

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. ЛОМОНОСОВА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра новых медиа и теории коммуникации

«Животные в современных СМИ и социальных сетях»

Выполнила: студентка V курса,
д/о, (507 группа)
Болычева Маргарита
Преподаватель:
И. И. Засурский

Москва
2014

Последнее время в новостной ленте любой из социальных сетей, на телевидении, в газетах и журналах всё чаще стали встречаться всевозможные фотографии и картинки животных, в основном кошек, лемуров, щенят и других милых зверей. Их чаще всего называют «мимими». Скрыться от милых животных в интернете очень сложно. Рекламные компании пристально следят за любовью аудитории к маленьким и пушистым зверькам, поэтому не только в социальных сетях, а и на обычных страницах пользователь интернета может встретиться с рекламными щенятами, козлятами, львятами и прочими подрастающими представителями фауны. Что означает тенденция увеличения интереса к животным? Почему фотографии и картинки животных имеют магически притягательный эффект? На эти и другие вопросы мы постарались найти ответы в нашей работе.

Для начала обратимся к работе известного швейцарского психиатра Карла Юнга «Человек и его символы». Он пишет, что изначально древние люди использовали силу и мощь животных в мифах о создании мира. «В религиях и в религиозном искусстве практически всех континентов имеются случаи почитания богов в облике животных или наделения божеств атрибутами животных Древние жители Вавилона перенесли своих богов на небеса в виде знаков Зодиака: овна, быка, краба, льва, скорпиона, рыб и т.д.»¹ В те же времена многие народы выбирали себе священных животных, которых почитали, приносили им жертвы и никогда не убивали. «Индусы никогда не ставили на первое место человека в иерархии живых существ: слон и лев стоят в ней выше человека.»²

Большую роль образ животных играет в религии. В христианстве Святой Лука - бык, Святой Марк - лев и Святой Иоанн - орел, а Святой Матфей изображается мужчиной или ангелом. Сам Христос символически предстает в образе агнца божьего или рыбы, а также в образе змеи, вознесенной на крест, льва и, в редких случаях, единорога. Животные атрибуты святых Христа обозначают, что всем сыну Бога животное начало необходимо не менее, чем духовное. Животное начало символизирует инстинкты, которые перерастают в поведение, личные качества и характер. Взаимосвязь человеческого, сверхчеловеческого и животного символизируется рождественским сюжетом о рождении Христе в яслях среди ягнят.

Нередко распространение образов животных в религии и искусстве разных времен объясняло то, что было не подвластно человеческому разуму. Человек очень многое получил от животных. Современные человеческие инстинкты - это животные инстинкты адаптированные в современном мире. Даже сейчас встречаются люди, у которых инстинкты ещё не трансформировались в человеческие.

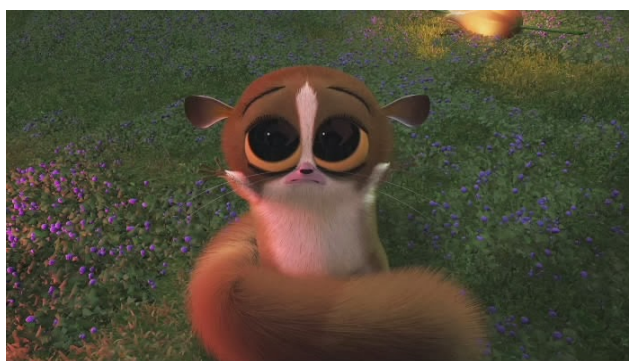
¹<http://www.yourdreams.ru/biblio/pages/carl-gustav-jung-mhs-1.php>

² там же

Можно ли провести аналогию с символами животных и современными картинками? Вероятно, что нет. Проанализируем некоторые источники СМИ и социальные сети, в которых нам встречаются животные.

Рубрика «МИМИМИ» в передаче «Вечерний Ургант»

Совсем недавно в лексиконе появилась междометие «мимими». Обычно произносится во время умиления, чаще так называют милых детенышей животных. Этимология этого междометия относится к

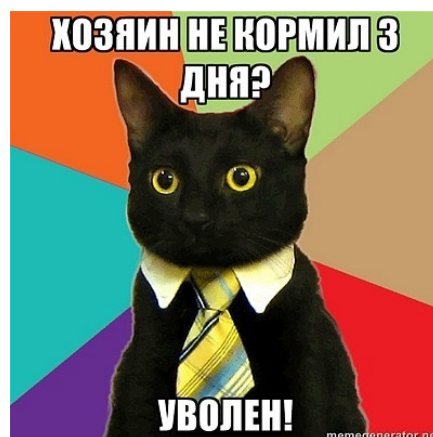


мультфильму «Мадагаскар», в котором так разговаривал пушистый зверёк. Следуя по стопам этого милого пушистика редакция «Вечернего Урганта» создала рубрику «мимими», в которой ведущий Иван Ургант достаёт из корзинки детёнышей зверей. Зрелище настолько умильное, что зал не сдерживает своих эмоций. А рейтинг передачи именно на этой рубрике каждый раз растёт. Уже были показаны детёныши свиньи, крольчата, котята, пингвинёнок, лемур и другие. В комментариях под выпуском можно найти записи поклонников, что не только животные «мимими», но и сам ведущий вызывает восторженное умиление.



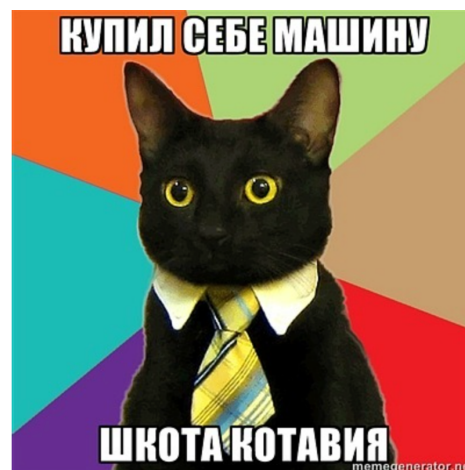
«Сообщества и группы, посвященные животным в «ВКонтакте» и Instagram»

Звездный час многих людей наступает именно в интернете, а чаще всего после нестандартного случая, запечатлев которое, успели выложить в сеть друзья или недоброжелатели. Сразу рождаются так, называемые мемы. **Мем** (*media-вирус*) — это идея, образ или любой другой объект нематериального мира, который передаётся от человека к человеку вербально, невербально, через интернет или как угодно ещё ³. Но через время эти темы быстро становятся устаревшими и их перестают использовать, но веселые видео и картинки с животными живут вечно. На просторах интернета можно встретить не только бесчисленные паблики, посвященные всем породам кошек, собак и других животных, но и паблики, в которых люди очеловечивают своих питомцев. Например, в паблике «Бизнес псы и Югославская музыка» хозяева выкладывают фотографии своих псов (внимание!) в своих офисных костюмах и чем продуманнее будет наряд питомца, тем больше лайков и репостов соберет фотография. По количеству подписчиков эта группа может соревноваться с группами больших магазинов, корпораций, а по количеству лайков даже с такими группами, как «МДК» или «Орленок». Таких групп очень много, ещё в пример можно привести - «Конь математик» (к сожалению, администраторы её удалили), но за несколько месяцев на группу подписалось больше 11 000 тысяч подписчиков. А в группе «Бизнес кот» участники придумывают деловые будни для одно и того же кота. Для него создан кошачий мир



³<http://lurkmore.to/Мем>

абсолютно похожий на человеческий и в нём этот кот выполняет роль успешного бизнесмена: увольняет кошек, даёт взятки собакам, покупает акции Whiskas и делает многое другое, что, собственно, должен делать настоящий бизнес кот. Но только на изобретении параллельного кошачьего мира участники этой группы не останавливаются. Предлагаю обратить внимание на комментарий посетителя (см. фото



Первая) не судите строго)

Добавлена 8 сентября 2011 | Мне нравится 1870

Показать предыдущие 27 комментариев



Дмитрий Севастьянов

Я не думал что он ездит на такой, дешевой. Наверное кот задумается, что его деловые партнеры будут над ним ржать, так что кот купи себе Бентли Коттиненталь



Семён Глаз
Лучшее

Поделиться
Сохранить к себе

Открыть оригинал
Пожаловаться

«Купил себе машину - шкота коттавия»): «Я не думал что он ездит на такой дешёвой. Наверное кот задумается, что его деловые партнеры будут над ним ржать, так что кот купи себе Бентли Коттиненталь».

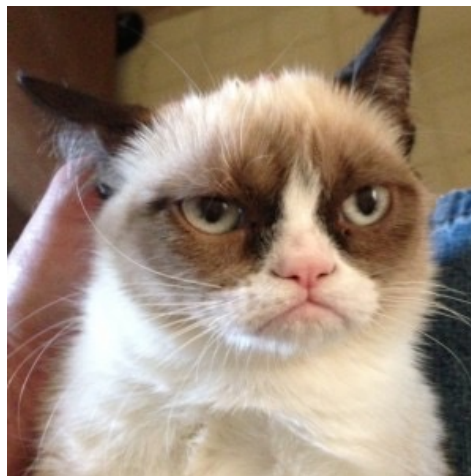
С тремя представленными группами и комментариями посетителей сообщества за профессиональным комментарием мы обратились к заслуженному врачу Российской Федерации Сергеевой Ирине Трофимовне. «Прежде всего, люди, предпочитающие общество животных, - это те, кто обижен на общество людей. Те, кто не смог найти контакт с людьми, те, кого не принимаю в коллективах. Для них животные это лучшие друзья, верные товарищи. Они находят в них молчаливую поддержку, ведь ни один зверь не станет высказывать вам своё мнение, хамить, подставлять или уводить жену. Конечно, периодически животные агрессивны, но люди не всегда раскрывают их природное поведение, так чтобы животное умело включить свою агрессию. В основном одинокие люди (чаще всего незамужние бездетные женщины после 40 лет) проявляют неконтролируемую любовь к животным настолько, что могут рассказывать о питомцах и показывать их фотографии чаще и больше, чем о детях. Последнее время развивается тенденция когда молодежь и даже успешные люди становятся заложниками рекламы, интернета и других современных технологий, но они там не работают и не учатся! Либо играют,

либо рассматривают смешные видео и картинки, обычно, видео и картинки с животными. Почему они это делают? Ответ очень прост. Мы сейчас не отдыхаем совершенно! Учеба, работа, постоянная реклама, нужно всё время анализировать, думать, думать... А тут открываешь интернет и видишь, как мама-кошка во сне обнимает дергающегося котёнка, которому снится страшный сон, чтобы тот успокоился. 33 секунды, а расслабление и заряд положительных эмоций на целый день! Животные в современном мире - это антидепрессанты. И молодежь почти правильно их принимает. Но вместе с положительным эффектом, в таких сообществах проявляются люди с психическими расстройствами. К сожалению, через интернет сложно определить действительно ли человек болен, потому что считает кошачий мир тождественный человеческому или же это просто шутник. Бесспорно такого рода комментарии вызывают сомнения насчет адекватного восприятия реальности.» - пояснила нам Ирина Трофимова.

Многие пользователи популярной сети Instagram отмечают, что фотографии их питомцев получают в разы больше лайков, чем их собственные. Посетителям проще поставить лайк на фотографию милого животного, которое никогда вас не обидит и не обманет, чем на его вроде обычного хозяина, который почему - то и завтракает вкуснее, и его ноги на песке выглядят ровнее, да и вообще в его жизни одни счастливые моменты. Может, Instagram вашего товарища настолько уныл и скучен, что ни на одно фото рука не поднимается ставить лайк, но тут на помощь приходит фото питомца. Согласитесь, что фото животных никогда не получают неудачные.

«Тот самый момент, когда твоя кошка зарабатывает больше тебя»

Как уже было сказано ранее благодаря средствам массовой информации, всевозможным сайтам в интернете животные становятся звездами в считанные секунды. А хитрые хозяева делают из этого очень прибыльный бизнес. Наверняка, всем известен кот с самым недовольным выражением лица (если нет, мы напомним). Так вот, Тард, так зовут кота, уже заработал более 100 млн долларов (считайте по нынешнему курсу) и освободил свою хозяйку от неблагодарной работы официанткой. Всевозможные вещи, книги можно купить с его угрюмой мордочкой во всём мире. Образ Тарда популярен у людей абсолютно разного возраста. Картинки, рисунки, мемы, демотиваторы с его изображением можно найти в миллиардном количестве в интернете. И это только единственный пример мяукающего миллионера. В каждой стране есть своя звезда. В России они тоже есть. В Химках живет британец(порода кота) Ники, который тоже содержит свою хозяйку. Блокноты, футболки и многое другое с его смешной сидячей позой разлетаются, как горячие пирожки!



Мы специально не затронули в работе вопрос использования животных в рекламе, потому что это отдельная и очень обширная тема. Для сведения: в рекламной отрасли есть три общеизвестных козыря: секс, дети и животные. Считается, что использование любого из этих трех инструментов гарантированно дает положительный эффект. В последнее время аудиторию привлекают в основном животные. По данным рейтинговых агентств, если в телевизионной рекламе, идущей первой после паузы есть «кто-то милый и пушистый», то телевизоры выключаются намного реже, чем когда в самом начале пускают рекламу без животных. Почему так происходит мы постарались описать выше.

А вспоминать смешные картинки или группы из интернета с животными можно бесконечно, как и анализировать почему они популярны. Ещё нет научных работ на эту тему, поэтому мы постарались кратко разъяснить вам наиболее важные аспекты популярности представителей «мимими». Безусловно, они заслуживают более подробного исследования. Положительная тенденция такой популярности животных заключается ещё и в том, что шутивное и доброе отношение к животным уменьшает агрессию человека направленную, не только на окружающих людей, но и воспитывает заботливое отношение к братьям нашим меньшим.