЬНАЯ ОНТОЛОГИЯ РОССИИ

### Сборник научных статей по докладам XVI Всероссийских Копыловских чтений

Под редакцией М.В. Ромма, В.И. Игнатъева, В.Г. Новоселова, Л.Б. Сандаковой

Выпускающий редактор *И.П. Брованова*  
Корректор *И.Е. Семенова*  
Дизайн обложки *А.В. Ладыжская*  
Компьютерная верстка *Н.В. Гаврилова*

Налоговая льгота – Общероссийский классификатор продукции  
Издание соответствует коду 95 3000 ОК 005-93 (ОКП)

---

Подписано в печать 22.11.2022. Формат 60 × 84 1/16. Бумага офсетная  
Тираж 30 экз. Уч.-изд. л. 11,85. Печ. л. 12,75. Изд. № 209. Заказ № 306  
Цена договорная

---

Отпечатано в типографии  
Новосибирского государственного технического университета  
630073, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20