

на май 2020 года в официальном сообществе «ВКонтакте» состоит более 450 человек) начинает формироваться определенная коммуникативная площадка по интересам. Пользователи присылают фотографии и темы для публикаций, комментируют подкасты и новости.

Выбранная тактика продвижения проекта стала интересна не только жителям Кировского района, но и медиасообществу в целом. За полгода упоминание Metallurg в медиасреде увеличилось в несколько раз. Так, к маю 2020 года проект «Твой Metallurg» имеет более 25 публикаций в региональных СМИ, в которых фигурируют слова «лекторий» и «культурное пространство».

Таким образом, можно сделать вывод, что создание арт-центра в стереотипном районе и его продвижение в медиасреде способно повлиять на самоощущение его жителей, изменить негативное отношение к территории и в дальнейшем повлиять на городскую среду.

ЛИТЕРАТУРА

1. Артемов А. С. Здесь куют металл! Утерянное зловещее величие окраинного района // Другой город. – 2013 // <https://drugoigorod.ru/metallurg/>.

2. Почему Metallurg – это круто? Подкаст «Твоего Metallurga» совместно с «Радио России» // Культурное пространство «Твой Metallurg» // https://vk.com/podcasts-184973688?w=wall-184973688_220.

3. Столицы и регионы России: мифы и реальность пятнадцать лет спустя // Исследование научной группы ФНИСЦ РАН в сотрудничестве с Московским Представительством Фонда им. Ф. Эберта. – М. 2018.

4. Шилехина М. С. Культурное пространство современного города как объект междисциплинарного исследования // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. – 2017. – №2 (25). – 40 с.

*М.А. Ситрова (Россия, Самара)
Научный руководитель Н.А. Захарченко*

ФЕНОМЕН МЕМОВ О КОРОНАВИРУСЕ В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В статье предпринята попытка рассмотреть феномен интернет-мемов как распространенного явления в социальных сетях. Будучи неотъемлемой частью современного медийного контента, интернет-мемы оказываются неотрывно связаны с событиями реальной жизни. В частности, это удобно проследить на примере мемов, которые в данный момент актуализируют главную мировую проблему – распространение коронавирусной инфекции, в связи с чем они активно тиражируются пользователями социальных сетей «ВКонтакте» и Instagram, реализуя не только функцию фиксации значимого фрагмента истории, но существенно влияя на общественное мнение.

Ключевые слова: мем, интернет-мем, социальные сети, контент, коронавирус.

В современном мире инновационных технологий и интернета каждый из нас идёт в ногу со временем и старается не отстать от современных трендов, культурных и коммуникационных новшеств. Интернет-сайты, социальные сети превращаются в мощный двигатель развития культуры общества. Постепенно различные интернет-явления приобретают огромное значение в жизни человека.

Одно из таких явлений – мемы, которые впервые возникли на интернет-платформе и до сих пор занимают значимое место в коммуникационной и культурной сферах человеческого развития. Мы каждодневно сталкиваемся с мемами на просторах социальных сетей, употребляем их в процессе общения.

Мемы не существуют «в отрыве» от общекультурного контекста. Они вызывают в нашем сознании актуализацию определенной информации, выстраивают ассоциативный ряд и воздействуют на то, как люди воспринимают реальный мир [2, с.11]. Более того, сегодня они – полноправная составляющая человеческого бытия. Следует отметить, что «мемы, функционирующие в киберпространстве, отражают реальные, актуальные для общества события и интерпретируют их преимущественно в ироничном плане. Интернет-мемы становятся имплицитным инструментом формирования общественного мнения и могут использоваться намеренно в политтехнологиях, рекламе, брендинге, маркетинге» [1, с.113]. Ни для кого не секрет, что меметика как теория о сознании и культуре изучает не смешные картинки, а единицу важной культурной информации.

В 2020 году самая актуальная тема новостных лент – распространение по всему миру коронавирусной инфекции COVID-19. Это глобальное событие современности стало самым популярным среди создателей мемов. Мемы про коронавирус встречаются практически во всех социальных сетях.

Одной из самых популярных соцсетей по количеству мемов о коронавирусе и не только является «ВКонтакте». После введения карантина в школах и университетах России, закрытия театров, музеев, а также запрете публичных мероприятий паника стала охватывать население. Именно паника на начальном этапе самоизоляции создала ажиотаж вокруг гречки, макаронных изделий, туалетной бумаги в продуктовых магазинах, а также обеспечила тотальный дефицит масок и обеззараживающих средств в аптеках. Шутники не упустили возможности воспользоваться этим инфоповодом, чтобы создать высмеивающие мемы. В сообществе «Книга рекордов» 1300 лайков набрал мем с подписью «Уже совсем скоро», под которой располагается картинка героя из игры «Сталкер» в противогазе и экипировке, говорящего «Я в магазин, тебе что-нибудь взять?». В этом же сообществе 1800 лайков набрал креолизованный мем – фото пустующего спортзала и подпись – «Учёные: спортзал – идеальное место для распространения коронавируса», внизу значился комментарий неизвестного – «Я так и знал! Я поэтому их уже 15 лет избегаю! Берегите себя, друзья!».

Информационно-новостные сообщества также не удержались от публикации мемов. Так, «Новости Самары – Самара life» опубликовало фотографию «на злобу дня», предложенную участницей группы, – большое количества масок

с подписью: *«Есть 3 упаковки медицинских масок. Меняю на 2 комнатную квартиру или новый Тойота Камри. Окрайнюю и нижнюю часть города не предлагать!»*. Официальная группа «Лентач» также сопровождает свои новостные заметки мемами: например, к сообщению о введении карантина в школах был прикреплен скрин из игры с надписью: *«Власти объявили внезапные каникулы. Количество политологов и вирусологов в комментариях увеличилось вдвое»*. Новость о том, что в Москве с 4 мая начнут продавать маски в кассах метро, сопровождается кадрами из известного мультфильма «Спанч Боб»: *губка в лавке продавал что-то и покупателей было очень мало, но стоило герою мема поставить надпись «тут продают маски», как вокруг него собрались тысячи жителей океана*. Создаются подобные мемы для того, чтобы разрядить напряжение, царящее вокруг, снизить разрушительное для человеческой психики воздействие страха как ответной реакции на пандемию. Как известно, защитная реакция многих людей на страшные явления – это смех. Однако отклик пользователей на подобные шутки не всегда неоднозначен. *«Было бы смешно, если бы не так грустно. В аптеках Самары просто нет масок и не предвидится»*, – комментирует мем участник группы «Новости Самара». *«Мем смешной, ситуация страшная»*, – реагируют пользователи группы «Книга рекордов».

Instagram-площадка уступает по количеству мемов социальной сети «ВКонтакте», но зато ее пользователи положительно реагируют на появление мемов о коронавирусе и активно выкладывают их себе в истории. В Instagram можно найти множество картинок, связанных с дефицитом масок, гречки и туалетной бумаги: *люди, на которых вместо медицинских масок надеты луковица, кусок пиццы или лаваши; сидящие на пачках гречки, с подписью «современные богачи»*. Не меньше мемов постится на тему карантина. Например, холодильник, полный продуктов, около которого сидит кот в слюнявчике с надписью «карантин» и подпись: *«Ну ок, этого мне хватит на 2 часа, а што кушоц дальше?»*. Или мем с изображением шоколадки «Алёнка» с припиской «Уд» – современный ребус дистанционного образования и работы на «удалёнке».

Сообщество *marvel_ru* опубликовало мем на злобу дня: подпись *«кому-то нравятся эти злодеи»* расположена под фотографиями Дарта Вейдера и Ганнибала Лектора, *«а кто-то обожает этих злодеев»* под фото Джокера и Воланде-морты, а изображение коронавируса размещено под ними с выводом: *«Но абсолютно все ненавидят коронавирус»*. Звезды и блогеры стараются настраивать аудиторию на позитив и выкладывают на своих страницах мемы-картинки и видео-мемы. Ника Вайпер показала версию домашнего спортзала, облив пол моющим средством и начав по нему скользить как по беговой дорожке. Актриса Екатерина Волкова выложила на своем аккаунте самые абсурдные сообщения, которые рассылаются людям и были придуманы для смеха. Пример одного из них: *«Сегодня с 23:00 и до 5:00 утра, вертолеты будут распылять лекарство для дезинфекции, окна и балконы должны быть закрыты и на улице после 23:00 находиться нельзя. Сообщили из военной части»*. Актриса Агата Муцениеце «запостила» мем с изображением куклы Барби до карантина – со стройной фигурой и после – довольно располневшую. Вишенкой на торте «инстаграмных»

мемов являются шутки про дезинфицирующие средства. Например, изображение беспроводных наушников с подписью «*что носили в 2019*» и рядом с ними изображение антисептика «*что носят в 2020*», а под этим коллажом размещен комментарий – «*вирусный юмор*». На подобные мемы пользователи Instagram реагируют спокойно или с юмором. Так, под мемами про маски можно найти сообщения: «*Крутяк!*», «*Возьму на вооружение*» и *огромное количество смеющихся смайликов*, то есть в Instagram аудитория более лояльна к подобному юмору, чем аудитория в сети «ВКонтакте». Скорее всего, это вызвано разной возрастной категорией людей, пользующихся данными ресурсами. Молодёжь, в отличие от старшего поколения, относится ко всем общественным проблемам с большим легкомыслием, поэтому проще воспринимает мемы о коронавирусе, Интересный факт: в указанных соцсетях появились даже отдельные сообщества с мемами о коронавирусе, которые не остаются без внимания аудитории. Это говорит о том, что людям необходим смех и юмор, особенно в критических ситуациях, чтобы отвлечься и уменьшить свои переживания. Эту потребность удовлетворяет большое количество мемов на платформах социальных сетей. Таким образом, мемы оказываются абсолютно релевантны потребностям людей во время тех или иных драматических событий, происходящих на фоне коронавируса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Моисеенко Л.В. Интернет-мем как единица социально-культурного контента // Вестник Московского государственного лингвистического университета. – М., 2015. – 104-114 с.
2. Шомова С.А. Мемы как они есть: Учеб. пособие / С.А. Шомова – М.: Аспект Пресс, 2018. – 136 с.

*Ю.А. Шугаева (Россия, Самара)
Научный руководитель Н.А. Захарченко*

ПРИНЦИП СЕРИАЛЬНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ТЕЛЕВИДЕНИИ

Сериалы стали одним из популярнейших форматов массовой культуры, и сегодня они задают новые тенденции в мире медиа. В связи с этим принцип сериальности как способ подачи материала является наиболее успешным для привлечения зрителей. В современных реалиях этот принцип реализуется в программах самых разных жанров и тематической направленности: от информационных передач до развлекательных. Для «обыденного» зрителя его проявления могут быть незаметны на первый взгляд, однако влияние на восприятие контента трудно переоценить.

Ключевые слова: телесериал, сериальность, контент, ток-шоу, шоу, жанр, формат.