

**Московский государственный университет
имени М. В. Ломоносова**

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра медиалингвистики

**Трансформация популярной музыки в мемы и их использование в
новых медиа**

Выпускная квалификационная работа

студентки IV курса

дневного отделения

Усольцевой Марии Ивановны

Научный руководитель:

кандидат культурологии, старший преподаватель

Кузнецова Светлана Юрьевна

К ЗАЩИТЕ

«___» _____ / _____ /
_____ 2019 г.

Зав. кафедрой

К ЗАЩИТЕ

_____/_____/_____
«___» _____ 2019 г.

Москва 2019

АННОТАЦИЯ

Дипломная работа посвящена трансформации популярной музыки в мемы. Данный процесс рассматривается с точки зрения того, как созданные на основе популярных музыкальных произведений мемы используются в новых медиа. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и библиографического списка. Во введении сформулированы цели и задачи исследования, его новизна, актуальность, обзор источников, а также сформулированы выносимые на защиту положения. В первой главе рассмотрено понятие «мем», его особенности и функции. Во второй главе рассмотрен термин «новые медиа» и даны результаты проведенного при подготовке работы онлайн опроса. В третьей главе проанализированы конкретные примеры использования мемов, созданных на основе популярных российских и зарубежных песен. В заключении приведены выводы, сделанные в результате исследования.

ABSTRACT

The graduation paper is devoted to the transformation of popular songs into memes. It analyses how popular music memes are used in new media. The paper consists of the introduction, three chapters, conclusion and bibliography. The first chapter re-examines the concept of 'meme' providing its definitions and defining its functions. The second chapter analyzes the concept of 'new media' and provides the results of the online poll conducted as part of the research. Chapter three analyses specific examples of music memes based on popular Russian and foreign songs.

Работа написана мною самостоятельно и не содержит неправомерных заимствований.

« ____ » _____

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	5
Глава 1. Мемы, мемчики, мемасики: что это такое, зачем они нужны и почему мы ими делимся	10
1.1. Что такое мем? Определения, трактовки и теории: от Докинза до наших дней.....	11
1.2. Классификация интернет-мемов	20
1.3. Функции и отличительные черты интернет-мемов.....	29
1.4. Жизненный цикл мема. «Виральность» и критерии успешного мема	33
1.5. Заключение.....	39
Глава 2. Что такое новые медиа и как они помогают распространять мемы	41
2.1. Что такое новые медиа?	42
2.2. Как интернет-пользователи потребляют мемы	43
2.3. Заключение.....	48
Глава 3. Трансформация популярной музыки в мемы: причины явления и использование его результатов в новых медиа.....	50
3.3. Первые музыкальные мемы. Рик Эстли и Эдуард Хиль	50
3.2. Дрейк: “Hotline Bling”, #InMyFeelingsChallenge и популярность в Рунете.....	54
3.3. “This is America” Childish Gambino: почему из этой песни просили не делать мемы и как это понять, если ты не из США?.....	62
3.4. PSY и его “Gangnam Style”: как странный корейский танец покорил интернет и почему его до сих пор помнят	71
3.5. «Третье сентября» Михаила Шуфутинского: российский шансон как один их самых популярных музыкальных мемов.....	77

3.6. Little Big и #SkibidiChallenge: еще один танцевальный челлендж, который захватил интернет	85
3.7. «Цвет настроения синий» Филиппа Киркорова и причины его популярности.....	87
3.8. Заключение.....	94
Заключение	96
Библиографический список	99

ВВЕДЕНИЕ

Мем – новая и малоисследованная единица коммуникации в интернет-пространстве. Трудно найти единственно точное и верное определение данного термина. Вопрос классификации мемов также открыт для дискуссий – исследователи предлагают свои концепции, используя разные характеристики мема в качестве опорных точек для отнесения их к той или иной группе. Одно из наиболее общих определений дано в Оксфордском словаре:

- Мем — это элемент культуры или системы поведения, передаваемый от одного человека к другому с помощью имитации (подражания) или другими негенетическими средствами¹.

Если графические и текстовые мемы часто становятся предметом исследования, то о музыкальных мемах практически не говорят. Им посвящены только отдельные статьи на различных интернет-ресурсах.

Актуальность данной работы заключается в том, что даже в эпоху интернета и технологий музыкальные мемы не рассматриваются как отдельное и важное явление, оказывающее влияние на развитие новых медиа. В рамках исследования был проведен опрос среди 133 человек, из которых 65,4% (87 человек) ассоциируют с понятием «мем» картинку – и никто из опрошенных не связывает с этим термином песню. При этом музыкальные мемы – важный пласт популярной культуры, понимание которого необходимо для создания полной картины того, как развивается интернет и меняется коммуникация между пользователями. Определить музыкальные мемы можно как песню, мелодию и т.д., которые пользователи передают друг другу по различным причинам. Это могут быть как навязчивая мелодия или элемент из клипа, так и юмористическое содержание текста или отсылки к тем или иным явлениям.

¹ Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help // [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme> (дата обращения: 27.01.2019)

С нашей точки зрения, музыкальные мемы – интересный для изучения тип мемов, поскольку конкретным мемом может стать как песня целиком, так и отдельные её слова и даже кадры из клипа. Все эти элементы затем используются популярными медиа для иллюстрации новостей, трансформируются в рекламу и помогают медиа взаимодействовать с пользователями, а пользователям – друг с другом.

Научная новизна данной работы состоит в том, что музыкальные мемы и процесс их появления не исследованы комплексно. При подготовке данной работы нам не удалось найти работ и научных публикаций, посвященных конкретно исследованию музыкальных мемов. Существует достаточное количество работ, посвященных изучению мемов в целом, но такому специфическому направлению, как музыкальные мемы, исследователи не уделяют нужного внимания. Именно поэтому при подготовке работы мы собрали большое количество примеров использования музыкальных мемов в разных областях: как в новых медиа, так и в рекламе. Это позволяет нам рассмотреть музыкальный мем с разных точек зрения.

При написании дипломной работы были использованы различные **теоретические и эмпирические методы**: метод анализа, метод классификации и сопоставления различных видов мемов. Также был проведен опрос с помощью сервиса Google Формы.

Цель данной работы – проанализировать, как популярные песни трансформируются в мемы, почему это происходит и какова дальнейшая судьба таких мемов. В соответствии с целью были поставлены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть термин «мем» в историческом разрезе: от его появления в 1970-х годах XX века до современных трактовок;
2. Классифицировать мемы и предложить несколько опорных классификаций для рассмотрения и дальнейшего анализа;
3. Определить основные функции мемов и их задачи – чтобы в дальнейшем применять их при исследовании конкретно музыкальных мемов;

4. Дать краткую характеристику новых медиа и определить, чем они отличаются от традиционных медиа – чтобы проследить, как с изменением функционирования медиа появляются новые термины и средства, в том числе мемы;
5. Дать определение термину «виральность», поскольку этот термин важен для понимания того, почему одна песня становится мемом и используется в этом качестве долгие годы, а другие песни забываются через пару месяцев;
6. Рассмотреть, как и для чего музыкальные мемы используются в новых медиа и рекламе;
7. Разобрать несколько наиболее популярных музыкальных мемов и выделить причины их популярности, а также проследить, как данные мемы используются в новых медиа и надолго ли сохраняют свою популярность среди интернет-пользователей.

На защиту выносятся следующие тезисы:

1. Понятия «мем» и «музыкальный мем» нельзя рассматривать в отрыве друг от друга: это взаимосвязанные понятия, и для того, чтобы понять суть музыкального мема, необходимо обратиться к истокам оригинального термина «мем» и проследить его эволюцию на протяжении последних 40-50 лет;
2. Музыкальные мемы не только появляются случайно благодаря отбору, который осуществляют пользователи, но и зачастую создаются искусственно для дальнейшего продвижения, в том числе в новых медиа и рекламе. Это важная характеристика, которая отличает музыкальный мем от, например, мема графического;
3. Музыкальные мемы получили возможность активно развиваться именно благодаря новым медиа. Неразрывная связь этих понятий чрезвычайно важна при исследовании причин возникновения и развития музыкальных мемов;
4. Музыкальные мемы – новый вид интернет-мемов, который получает всё большее распространение, поэтому изучение этого феномена важно

как для понимания психологии пользователей социальных сетей, так и для успешного продвижения собственного контента на базе новых медиа.

Эмпирическая база исследования – посты в группах в социальных сетях таких интернет-изданий как TJournal, Medialeaks, Лентач, Настоящий Лентач, а также рекламные посты в различных группах в социальных сетях. Изучаемый период – 2000-е годы. Данный период выбран потому, что именно в это время происходит активное развитие новых медиа, что представляет собой базу для появления и широкого распространения интернет-мемов, в том числе музыкальных. Всего при подготовке работы было изучено около 30 музыкальных мемов, из них в работе представлены 10 примеров и рассмотрены варианты их использования в новых медиа.

Научной базой при написании работы послужили работы исследователей, которые занимались исследованием термина «мем» и его развития с момента появления и до наших дней: **С.А. Шомова, Т.Е. Савицкая, М.А. Кронгауз, А. Столетов, Г. Зайков, Е.И. Головонова, Н.В. Часовский**, а также материалы, подготовленные для лектория BBDO (американское рекламное агентство, название которого расшифровывается как Batten, Barton, Durstine & Osborn. Агентство работает и в России). Среди зарубежных авторов работ, которые посвящены исследованиям мемов, в работе упоминаются **Сюзан Блэкмор, Ричард Докинз и Лимор Шифман**. Кроме того, использовались аналитические материалы интернет-изданий Memepedia, Knife Media, N + 1, Meduza, Афиша Daily, Vice, Know Your Meme, Vulture, КУКУ и др., посвященные исследованию музыкальных мемов.

Объект исследования – термин «мем», который рассматривается как в связи с общекультурным и научным контекстом, так и как один из способов взаимодействия новых медиа с пользователями, а также самих пользователей друг с другом в интернет-пространстве. **Предмет исследования** – музыкальные мемы как отдельный вид мемов, особенности их возникновения

и развития, а также причины популярности и способы использования данного типа мемов в новых медиа.

Дипломная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложения с примерами использования музыкальных мемов в социальных сетях и рекламе. Первая глава посвящена исследованию термина «мем», анализу его классификаций и функций, а также анализу понятия «виральность». Вторая глава включает в себя рассмотрение термина «новые медиа» и выделение основных отличий новых медиа от традиционных. Третья глава включает в себя анализ нескольких примеров наиболее популярных музыкальных мемов – как русскоязычных, так и англоязычных.

ГЛАВА 1.

МЕМЫ, МЕМЧИКИ, МЕМАСИКИ: ЧТО ЭТО ТАКОЕ, ЗАЧЕМ ОНИ НУЖНЫ И ПОЧЕМУ МЫ ИМИ ДЕЛИМСЯ

*Гораздо лучше смеяться с молодежью над картинками в интернете,
чем обсуждать болезни со сверстниками.*

Арато Андраш,

герой мема «Гарольд, скрывающий боль»²

В работе «Интернет-мемы как феномен массовой культуры» Т.Е. Савицкая пишет: «В наши дни экспансия мемов ... стала мощным, хотя и скрытым фактором формирования общественного мнения и шире – современной ментальности; иначе говоря, социально-культурным явлением, с которым нельзя не считаться»³. С этим трудно не согласиться, если взглянуть на современные медиа.

Мы видим слово «мем» в заголовках. Видим его в интервью исследователей и знаменитостей, употребляем в собственной речи. Лингвисты посвящают отдельные исследования природе и специфике мемов, а специалисты в области рекламы используют мемы в своей работе – чтобы привлечь аудиторию, омолодить её, быть в тренде. При этом каждый человек, обращающийся к мемам и использующий их, трактует этот термин по-разному, что уже было показано в результатах исследования, проведенного в рамках написания этой работы. Обратимся к одному из определений мема, которое дается в Оксфордском словаре:

- Мем — изображение, видео, текст и другие типы контента, обычно юмористические по своей природе, которые копируются

² Гарольд не скрывает ничего: звезда мема — о популярности, деньгах и молодости // Афиша Daily. [Электронный ресурс]. URL: <https://daily.afisha.ru/infoporn/9072-garold-ne-skryvaet-nichego-zvezda-mema-o-populyarnosti-dengah-i-molodosti/> (дата обращения: 05.12.2018)

³ Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf (дата обращения: 05.12.2018)

и быстро распространяются интернет-пользователями, часто с некоторыми изменениями⁴.

Это одно из множества определений, используемых в современной науке. В первых работах 1970-х годов, посвященных изучению мемов, давалось совсем другое определение. Именно поэтому в данной главе мы рассмотрим, какое определение термину «мем» давали с момента его появления и до наших дней; какие функции выделяют у мемов; как их классифицируют, и, наконец – постараемся разобраться, каким должен быть мем, чтобы стать популярным и не «умереть» через две недели после своего появления.

1.1. Что такое мем? Определения, трактовки и теории: от Докинза до наших дней

Концепция мема была предложена биологом и этологом Ричардом Докинзом еще в 1976 году – времени без YouTube, Reddit и социальных сетей. Впервые термин «мем» появляется в его книге «Эгоистичный ген» в 1976 году. Он происходит от греческого «миметис», то есть «подражатель, имитатор». Для удобства употребления слово было сокращено, и так мы получили «мем» – слово, которое с тех пор вызывает споры в научном мире. Что имел в виду Докинз, когда вводил в лексикон это понятие?

- «Примерами мимов служат мелодии, идеи, модные словечки и выражения, способы варки похлебки или сооружения арок. <...> Если ученый услышал или прочитал об интересной идее, он сообщает о ней своим коллегам и студентам. Он упоминает о ней в своих статьях и лекциях. Если идея подхватывается, то говорят, что она распространяется, передаваясь от одного мозга другому»⁵.

⁴ Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help // [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme> (дата обращения: 27.01.2019)

⁵ Докинз Р. Эгоистичный ген // [Электронный ресурс]. URL: http://transyoga.ru/assets/files/books/okolo_psihologia/dokinz_egoGen.pdf/. — С. 109

Будучи биологом, Докинз сравнивает передачу генетического и культурного наследий. Он считает, что второй процесс аналогичен первому и представляет собой такую же «эволюцию». Чтобы увидеть, на что она способна, пишет Докинз, следует обратиться к человеку: «Мода на одежду и еду, обряды и обычаи, искусство и архитектура, техника и технология – все это развивается в историческое время, причем развитие это напоминает сильно ускоренную генетическую эволюцию, не имея на самом деле никакого к ней отношения»⁶. И для того, чтобы понять, как эволюционирует современный человек, нужно отказаться от гена «как единственной основы наших представлений об эволюции» – таково мнение Докинза. Но если не ген, то что тогда? И здесь появляется термин «мем» (или, как оно было переведено на русский изначально, «мим»). Разбирая его, Докинз приводит параметры, по которым можно сравнить этот термин с понятием гена:

- 1) Это репликаторы определенной информации. Ген является единицей генетической информации, которая распространяется (имитируется) с помощью сперматозоидов и яйцеклеток; мем – единица культурной информации, которая передается с помощью процесса имитации от одного мозга в другой, от одного человека к другому. При этом если в качестве гена мы рассматриваем участок хромосомы, то в качестве мема – ту часть произведения, которая легко узнается и запоминается, может использоваться в качестве «позывного сигнала». Докинз приводит в качестве примера девятую симфонию Бетховена, мы же приведем более актуальный пример: например, фраза «Цвет настроения синий» из одноименной песни Филиппа Киркорова – это легкоузнаваемый мем, который на волне популярности песни начал широко использоваться в том числе в рекламе (с использованием части фразы: «Цвет настроения...», куда добавляется любой необходимый эпитет вместо слова «синий»).
- 2) Естественный отбор характерен и для генов, и для мемов. В ходе этого процесса, если говорить о биологии, в популяции становится больше

⁶ Там же. — С. 108.

особей, которые максимально приспособлены к внешним условиям жизни. Чем меньше особь приспособлена, тем меньше у неё шансов выжить. То же самое происходит с мемами: выживает наиболее «стойкий» и «приспособленный» мем, который захватывает умы большого количества людей.

- 3) Мутация. Процесс мутации в биологии – это стойкое изменение генотипа (то есть совокупности генов организма особи), которое происходит под влиянием внешней или внутренней среды. Мы можем говорить и о мутации мемов – это единицы культурной информации, которые при передаче от человека к человеку могут видоизменяться и таким образом мутировать подобно генам.

Также Докинз выделяет три качества, которые обуславливают высокую выживаемость мемов: долговечность, плодовитость и точность копирования. Относительно последнего он объясняет, что копии мемов должны быть идентичны или почти идентичны оригиналу, как и гены. Говоря о выживаемости, Докинз подчеркивает, что речь идет о выживании «мима в мимфонде»⁷. То, насколько хороша выживаемость мема, зависит от его психологической привлекательности. Тут же Докинз приводит в качестве примера идею о Боге и разбирает, почему она выживает из года в год уже многие века:

- 1) Идея реплицируется с помощью устного и письменного слова (проповеди, молитвы, Библия и т.д.), а также с помощью музыки (церковные песнопения) и изобразительного искусства (картины, скульптуры).
- 2) Психологическая привлекательность идеи, поскольку она дает человеку успокоение и ответы на «глубокие и волнующие вопросы о смысле существования». Эта идея успокаивает человека, говоря, что после смерти ничего не заканчивается, что страдавший на этом свете человек может рассчитывать на лучшую жизнь на небесах. Не удивительно, что идея Бога настолько привлекательна для человека

⁷ Там же. — С. 110.

и обладает такой высокой выживаемостью из поколения в поколение.

- 3) Эта идея формирует мемкомплекс – то есть комплекс мемов, которые существуют вместе. В мемкомплекс церкви входит, например, её законы, обряды, архитектура и т.д. Это означает, что идея широко распространена и охватывает большее количество умов людей, чем одиночный мем, скажем, обряда исповеди.

Докинз фактически дает самое широкое понятие в эпоху, когда до новых медиа еще далеко: его работа «Эгоистичный ген» опубликована в 1976 году, а термин новые медиа начинают употреблять только в конце XX века. Он определяет мем как идею, единицу культурной информации. В дальнейшем это определение будет видоизменяться и «мутировать» и фактически само станет мемом, который реплицируется и воспроизводится из поколения в поколение. Но, как отмечает профессор НИУ ВШЭ С.А. Шомова, сегодняшнее определение мема (а в особенности интернет-мема) ушло довольно далеко от того, что подразумевал под этим термином Докинз.

Еще одна крупная фигура в исследовании мемов – Сьюзан Блэкмор, автор книги «Мем-машины» (1999) и один из крупнейших исследователей в области меметики – науки, которая, по высказыванию самой Блэкмор во время выступления на TED, «основана на принципе универсального дарвинизма». Вот какое определение термину мем она дает:

- «Мем – не эквивалент идеи. Мем – не идея, а также и не эквивалент вообще ничего. Придерживайтесь определения. Мем – это то, что копируется, или информация, копируемая от человека к человеку»⁸.

Чтобы точнее объяснить взгляды Блэкмор и их отличие от теории Докинза, следует сказать несколько слов о меметике – «теоретической и эмпирической науке, которая изучает репликацию, распространение и

⁸ Блэкмор С. О мемах и Т-мем на TED // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kinsmark.com/index.php/ru/tedx/472-memolution> (дата обращения: 05.12.2018)

эволюцию мемов»⁹. Название этой науки в 1983 году предложил физик Дуглас Хофштайдер, построив его по аналогии с генетикой. В меметике постепенно оформилось два направления: интерналисты и экстерналисты. Первые поддерживают теорию Докинза, по которой мем – единица информации, существующая в мозге. Вторые рассматривают мемы как «внешние, наблюдаемые культурные артефакты»¹⁰. Чем еще отличаются взгляды интерналистов? Они настаивают на развитии меметики в будущем и на том, что наблюдать за мемами станет проще с развитием новых технологий. Говоря о меметике, мы имеем два принципиально разных взгляда на суть этой науки. Но есть и общее: для ученых, занимающихся меметикой, первостепенную роль играет механизм процесса изменения мема при репликации, а не сам объект. Важно то, что процесс изменения происходит – и в связи с ним Сьюзан Блэкмор вводит такой термин как «Т-мем (технологический мем)» – это новый репликатор, который появляется в ходе эволюции мема под влиянием технологий¹¹.

По словам Блэкмор, «при возможности они [мемы] всегда копируются. Некоторые из мемов будут скопированы потому, что они – хорошие, правдивые, полезные или красивые мемы. Некоторые из них, не являющиеся таковыми, все равно копируются. Причину копирования иных иногда сложно объяснить»¹². Именно в этом состоит «эгоистичность» мема. Человек в представлении Блэкмор – это мем-машина, которую мемы используют для размножения и копирования. Они эволюционируют и управляют человеческим мозгом, не давая нам выбирать, что копировать. Именно поэтому, пишет Блэкмор, у человека такой специфический мозг, что

⁹ *Shifman L. Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker* // [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12013> (дата обращения: 05.12.2018)

¹⁰ Котики и революция. Что такое меметика и почему мемы — это не только смешные картинки из интернета // N+1. [Электронный ресурс]. URL: <https://nplus1.ru/material/2017/10/20/mems-and-culture> (дата обращения: 05.12.2018)

¹¹ Там же

¹² *Блэкмор С. О мемах и Т-мем на TED* // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kinsmark.com/index.php/ru/tedx/472-memolution> (дата обращения: 05.12.2018)

ему нравятся религия, музыка и искусство¹³. Человеческий язык Блэкмор называет «паразитом», к которому человек просто приспособился.

Говоря о технологиях, Блэкмор подчеркивает, что для того, чтобы получить «настоящие т-мемы», надо пройти через процессы видоизменения, отбора и копирования без помощи человека. И, по ее мнению, человек уже приблизился к этому. В качестве аргументов она приводит тот факт, что в современном мире дети раньше учатся читать, используют различные гаджеты, и все это влияет на эволюцию т-мемов. В некоторой степени Блэкмор можно назвать технопессимистом. В своем выступлении она в том числе заявляет, что не стоит думать, будто интернет создан для блага человека – так только кажется. Считая информацию т-мемом, Блэкмор четко описывает её цель – распространяться. И этому помогают технологии, новые препараты и современные имплантаты: например, сейчас любая женщина может пользоваться противозачаточным имплантатом, чтобы не допустить нежелательной беременности. Некоторые используют имплантаты как элемент искусства: например, шведская художница Арвида Бюстрем имплантировала в свое тело 30 NFC-чипов¹⁴. Это было сделано специально для её перформанса, задачей которого было показать как стремление человека к постоянному самовыражению, так и доминирование над ним современных технологий. Эти примеры иллюстрируют мнение Блэкмор о том, что т-мемам удобно «прицепиться» к человеку, потому что другие варианты на данном этапе развития мира будут для них нежизнеспособны.

Исследователь также говорит о том, что в будущем возможно появление «третьего репликатора»: это произойдет на том этапе, когда т-мем-машины будут реплицировать себя сами без чьей-либо помощи – даже человека. Третьему репликатору не нужны будут благоприятные условия, которые нужны его носителю – мем-машине (человеку), потому что т-мем – это информация, которой просто необходимо распространяться.

¹³ Там же

¹⁴ Художница вживила себе три десятка чипов в разные места // Lenta.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2018/12/14/cyberdefka/> (дата обращения: 06.12.2018)

Научно-популярное издание N+1 в статье о меметике приводит пример в поддержку технопессимизма Блэкмор – мемы с котиками. Автор статьи задается вопросом: какую цель мы преследуем, когда репостим картинку с милым котиком? И дает ответ: возможно, образ котика усыпляет нашу бдительность, успокаивает нас и примиряет с окружающим миром технологий¹⁵. Тем миром, который, по мнению Блэкмор, и способствует развитию т-мемов.

С появлением интернета мемы начинают распространяться гораздо активнее, чем прежде, поскольку теперь для этого у них есть простой канал, который связывает миллионы людей по всему миру. Как это повлияло на трактовку термина мем, на смену которому приходит интернет-мем?

Например, лингвист М.А. Кронгауз в «Словаре языка интернета.ru» определяет мем (или интернет-мем) как «короткий фрагмент информации (слово или фраза, изображение и т.п.), мгновенно и неожиданно ставший модным и активно воспроизводящийся в интернете, в том числе в новых контекстах или ситуациях»¹⁶. Это определение довольно сильно отличается от определения Докинза, который относил к мемам даже способы варки похлебки. В трактовке Кронгауза упор сделан именно на интернет-мем (именно о них мы будем говорить далее в работе), на его способность мгновенно распространяться и на специфический канал передачи – интернет. Также Кронгауз отмечает, что в ходе модификации исходного значения мема создается пространство для языковой игры¹⁷. Кронгауз рассматривает мем с точки зрения языка, который та же Блэкмор считает паразитом. И это важно в контексте понимания современных интернет-мемов: зачастую они строятся не столько на идее, сколько на каком-либо языковом средстве. Это может быть, например, использование сленговых слов (мем «Олды тут?», где олды или олдфаги – бывалые приверженцы той или иной субкультуры,

¹⁵ Котики и революция. Что такое меметика и почему мемы — это не только смешные картинки из интернета // N+1. [Электронный ресурс]. URL: <https://nplus1.ru/material/2017/10/20/mems-and-culture> (дата обращения: 05.12.2018)

¹⁶ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 200.

¹⁷ Там же

пользователи соцсети со стажем¹⁸, само слово в данном случае используется для высмеивания таких пользователей) или авторских неологизмов (мем «Я крокодил, крокожу и буду крокодить»¹⁹). У некоторых мемов с точки зрения языка может вообще не быть смысла. Это характерно для абстрактных мемов, таких как «ьпрь рпып»²⁰, оригинал которого уже сложно найти, или «Калбаса»²¹ – фактически это просто спам-мем, который пользователи публиковали в различных пабликах и в комментариях к записям в или в?? «ВКонтакте», чтобы вызвать недоумение у других пользователей.

Профессор департамента медиа НИУ ВШЭ С.А. Шомова дает определение медиамема – это «особого рода сообщение, краткий фрагмент медийного текста, отличающийся реальным и/или приписываемым ему аудиторией символическим смыслом, сочетающий в себе информационное содержание с яркой «упаковкой» и подвергающийся, благодаря этому, многократному копированию в культурной среде заинтересованной аудиторией»²². По мнению Шомовой, медиамем способен быть выражением ценностей различных сообществ и формировать собственный язык – в качестве примера к последнему можно назвать мемы геймеров, которые не понять тем, кто не знаком с компьютерными играми, их спецификой и терминологией игроков.

Т.Е. Савицкая в работе «Интернет-мемы как феномен массовой культуры» описывает мем в его узком значении с акцентом на интернет, отмечая, что «общепринятой становится трактовка мема в узком специфическом значении как обитающей в Сети репродуцируемой единицы культурной информации, поскольку она фиксирует новый, исторически

¹⁸ Олды тут? // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/oldy-tut/> (дата обращения: 06.12.2018)

¹⁹ Я крокодил, крокожу и буду крокодить // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/ya-krokodil-krokozhu-i-budu-krokodit/> (дата обращения: 06.12.2018)

²⁰ ьпрь рпып // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/pr-rpp/> (дата обращения: 06.12.2018)

²¹ Калбаса // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/kalbasa/> (дата обращения: 06.12.2018)

²² Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 13-14.

беспрецедентный социально-культурный феномен»²³. Она также подчеркивает комплексность понятия «мем», которое включает в себя элементы постфольклора электронной цивилизации, субкультур сетевого андерграунда, новой «зрелищной культуры (фотомонтаж и т.д.) и отличается «невиданными возможностями мгновенного распространения и безграничного тиражирования»²⁴.

Определение мема также дает в своей работе преподаватель Еврейского университета в Иерусалиме Лимор Шифман. В статье «*Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker*» она пишет, что среди пользователей интернета этот термин в основном используется для того, чтобы описать «распространение такого контента, как шутки, сплетни, видео или вебсайты, от одного человека к другому с помощью интернета»²⁵. В соответствии с этим определением, добавляет Шифман, интернет-мем может распространяться в своей оригинальной форме, но также часто обретает новые, созданные пользователем формы. Шифман изучает мемы с точки зрения коммуникации, поскольку, по её словам, «введенный биологом [Ричардом Докинзом] термин широко адаптировался и обсуждался в других науках, включая психологию, философию, антропологию, фольклор и лингвистику, но при этом абсолютно игнорировался с точки зрения коммуникации»²⁶.

Подведем небольшой итог первого раздела. Изучив различные определения мема с 1970-х годов до нашего времени, мы видим, что вокруг термина «мем» до сих пор идут активные споры. Впервые его использовал ученый-биолог, а теперь о мемах рассуждают лингвисты, филологи, философы и социологи. Каждая наука выделяет различные черты и

²³ *Савицкая Т.Е.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры // [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf (дата обращения: 05.12.2018)

²⁴ *Савицкая Т.Е.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры // [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms3.pdf (дата обращения: 05.12.2018)

²⁵ *Shifman L.* *Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker* // [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12013> (дата обращения: 05.12.2018)

²⁶ Там же

особенности мемов как доминирующие, и единственно точного определения нет – они все по-своему правильны, если отталкиваться от конкретной науки.

В дальнейшем в этой работе мы будем опираться на современные определения мема, в особенности – интернет-мема и медиамема, трактовки которых дают современные исследователи С.А. Шомова, М.А. Кронгауз и Т.Е. Савицкая. В этих определениях также выделены различные специфические черты, но в целом каждое из них описывает механизм работы и особенности интернет-мема. Понятие Докинза мы используем как базовое и самое первое, но в эпоху интернета оно уже теряет свою актуальность, поскольку не учитывает довольно важное отличие интернет-мема – его способность мгновенно распространяться и принимать самые разные формы.

Новые медиа, как пишет С.А. Шомова, «до крайности расширили горизонты возможностей вирусных сообщений, сделав их предельно вариативными по семиотической, тематической, жанровой периодике»²⁷. Мем может быть картинкой, видео, gifкой или даже песней, при этом форма не обязательно должна быть статичной: песня может стать мемом благодаря кадру из клипа, видео – благодаря яркой фразе, а картинка – из-за небывалой популярности в интернете ее персонажа. Современные интернет-мемы тем и отличаются от «единиц культурной информации» Докинза, что зачастую не несут высокой «культурной» нагрузки: популярным мемом может стать вирусная и «привязчивая» реклама без особого смысла. Почему так происходит, естественный ли это процесс, и в чем в принципе состоят функции мемов, мы рассмотрим в следующих разделах. Начнем мы с классификации мемов – еще одного спорного вопроса.

1.2. Классификация интернет-мемов

Само понятие «мем» не имеет одной общепринятой трактовки, в то время как вопрос классификации изучен лучше. В рамках исследования мы провели опрос, один из вопросов которого был следующий: «О чем вы

²⁷ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 16.

думаете в первую очередь, когда слышите слово “мем”?»). Участникам опроса было предложено пять вариантов ответа. Результаты показаны на диаграмме:

О чем вы думаете в первую очередь, когда слышите слово "мем"?

133 ответа

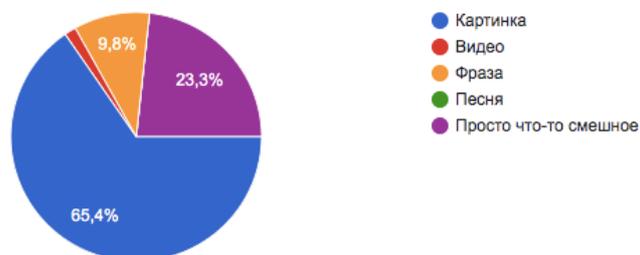


Рисунок 1. Диаграмма с результатами ответа на один из вопросов опроса, проведенного при подготовке работы.

Более подробные результаты:

- Картинка – 65,4%
- Просто что-то смешное – 23,3%
- Фраза – 9,8%
- Видео – 1,5%
- Песня – 0%

Всего было опрошено 133 человека.

Следовательно, большая часть опрошенных воспринимает мем как картинку с каким-либо изображением или текстом юмористического содержания. Но всегда ли мем – только картинка? Чтобы дать ответ на этот вопрос, рассмотрим несколько классификаций мемов, приводимых различными российскими исследователями.

С.А. Шомова в книге «Мемы как они есть» предлагает три возможных классификации мемов. Мы рассмотрим две из них: более широкую – по семиотическому признаку, и более узкую – по жанрам сообщений.

Первая классификация – по семиотическому²⁸ (т.е. знаковому) признаку:

- 1) Вербальные (текстовые) интернет-мемы.** В эту группу входят слова и выражения, слоганы, термины и т.д. Важно, что мемы этой группы могут

²⁸ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 58-60.

существовать как в устной, так и в письменной интерпретации. В качестве примера можно привести популярную фразу «Ой, все», которая «используется для резкого прекращения диалога в связи с его бесперспективностью или нежелательностью»²⁹. Примечательно, что «Ой, все» – фраза-стереотип³⁰, применение которой в основном приписывают девушкам.

2) Аудиальные интернет-мемы. Это звуки, звукоподражания, мелодии и даже песни, которые становятся мемами – этот феномен мы будем рассматривать во второй главе работы. Пример такого мема: песня Михаила Шуфутинского «Третье сентября», мемы по мотивам которой появляются исключительно раз в год – как следует из названия песни, третьего сентября. Отдельным вербальным мемом из песни стала фраза «Я календарь переверну, и снова третье сентября»³¹.

3) Визуальные интернет-мемы. К этому типу мемов можно отнести фотографии, подвергшиеся обработке в фотопроцессоре, коллажи, гифки и т.д. При этом, как отмечает Шомова, «мемы, содержащие только и исключительно информацию, рассчитанную на зрительное восприятие, встречаются не так уж часто»: по мнению исследователя, визуальная часть мема часто сочетается с другими, например, аудиальной. В качестве примера визуального интернет-мема можно привести мем «Мышь (кродеться)»³², который вошел в рейтинги главных мемов 2018 года компаний «Яндекс»³³ и Google³⁴. Это абстрактный мем, который

²⁹ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 83.

³⁰ Мем: Ой, всё // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/memes/53103-oi-vse> (дата обращения: 06.12.2018)

³¹ Третье сентября // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/trete-sentyabrya/>

³² Мышь (кродеться) // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/mysh-krodyotsya/> (дата обращения: 06.12.2018)

³³ Главные треки, игры и мемы // Яндекс.Дзен. [Электронный ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/researches/glavnye-treki-igry-i-memy-2018-goda-5c0fee6cf0747600ae152081> (дата обращения: 06.12.2018)

описывает, как крадется мышь. Орфографические ошибки сделаны намеренно, это обязательное условие существования данного мема. Особую популярность мем обрел в русскоязычном сегменте сервиса микроблогов Twitter.



Рисунок 2: Мем «Мыш (крадется)».

4) Смешанные интернет-мемы. Это мемы, в которых сочетаются несколько семиотических систем. Это могут быть, например, рисунок и подпись к нему, фотография и слоган и т.д. Смешанные мемы можно создавать бесконечно, комбинируя разные типы контента.

Далее Шомова предлагает более детальную классификацию по жанрам сообщений³⁵, которые существуют в каждом описанном выше типе мемов по семиотическому принципу.

1) Вербальные (текстовые) интернет-мемы

К данной группе Шомова относит:

- Слоганы и клише. Это, например, фраза «Капитан Очевидность» или «КЭП», которая используется как в устной речи, так и в переписке, и означает, что собеседник говорит вам об очевидных вещах³⁶.

³⁴ Год в поиске — 2018 // Google Trends. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.google.ru/trends/yis/2018/RU/> (дата обращения: 06.12.2018)

³⁵ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 60.

³⁶ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 49.

- Повторяющиеся (незавершенные) фразовые конструкции. Например, мем «Нельзя просто так взять – и...».
- Крылатые слова и выражения из произведений массовой культуры. Сюда можно отнести фразу «А вас, Штирлиц, я попрошу остаться».
- Мемы-междометия. Это шаблоны выражения эмоций, например, «лол» (выражение смеха), «омг» или «OMG» в английском написании – расшифровывается как «О мой Бог» (англ. Oh my God) и используется для выражения удивления.
- Аббревиатуры и речевые искажения, произошедшие от английских слов и словосочетаний. Яркий пример – аббревиатура «ИМХО» (от англ. «In my humble opinion» или «По моему скромному мнению»), которая часто используется в интернете вместо оборотов «на мой взгляд» или «я считаю, что...».
- Хэштеги. Особую популярность в 2017 году получил хэштег #MeToo, который впоследствии превратился в целое движение по борьбе с сексуальными домогательствами. Он начал быстро распространяться в социальных сетях в октябре 2017 года после обвинений американского кинопродюсера Харви Вайнштейна в домогательствах. При этом интересно, что сочетание «Me Too» использовалось³⁷ еще в 2006 году для кампании по борьбе с насилием среди темнокожих женщин, но особую популярность обрело в виде хэштега 11 лет спустя.

2) Аудиальные мемы

Сюда относятся:

- Медиафайлы (короткий фрагмент мелодии или звука, несущий определенный смысл)
- Мелодии и вокализы. Самый известный пример – вокализ советского певца Эдуарда Хила, который стал одним из самых популярных мемов

³⁷ A Black Woman Created the “Me Too” Campaign Against Sexual Assault 10 Years Ago // Ebony. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ebony.com/news/black-woman-me-too-movement-tarana-burke-alyssa-milano/> (дата обращения: 07.12.2018)

2009 года и спровоцировал новую волну популярности артиста. Вокализ — это упражнение для правильной постановки голоса, состоящее в пении мелодии без согласных, только с гласными звуками³⁸.

- Песни. Это и уже упомянутая песня Михаила Шуфутинского «Третье сентября», «Цвет настроения синий» Филиппа Киркорова, «Skibidi» Little Big, «Hotline Bling» Дрейка и т.д.
- Звукоподражания. Например, «бугага» – это звукоподражание означает сильный смех как реакцию на глупую шутку³⁹, или «ахаха» – просто как выражение смеха.

3) Визуальные мемы

Это могут быть гифки, фотоколлажи, фотографии и фотожабы (по определению М.А. Кронгауза – «смешной и/или абсурдный фотоколлаж, созданный на основе другого изображения при помощи графического редактора»⁴⁰).

4) Смешанные мемы

Сюда Шомова относит⁴¹ следующие формы:

- Карикатуры
- Коллажи. Это мемы из нескольких панелей — т.е. изображений. Мем может быть однопанельным и состоять из одного изображения, двухпанельным — из двух разных изображений, которые могут дублироваться (например, мем «Какой ценой? Ценой всего»⁴²), трехпанельный — из трех изображений (мем «Прием с пальцем от

³⁸ Епишкин Н. И. Исторический словарь галлицизмов русского языка. — М.: Словарное издательство ЭТС, 2010. — [Электронный ресурс]. URL: <https://galicismes.academic.ru/9485/%D0%B2%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7> (дата обращения: 27.01.2019)

³⁹ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 24.

⁴⁰ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 227.

⁴¹ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 67-71.

⁴² Какой ценой? Ценой всего // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/kakoj-cenoj-cenoj-vsego/> (дата обращения: 06.05.2019)

Кунг-фу панды»⁴³), четырехпанельный — из, соответственно, четырех изображений (мем “Loss”⁴⁴). Наиболее распространенные — однопанельные, двухпанельные и четырехпанельные мемы. Мемы из большего количества изображений встречаются, но редко.

- Комиксы
- Демотиваторы («изображение в черной рамке с текстом на нижней и самой широкой стороне рамки, имеющим философский или юмористический характер»⁴⁵)
- Макросы (графический шаблон для создания смешной картинки и получившаяся из шаблона картинка)
- Видеоролики
- Коубы (coub – закольцованный видеоролик, который состоит из постоянно повторяющегося короткого отрывка видео, может быть со звуком или без него)

Шомова также предлагает тематическую классификацию мемов с делением на политические, бытовые и т.д. мемы. С этой классификацией в целом можно связать деление мемов, которое предлагает Г. Зайков в материале для портала *syg.ma*⁴⁶. Он делит мемы на три большие группы, содержащие информацию о:

- События
- Концепте
- Личности или группе

Первая группа может относиться как к рутинному событию (например, сессия у студентов), так и к уникальному (например, целая группа мемов про Чемпионат мира по футболу 2018 в России, в которую вошел мем «Трое в

⁴³ Прием с пальцем от Кунг-фу панды // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/priem-s-palcem-ot-kung-fu-pandy/> (дата обращения: 06.07.2019)

⁴⁴ Loss // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/loss/> (дата обращения: 06.05.2019)

⁴⁵ Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н. Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016. — С. 187.

⁴⁶ Зайков Г. Коротко о мемах // *syg.ma* [Электронный ресурс]. URL: <https://syg.ma/@zaykov/korotko-o-miemarkh> (дата обращения: 07.12.2018)

кокошниках»⁴⁷ – один из трех самых популярных мемов 2018 года по версии «Яндекса»⁴⁸). Вторая группа, по определению Зайкова, является «репрезентацией ценностей, мировоззренческих установок как общности – источника вдохновения мема, так и любой другой социальной общности»⁴⁹. Третья группа – это мемы, которые «сознательно или непроизвольно инспирируются личностью или группой, сформировавшей или формирующей дискурс»⁵⁰. Сюда можно отнести, например, мем «Кандидат от народа»⁵¹, появившийся в период предвыборной кампании Павла Грудинина на президентских выборах 2018 года в России.

И, наконец, стоит выделить еще одну важную для нас классификацию мемов, которую упоминает С.А. Шомова – деление мемов по параметру «осознанности, целенаправленности и запланированности их формирования»⁵². Здесь мы рассматриваем всего две группы:

- 1) Спонтанно появившиеся мемы
- 2) Искусственно созданные мемы

Это деление – одно из самых важных для понимания того, как возникает мем и почему он становится популярным. Если мы говорим об искусственно созданных мемах, то это продукт работы целой группы специалистов: маркетологов, креативщиков и т.д.

Спонтанным можно назвать уже упомянутый выше мем «Трое в кокошниках». Это просто фотография трех людей, которые во время матча Россия-Испания ели на трибунах стадиона хот-доги – ничего необычного, многие люди едят хот-доги во время спортивных мероприятий.

⁴⁷ Три жующих болельщика в кокошниках стали звездами после матча Россия-Испания // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/tri-zhuyushhix-bolelshhika-v-kokoshnikakh-stali-zvyozdami-posle-matcha-rossiya-ispaniya/> (дата обращения: 07.12.2018)

⁴⁸ Главные треки, игры и мемы // Яндекс.Дзен. [Электронный ресурс]. URL: <https://zen.yandex.ru/media/researches/glavnye-treki-igry-i-memy-2018-goda-5c0fee6cf0747600ae152081> (дата обращения: 07.12.2018)

⁴⁹ Зайков Г. Коротко о мемах // syg.ma [Электронный ресурс]. URL: <https://syg.ma/@zaykov/korotko-o-miemakh> (дата обращения: 07.12.2018)

⁵⁰ Там же

⁵¹ Мем: Кандидат от народа. // TJournal [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/memes/66619-mem-kandidat-ot-naroda> (дата обращения: 07.12.2018)

⁵² Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 84.



Рисунок 3: Трое в кокошниках

Необычность фото заключалась в том, что, во-первых, все трое выглядели очень колоритно благодаря кокошникам – одному из символов России. При этом важно, что двое из трех участников фото — мужчины, а кокошник — это женский головной убор. Во-вторых, комичности добавляло то, что флаги у них на щеках были испанские – то есть команды-противника, и то, что болельщики едят хот-доги — типично американское блюдо, которое продают на стадионах во время матча. В-третьих – болельщики были невероятно спокойны во время эмоционального и яркого матча. Делали ли они это специально? Нет, и они объяснили это в интервью телеканалу «Дождь»: болельщики сказали, что уже отдали все эмоции и просто хотели перекусить и отдохнуть перед пенальти⁵³. В целом мы можем назвать «Трое в кокошниках» спонтанным мемом, который появился благодаря стечению обстоятельств.

А вот песню «Цвет настроения синий» Филиппа Киркорова можно назвать искусственно созданным мемом. Над ним работала целая команда, в самом клипе появились популярные артисты в неожиданных и комичных для себя амплуа, в результате чего название песни («Цвет настроения синий») быстро начало использоваться в рекламе — например, средства от горла «Гексорал». Подробнее мы разберем этот пример в третьей главе работы.

⁵³ «Сосиски приносят победу!» Самые знаменитые болельщики мундиала о матче Россия — Испания // Дождь. [Электронный ресурс]. URL: https://tvrain.ru/teleshov/videooftheday/troe_v_kokoshnikah-466880/?utm_source=telegram&utm_medium=social&utm_campaign=teleshov-videooftheday&utm_term=466880 (дата обращения: 07.12.2018)

В целом, вопрос классификации мемов не такой спорный, как само определение этого слова: исследователи предлагают несколько классификаций, основанных на различных признаках. Это дает нам возможность сконцентрировать внимание на той или иной необходимой для исследования группе и в дальнейшем давать характеристику мемам, используя уже имеющиеся знания об их классификации.

1.3. Функции и отличительные черты интернет-мемов

После того, как мы рассмотрели изменение понятия мем и выделили основные признаки, по которым их относят к определенным классам, необходимо разобраться: в чем состоят функции интернет-мемов? После ответа на этот вопрос мы сможем коротко выделить основные черты интернет-мемов, которые помогают отличать их от просто смешных картинок или видео.

Во-первых, мем **вовлекает пользователей в общение**. В современном мире отправить смешную картинку или видео стало хорошим способом начать диалог или же поддержать его, если темы для разговора исчерпаны. Во-вторых, мем **позволяет отличать «чужих» от «своих»**, и это тесно связано с первой функцией. Когда мы отправляем другу тот или иной мем, мы рассчитываем на получение какой-либо обратной реакции – позитивной или негативной. Если реакции не следует, то мы понимаем, что этот человек находится вне той группы, к которой принадлежите вы – например, к группе тех, кто любит мемы про рэп-баттлы — это словесное состязание двух рэп-исполнителей. В случае получения позитивной реакции вы понимаете, что пользователь, с которым вы поделились мемом, тоже любит мемы про рэп-баттлы, т.е. вы принадлежите к одной условной группе по интересам. Негативная же реакция, отсутствие какой-либо реакции или комментариев не по теме показывают, что вы с пользователем находитесь в разных группах – тех, кто любит мемы про рэп-баттлы, и тех, кто их не любит или попросту не понимает.

В-третьих, как упоминалось в материале для лектория BBDO В.Ю. Пулей, «мемами, как специями, можно сдобрить любую информацию, чтобы ее было удобнее проглотить»⁵⁴. Т.е. еще одна функция мема, если мы говорим о его использовании для иллюстрации новости, – **разнообразить новость, придать ей дополнительный смысл и оттенок**. Также интернет-мем становится способом выразить свою позицию относительно конкретного события. Вот такой пример из паблика «Настоящий Лентач»:



Рисунок 4. Пост в социальной сети «ВКонтакте» в паблике «Настоящий Лентач» от 1 ноября 2018 г.

В качестве шаблона здесь использован музыкальный мем с кадрами из клипа канадского рэпера Дрейка «Hotline Bling», только лицо Дрейка заменено на лицо министра культуры России Владимира Мединского. Мем используется для иллюстрации новости об отказе в прокатном удостоверении фильму «Хантер Киллер». В фильме рассказывается об экипаже американской подлодки, который спасает российского президента «из рук

⁵⁴ Цит. по: Медиафеномены. Мемы и вирусы — секрет успеха. // BBDO Group. [Электронный ресурс]. URL: <https://bbdoblog.ru/2016/09/16/mems/> (дата обращения: 06.05.2019)

мятежников, готовящих военный переворот»⁵⁵. Мем выражает ироничное отношение к этому событию: что с точки зрения Министерства культуры лучше выпускать фильмы про то, как президент России всех спасает, а не про то, как спасают его. Также в посте содержится еще один мем, который появился благодаря ведущему «России 1» Дмитрию Киселеву, – «Совпадение? Не думаю»⁵⁶. В посте использована лишь первая часть мема, а вторая, как предполагается, сразу должна всплыть в памяти пользователя, знакомого с этим мемом.

В-четвертых, интернет-мемы обладают способностью **связывать пользователей разных поколений**. Это характерно, например, для мема «Mr. Trololo» с советским певцом Эдуардом Хилем. Видео его выступления стало мемом спустя более чем 30 лет с момента появления записи. Мем связал пользователей не только разных возрастов, но и говорящих на разных языках: изначально видео обрело большую популярность среди американской аудитории, а уже потом – среди российской. Т.е. в данном случае мы можем говорить об определенной культурной преемственности, поддерживаемой и даже создаваемой мемами.

В-пятых, мем может стать «действенным механизмом «раскрутки» события персонажа, идеи и обладает способностью «собирать» вокруг себя нужные целевые аудитории»⁵⁷. Данная функция относится, скорее, к искусственно созданным мемам или же к естественно появившимся, но вовремя «подхваченным» для определенных целей. Под «раскруткой», если она связана с личностью политика, можно понимать как агитацию «за» кандидата, так и против него; также можно говорить об использовании мема для рекламы того или иного товара или мероприятия и др.

⁵⁵ Минкульт не выпустил в прокат фильм «Хантер Киллер». В нем американцы спасают президента России // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/news/2018/11/01/minkultury-ne-vypustilo-v-prokat-film-hanter-killer-v-nem-rasskazyvaetsya-o-spasении-prezidenta-rossii-amerikantsami> (дата обращения: 07.12.2018)

⁵⁶ Совпадение? Не думаю // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/sovpadenie-ne-dumayu/> (дата обращения: 07.12.2018)

⁵⁷ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 23.

Таким образом, выделив основные функции интернет-мемов, определим главные отличительные черты мема от просто смешных картинок:

1. Отделяет «своих» от «чужих»;
2. Вовлекает в общение;
3. Позволяет выразить свое мнение относительно события (если речь идет об иллюстрации новостей с помощью мемов);
4. Мем «вцепляется» в память («своей необычностью, оригинальностью, остроумием, особым стилем и манерой»⁵⁸);
5. Вызывает эмоции (это его главная способность и задача; эмоции «являются важным фактором для первоначального запоминания мема и стимулом для дальнейшего его распространения и осмысления»⁵⁹);
6. Интерактивность мема (возникает благодаря видоизменению, комбинированию и объединению различных мемов, что способствует их запоминанию);
7. Интертекстуальность (как пишет С.А. Шомова, «мем формируется «на пересечении» различных дискурсов ... и связывает пространство культуры в единый интертекст»⁶⁰);
8. Преимущественно ироничный характер мемов⁶¹ (как уже было упомянуто в примере с Дрейком – Мединским);
9. С.А. Шомова также выделяет такую черту как «двойственная природа мема»⁶², которая предполагает как то, что мем является продуктом творчества в интернет-среде, так и то, что это продукт рекламной технологии;
10. Как пишет А. Столетов, мем бессодержателен в отрыве от общекультурного контекста, т.е. он «не несет ценную информацию непосредственно, а вызывает определенные ассоциации, как бы

⁵⁸ Столетов А. Мемы: мифы и реальность // Advertology. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (дата обращения: 07.12.2018)

⁵⁹ Там же

⁶⁰ Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 22.

⁶¹ Там же — С. 20.

⁶² Там же — С. 26.

намекает»⁶³. В этом случае мы можем говорить об определенной иносказательности, когда мем в шутливой форме намекает на серьезные проблемы или сложившиеся в обществе стереотипы.

Проанализировав основные функции и отличительные черты мемов, можно сказать, что мем помогает нам осмыслить и переосмыслить ту информацию, которую мы уже знаем. А. Столетов выделяет⁶⁴ это как важный критерий легкого усвоения и проникновения мемов в сознание человека.

Мы видим, что интернет-мемы действительно отличаются от просто смешных картинок, которые мы отправляем друзьям, поскольку мемы – это более сложное и комплексное явление, задача которого не только рассмешить. Безусловно, вызвать эмоцию – важная функция мема, но, кроме этого, у него есть и другие важные критерии отличия от «просто смешной картинки», которые мы обозначили выше.

1.4. Жизненный цикл мема. «Виральность» и критерии успешного мема

Несмотря на сложность структуры, мем тоже имеет свой «срок годности». У него, как и у большинства явлений популярной культуры, есть определенный жизненный цикл со своими периодами расцвета, стабильности и упадка. М.А. Кронгауз выделяет⁶⁵ четыре общие стадии существования для всех интернет-мемов:

1. Создание мема и первоначальная реакция;
2. Распространение мема;
3. Использование мема;
4. Угасание мема или изменение статуса.

Это довольно простая и понятная схема, но внесем к ней несколько дополнений. Создание мема происходит на определенной площадке – это

⁶³ Столетов А. Мемы: мифы и реальность // Advertology. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (дата обращения: 07.12.2018)

⁶⁴ Там же

⁶⁵ Кронгауз М. Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>

может быть форум, группа в социальной сети и т.д. Например, многие мемы в англоязычном сегменте интернета появляются на форуме Reddit – именно там можно встретить видео, которое вскоре будут пересылать друг другу все ваши друзья. На платформе, где создан мем, происходит и первоначальная реакция на него: к нему могут что-то добавить, связать с другим мемом и др. Далее происходит распространение, и благодаря интернету этот процесс стал очень быстрым. Мем подхватывают медиа, пользователи, и он «уходит в народ», где, возможно, претерпит не одно изменение, и в итоге будет отличаться от своего первоначального вида. Далее начинается фаза использования – это можно назвать периодом стабильности. Если распространение – это набор популярности и завоевание аудитории, то использование – это период, когда мем используется скорее по инерции, становится удобным шаблоном. Например, это произошло с мемом про канадского рэпера Дрейка (т.н. Drakeposting или «Избирательный Дрейк», «Дрейк в оранжевой куртке»⁶⁶, где используются кадры из клипа на песню «Hotline Bling», в качестве примера см. рисунок 4). Его начали использовать в 2015 году, когда вышел клип на данную песню, и сейчас ее уже забыли – но мем живет и активно используется в рунете для иллюстрации новостей. Четвертая, заключительная стадия, которую выделяет Кронгауз, открывает два пути: либо угасание мема, либо изменение статуса. Пример угасшего музыкального мема – это мемы с американской поп-певицей Майли Сайрус после выхода клипа на песню «Wrecking Ball» в 2013 году. Сразу после появления клипа в интернете появилось множество пародий⁶⁷, а в России фразу «I came in like a wrecking ball» переводили как «я вошла как строительный шар»⁶⁸, что тоже стало в некотором роде мемом. Но сейчас об этом почти никто не помнит, да и мем про Майли Сайрус верхом на строительном шаре канул в лету. Куда интереснее случаи с изменением

⁶⁶ Дрейк в оранжевой куртке // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/drejk-v-oranzhevoj-kurtke/> (дата обращения: 07.12.2018)

⁶⁷ 10 лучших пародий на Wrecking Ball Майли Сайрус // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/flood/47938-no-more-please> (дата обращения: 07.12.2018)

⁶⁸ Я ВОШЛА КАК СТРОИТЕЛЬНЫЙ ШАР // Coub. [Электронный ресурс]. URL: <https://coub.com/view/7v48> (дата обращения: 07.12.2018)

статуса мема, под которым Кронгауз подразумевает то, что мем перестает быть мемом и становится чем-то вполне повседневным. В качестве примера такого случая он приводит смайлик. А какой музыкальный мем может иллюстрировать это явление? На наш взгляд, хорошим примером являются песни про сентябрь: «Сентябрь» группы Stigmata, «Третье сентября» Михаила Шуфутинского и «Wake me up when September ends» группы Green Day. Они появляются в новостной ленте пользователей каждый год в сентябре и уже не воспринимаются как мемы: уже привычно заходить в интернет третьего сентября и видеть у кого-то пост с портретом Шуфутинского или запись в духе «ну что, опять переворачиваем календарь?»⁶⁹. В этом есть что-то вечное и неизменное, что мы уже считаем частью своей интернет-жизни.

И здесь мы задаемся логичным вопросом: почему одни мемы становятся популярными на месяцы и годы, а другие забываются через пару недель? Чтобы ответить на этот вопрос, надо дать определение «вируса» (или, в нашем случае, «медиавируса»), понять, что делает контент вирусным и как связаны понятия «вирус» и «мем».

Медиавирус – явление, характерное для новых медиа, которое пока что не получило однозначного толкования. С.А. Шомова предлагает провести аналогию с биологическим вирусом, которым человек заражается при контакте с носителем, скажем, вируса гриппа. Только в случае с мемами вирусным является контент, который привлекает внимание пользователя и делает его распространителем этого «медиавируса». Важно подчеркнуть, что мем и вирус – это не одно и то же, потому что вирусная коммуникация – это более широкое явление, которое может охватывать многие области вне интернета. Мем же часто остается предметом лишь интернет-культуры и не всегда выходит в реальный мир. Но сравнить эти термины можно, что и делает А. Столетов. Он пишет, что «мем пугающе напоминает психологический вирус, манипулирующий сознанием и модифицирующий

⁶⁹ Строчка из песни Шуфутинского: «Я календарь переверну, и снова третье сентября». Именно она и стала мемом.

восприятие»⁷⁰. Одновременно с этим он уточняет, что аналогия «мема и «вируса сознания» достаточно поверхностная и неполная»⁷¹.

Несмотря на разницу в определениях этих двух терминов, мем может быть «скрыт» внутри вируса: так случается с вирусными видео, которые широко расходятся по интернету, а затем трансформируются в мем. Примером может послужить мем «Испуганный хомяк»⁷²: сначала видео с хомяком, который забился в угол клетки и начал кричать, стало популярным в Twitter, и только после этого превратилось в мем-картинку, к которой начали добавлять подписи. Но так случается не со всеми видео.

Важно то, что «вирусность» видео можно создать искусственно. Существует определенный набор признаков, которые выделяют как ключевые для создания вирусных роликов, и нам надо коротко разобрать эти качества⁷³:

1. Видео вызывает сильные эмоции — причем как позитивные, так и негативные. Нередки случаи, когда негативные эмоции (отвращение, раздражение и т.д.) делают видео вирусным более успешно, чем смех или умиление.
2. Есть интересная история. Это важно для любого материала: текста, видео, аудио. Если у публикации есть интересный и необычный герой со своим взглядом на мир или удивительной судьбой, гораздо больше шансов, что история «выстрелит», чем когда это очередная история по схеме «родился – учился – развился в такой-то области – славная смерть». Также важно наличие яркого героя: без него не будет и полноценной истории.

⁷⁰ Столетов А. Мемы: мифы и реальность // Advertology. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm> (дата обращения: 07.12.2018)

⁷¹ Там же

⁷² Испуганный хомяк // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/ispugannuj-homyak/> (дата обращения: 07.12.2018)

⁷³ На основе Шомова С.А. Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018. — С. 98 и материала «Что такое виральный контент (инфографика)» // TexTerra. [Электронный ресурс]. URL: <https://texterra.ru/blog/chto-takoe-viralnyy-kontent-infografika.html> (дата обращения: 18.12.2018)

3. Визуальное оформление. Сейчас пользователи все больше переходят к коротким форматам, которые удобно читать с телефона. Это могут быть небольшие тексты, в которых собрано все главное об истории, видео с субтитрами, чтобы можно было не включать звук, — все это надо учитывать, когда дело доходит до оформления готовой истории. Чем лучше и продуманнее оформление, тем больше шансов на успех у публикации.
4. Развлечение. Это важный элемент, который должен быть в любой вирусной публикации – надо рассказать историю так, чтобы увлечь и развлечь пользователя. Ему не нужны долгие отступления, необходимо сразу переходить к сути, к «горячему». Отсюда вытекает еще одно важное качество вирусного видео – его простота. В нем нет ничего сложного: пользователю «разжевывают» всю информацию и направляют его внимание на нужный момент или предмет. Все максимально просто и весело.
5. «Изюминка» — то, что отличает историю от тысяч других. Чем, например, видео с котом Бонго отличается от других анимированных роликов, на которые накладывают разную музыку? У Бонго есть свои отличия: статичность, повторяющиеся движения лапками, милая мордочка. Возможно, залог успеха этого видео как раз в статичности персонажа, видео с которым при этом можно соединить с любой музыкой – и добавятся все необходимые эмоции (что важно, благодаря музыке). Грубо говоря, кот Бонго – очень успешный шаблон, который еще и может существовать независимо, в виде мордочки милого анимированного кота.

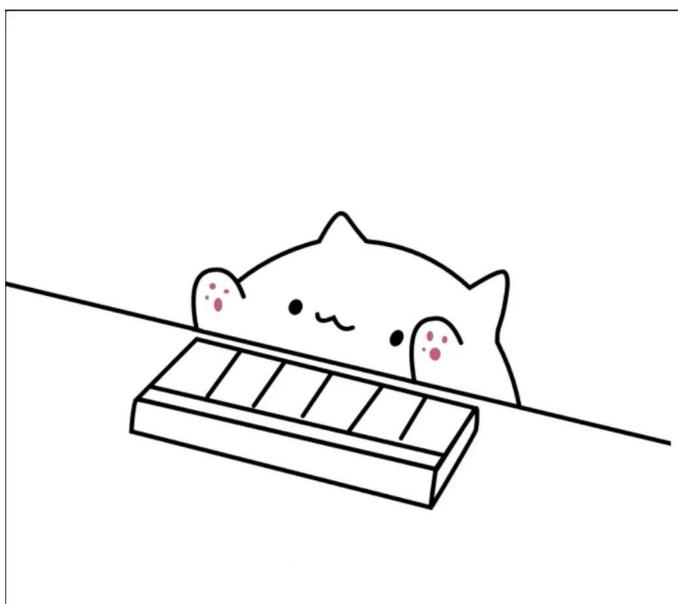


Рисунок 5. Кот Бонго (англ. Bongo cat)

6. Польза. Человек должен что-то получать от вирусного видео: положительные эмоции, новую историю, которой можно поделиться с друзьями, какой-то опыт, который пользователь вынес из истории героя и т.д.

Исследователь Йона Бергер описывает все эти же качества, выделяя шесть необходимых элементов при создании «заразительного» видео⁷⁴:

1. Социальная валюта (мы делимся тем, что позволяет нам чувствовать себя особенными)
2. Триггер (или же — «изюминка», самая яркая деталь истории)
3. Эмоция
4. Публичность (чем более популярным, «публичным» становится контент, тем выше вероятность его имитации)
5. Практическая ценность (материал помогает пользователю: он узнает что-то новое, делится этим знанием с другими и т.д.)
6. Истории (необходимо создавать такую историю, которой пользователи захотят поделиться; историю, в которой будет заключаться какая-то важная идея).

⁷⁴ Jonah Berger: 6 Key STEPPS To Creating Contagious Content // Unruly. [Электронный ресурс]. URL: <https://unruly.co/blog/article/2015/10/26/jonah-berger-6-key-stepps-to-creating-contagious-content/> (дата обращения: 25.12.2018)

Таким образом, мы видим, что вирусное видео – это, прежде всего, грамотно созданная и оформленная история. В ней есть «изюминка», необычный герой, она интересно оформлена визуально, она развлекает пользователя и приносит ему пользу одновременно. При этом виральным может стать и видео, которое вызвало отрицательные эмоции: оно тоже закрепляется в памяти пользователя, но в целом он воспринимает такую историю как нечто назойливое и использует как анти-пример истории из серии «вот как делать не надо».

1.5. Заключение

В первом параграфе данной работы мы проанализировали, как разные исследователи определяют термин «мем». Нами были рассмотрены определения как 1970-х годов XX века, так и современные определения, где упор делается на интернет-мемы.

Во втором параграфе мы обратились к классификации интернет-мемов и выделили основные признаки, по которым исследователи разделяют их на те или иные группы. Также в этом разделе мы использовали данные опроса, чтобы установить, с чем у интернет-пользователей ассоциируется слово «мем».

В третьем параграфе мы выделили основные функции и черты интернет-мемов – это взаимосвязанные понятия, которые помогают нам определить, зачем нужны мемы, какие задачи они выполняют и как отличить их от просто смешной картинки в интернете.

В четвертом параграфе мы обратились к двум вопросам и разобрали жизненный цикл мема и то, что такое вирусный контент. Первый аспект необходим для того, чтобы понять, по каким принципам существует мем и как его статус меняется по прошествии времени, а второй — чтобы понять, какой контент мы можем назвать вирусным — именно внутри него скрыта та информация, которая может стать популярным мемом.

Все проанализированные термины позволят нам детально проанализировать конкретные примеры во третьей главе и выяснить, почему именно эти песни стали мемами, в чем залог их успеха и долго ли он продлится. Перед тем, как перейти к анализу примеров, во второй главе работы мы коротко разберем понятие «новые медиа» и выделим их главные отличия от традиционных, старых медиа.

ГЛАВА 2. ЧТО ТАКОЕ НОВЫЕ МЕДИА И КАК ОНИ ПОМОГАЮТ РАСПРОСТРАНЯТЬ МЕМЫ

Термин «новые медиа» появился в конце XX века. Одно из определений новых медиа дано в Оксфордском словаре:

- Новые медиа (англ. *new media*) — это средства массовой коммуникации, использующие такие цифровые технологии, как интернет⁷⁵.

Это довольно широкое определение, но оно выделяет главную черту новых медиа — использование новых, цифровых технологий. Такое определение дает профессор Мичиганского университета Рассел Нойман:

- Новые медиа – это новый формат существования средств массовой информации, постоянно доступных на цифровых устройствах и подразумевающих активное участие пользователей в создании и распространении контента⁷⁶.

Значения термина «новые медиа», как пишут в статье «Новые медиа» О. Стинс и Д. Ван Бухт⁷⁷, очень изменчиво — под ним понимают и Интернет, и компьютерные игры, и фотографии, и видео, и другие цифровые технологии. Именно с появлением термина «новые медиа» связано появление и развитие термина «мем»: наиболее активно о мемах говорят с начала двухтысячных. В этот период происходит быстрое развитие интернета, он становится доступным для пользователя и предлагает ему множество новых возможностей.

В этой главе мы постараемся дать более четкое определение новых медиа, проанализируем, чем они отличаются от традиционных медиа, и проанализируем, как новые медиа помогают распространению музыкальных мемов.

⁷⁵ Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help // [Электронный ресурс]. URL: https://en.oxforddictionaries.com/definition/new_media (дата обращения: 27.01.2019)

⁷⁶ Цит. по: Что такое Новые медиа, или digital-глобализация // Arttox Media. [Электронный ресурс]. URL: <https://smm.arttox-media.ru/wiki/new-media.html> (дата обращения: 27.01.2019)

⁷⁷ О. Стинс, Д. Ван Бухт Новые медиа. — Вестник ВолГУ. Серия 8. Вып. 7. 2008. — С. 98

2.1. Что такое новые медиа?

Новые медиа обозначают появление цифровых и компьютерных технологий и создают новый способ коммуникации — с помощью интернета. Пользователи могут находиться на разных концах земного шара и мгновенно обмениваться сообщениями; в этом и состоит одна из главных особенностей новых медиа — высокая скорость передачи информации, которая доступна каждому пользователю. Чтобы понять, что можно отнести к новым медиа, обратимся к признакам, которые О. Стинс и Д. Ван Фухт выделили⁷⁸ в качестве главных отличий между старыми и новыми медиа:

- новые медиа быстрее, чем старые;
- новые медиа открытые, старые – закрытые;
- новые медиа имеют пользователей, старые – публику;
- новые медиа кратки, старые – многословны;
- новые медиа доставляют «картинку», старые – текст;
- новые медиа активны, старые – пассивны;
- новые медиа обеспечивают пользователю возможность генерировать содержание, старые медиа дают эту возможность производителю.

Таким образом, мы можем сказать, что новые медиа — это интернет-СМИ, блоги, социальные сети, форумы, подкасты и т.д. Новые медиа предлагают пользователю новый тип контента, который отличается интерактивностью: это значит, что перед ним будет не простая статья на две страницы, а мультимедийный текст, включающий в себя фото, видео и возможность перехода по внешним ссылкам на другие источники. Что немаловажно, новые медиа позволяют пользователю создавать собственный контент любого формата: снимать видео для YouTube, создавать плейлисты для Apple Music, публиковать свои тексты и фото в Instagram и Twitter и т.д. Новые медиа расширяют возможности пользователей и дают им полную свободу действий.

⁷⁸ О. Стинс, Д. Ван Бухт Новые медиа. — Вестник ВолГУ. Серия 8. Вып. 7. 2008. — С. 98

2.2. Как интернет-пользователи потребляют мемы

В эпоху новых медиа пользователь становится не только потребителем, но и производителем контента. Особенно это касается мемов — в большинстве случаев это контент, созданный конкретным пользователем, за исключением разве тех случаев, когда мем создан искусственно целой командой. В остальном интернет-мемы — это спонтанно появляющийся пользовательский продукт.

Во время написания данной работы мы проводили онлайн-опрос, в котором участникам предлагалось закончить следующее предложение: «Основной источник мемов для вас — это...».

И ответить на следующие вопросы:

- На какое количество сообществ с мемами вы подписаны в соцсетях?
- Мемы на каком языке вы предпочитаете?
- Каким должен быть мем, чтобы вы отправили его другу или родственнику?

Таким образом, руководствуясь полученными результатами, мы можем проанализировать, как пользователи потребляют интернет-мемы и по каким причинам делятся ими. Далее мы рассмотрим ответы на каждый вопрос. Всего были опрошены 133 человека.

Источники мемов

Основной источник мемов для вас — это...

133 ответа



Рисунок 6. Результаты опроса №1

Проанализировав полученные ответы, мы выделили главную тенденцию: большинство опрошенных (25,6%) получают мемы из разных или из нескольких источников, а не одного. Это могут быть одновременно и тематические сообщества в социальной сети «ВКонтакте», и каналы в мессенджере Telegram, и обсуждения на Pikabu, и посты на 9GAG.

При этом важно отметить, что большое количество пользователей все-таки выбирает «ВКонтакте» в качестве основной платформы для поиска мемов. Это объясняется, во-первых, внушительной аудиторией социальной сети — около 97 миллионов пользователей в месяц⁷⁹, это пятое место в мире среди прочих социальных сетей. Во-вторых — высокий охват мобильной аудитории, а именно 77%⁸⁰. Это значит, что практически все пользователи могут зайти в социальную сеть в любой момент, если у них есть мобильный интернет — то есть потреблять контент они могут в любое время и в любом месте. В-третьих, «ВКонтакте» предлагает широкий спектр тематических групп и пабликов, среди которых множество страниц, где публикуются мемы. В других социальных сетях, кроме «ВКонтакте», мемы потребляют

⁷⁹ Ключевая SMM-статистика на 2018 год // Церебро Таргет. [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/@cerebro_vk-kluchevaya-smm-statistika-na-2018-god (дата обращения: 28.01.2019)

⁸⁰ Там же

17,3% опрошенных — они, в том числе, находят мемы в группах в Facebook и «Одноклассниках».

Тем не менее, для 21,8% опрошенных главным источником мемов остаются друзья. Это показывает нам, что пользователи активно делятся понравившимся им контентом с друзьями — но каждый по своей причине, о чем будет сказано далее.

Еще 6,8% назвали основным источником мемов каналы в мессенджере Telegram, который в последний год находится в центре внимания СМИ в связи с попытками блокировки месседжера Роскомнадзором⁸¹. Главное отличие Telegram от уже традиционных соцсетей — возможность получения контента без отрыва от повседневного и даже делового общения, которое во многом происходит именно в мессенджерах.

Небольшое количество опрошенных (3,8%) ищут мемы на тематических развлекательных ресурсах: российском сайте Pikabu, американском 9GAG и других подобных платформах. 2,3% опрошенных ответили, что мемы им присылают их дети.

Количество сообществ в подписках

На какое количество сообществ с мемами вы подписаны в соцсетях?

133 ответа

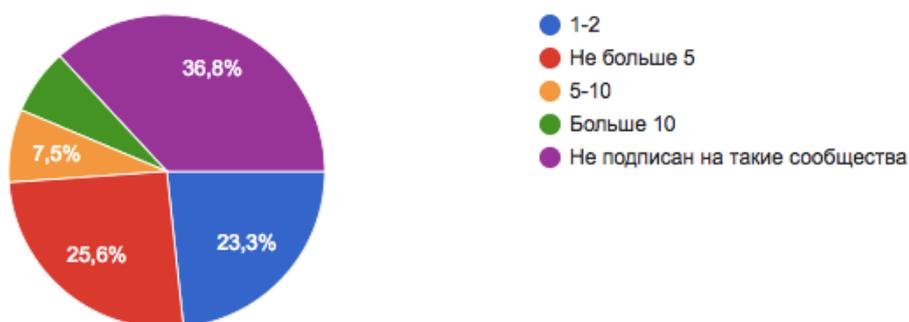


Рисунок 7. Результаты опроса №2

⁸¹ Подробнее об этом: Блокировка Telegram в России. Главное // Сноб. [Электронный ресурс]. URL: <https://snob.ru/entry/159730> (дата обращения: 28.01.2019)

Анализируя ответы на диаграмме, можно выделить следующий примечательный момент: большинство опрошенных (36,8%) не подписаны на тематические сообщества с мемами в социальных сетях и мессенджерах. При этом, как мы выяснили ранее, 22,6% опрошенных получают мемы из сообществ в «ВКонтакте»; возможно, пользователи целенаправленно не подписываются на группы с мемами, а относят к потреблению тот контент, который увидели в новостной ленте или получили в сообщении от друга.

Среднее количество подписок на сообщества с мемами среди опрошенных — не более пяти (25,6%). 23,3% ограничиваются 1-2 сообществами в подписках. На 5-10 сообществ подписаны только 7,5% опрошенных, а более, чем на 10, — 6,8%. Эти данные показывают нам, что пользователи предпочитают не перегружать новостную ленту лишними обновлениями десятка сообществ, а выделяют для себя несколько приоритетных источников контента.

Язык мемов

А что по поводу языка мемов? Для вас лучше:

133 ответа

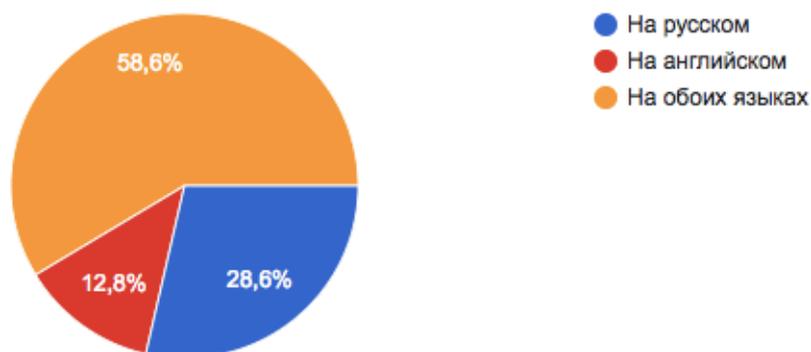


Рисунок 8. Результаты опроса №3

Как показали результаты, большинство опрошенных (58,6%) предпочитают контент на обоих языках. 28,6% пользователей отдает предпочтение контенту только на русском, а 12,8% — контенту только на

английском. Опираясь на эти данные, мы можем сделать следующий вывод: англоязычные мемы постепенно становятся более популярными и российских пользователей. При этом многие все-таки предпочитают контент на русском, где риски не понять текст или отсылку меньше.

Каким должен быть мем, чтобы им делились

Каким должен быть мем, чтобы вы отправили его другу или родственнику?

133 ответа

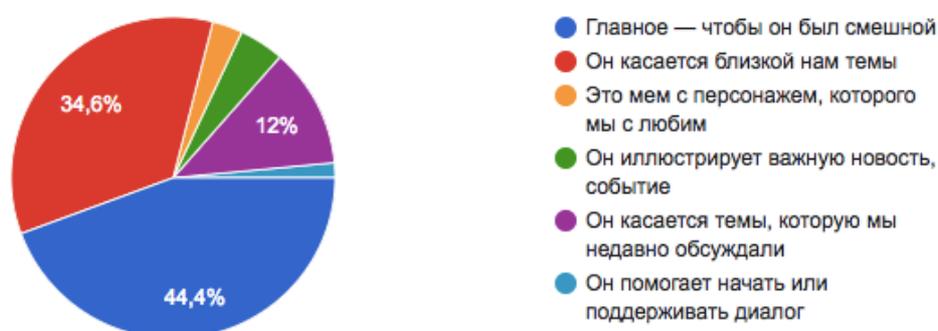


Рисунок 9. Результаты опроса №4

В последнем вопросе первой части опроса мы спросили пользователей о том, почему они отправляют тот или иной мем другу или родственнику, и получили следующие ответы:

- Главное — чтобы мем был смешной — 44,4%
- Он касается близкой нам темы — 34,6%
- Он касается темы, которую мы недавно обсуждали — 12%
- Он иллюстрирует важную новость, событие — 4,5%
- Это мем с персонажем, которого мы любим — 3%
- Он помогает начать или поддерживать диалог — 1,5%

Из полученных данных мы можем сделать следующие выводы:

1. Большинство пользователей рассматривают мем как юмор и шутки, способ повеселиться. Если мем не вызывает сильного эмоционального отклика, то им поделится гораздо меньшее количество пользователей;
2. Для пользователей важно понимание темы обоими участниками разговора. Это способ отличить «чужих» от «своих» и пошутить на общую, понятную только вам тему — например, компьютерные игры или философию;
3. Мем, который иллюстрирует недавнюю тему обсуждения, также интересен пользователям — он выступает в качестве дополнения к диалогу и помогает разнообразить его, выразить свою оценку события;
4. Мем, который иллюстрирует новость, не настолько привлекателен, чтобы им делиться — возможно, он становится интересным только в сочетании с новостью, которая понятна, важна и интересна участникам диалога;
5. Наличие любимого персонажа в меме не является важным критерием, чтобы поделиться мемом. Играет роль в том числе то, что мем с персонажем, к которому пользователи испытывают симпатию или антипатию, может быть несмешным или непонятным — тогда собеседник его не оценит;
6. Отправляют мем для начала или поддержания диалога лишь небольшое количество пользователей — то есть мы можем сделать вывод, что мем является не главным способом инициировать коммуникацию, а лишь дополнением к ней.

2.3. Заключение

В первом параграфе данной главы мы проанализировали, что представляют собой новые медиа: дали несколько определений, выделили главные отличия новых медиа от старых и выяснили, какой тип контента можем отнести к новым медиа.

Во втором параграфе мы проанализировали результаты онлайн-опроса, проведенного перед написанием данной работы. Опрос сделан с помощью сервиса Google Формы и состоит из двух блоков по шесть вопросов в каждом. В каждом вопросе пользователь мог выбрать только один вариант ответа. Всего в опросе участвовали 133 человека.

Исходя из полученных при проведении опроса данных, мы смогли сделать несколько выводов: во-первых, для большинства пользователей мем — это шутка, смешная картинка, которую они видят в новостной ленте в социальных сетях. Во-вторых, для мем помогает отличить «чужих» от «своих», поскольку посвящен конкретной теме: если собеседник понял её и отреагировал на мем, он становится «своим». В-третьих, мемы, посвященные предмету диалога пользователей, помогают поддерживать дальнейший разговор — и поэтому люди активно ими делятся. И в-четвертых — для пользователей важны эмоции, получаемые от мема. Если мем не вызывает у человека сильной эмоциональной реакции (в том числе негативной), то он, скорее всего, не будет делиться им с друзьями.

В третьей главе мы обратимся к примерам использования музыкальных мемов в новых медиа: проследим, как и почему происходит трансформация популярных песен в мемы, как на этот процесс влияют пользователи и как полученные мемы используются в других областях, таких как реклама и SMM.

ГЛАВА 3. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОПУЛЯРНОЙ МУЗЫКИ В МЕМЫ: ПРИЧИНЫ ЯВЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЕГО РЕЗУЛЬТАТОВ В НОВЫХ МЕДИА

Музыкальные мемы – достаточно новое явление, которое получило распространение в середине двухтысячных. Одними из первых музыкальных мемов стала песня “Never Gonna Give You Up” британского исполнителя Рика Эстли. Эта песня вышла в 1987 году, но мемом стала только в 2007 году – то есть через 30 лет после появления. Почему так произошло? Именно в этом мы будем разбираться в данной главе: анализировать популярные песни и находить причины, почему именно они стали популярными в интернете мемами.

3.1. Первые музыкальные мемы. Рик Эстли и Эдуард Хиль

Для начала обратимся к уже упомянутой песне британского певца Рика Эстли “Never Gonna Give You Up”: она вышла в 1987 году и сразу стала хитом. Уже в 1988 году она заняла первое место в Billboard Hot 100 – это рейтинг ста самых популярных песен в США, а также занимала лидирующие позиции в национальных чартах – например, в UK Single Chart⁸². Потом песню забыли фактически на 30 лет – и в 2006-2007 годах она стала мемом. Как и почему это произошло?

Первая версия такая: в 2007 году интернет-пользователи очень ждали выхода компьютерной игры Grand Theft Auto IV. В мае 2007 года был опубликован трейлер игры, но из-за наплыва посетителей, которые хотели его посмотреть, сайт с трейлером «упал». Вскоре на имиджборде 4chan разместили ссылку на якобы «зеркало» сайта (его полную копию на другом сервере), где трейлер GTA можно было посмотреть без проблем. Только вот трейлера там не было: при переходе по ссылке пользователи попадали на клип Рика Эстли “Never Gonna Give You Up”. Жертвами розыгрыша стали тысячи людей.

⁸² Rickroll // Know Your Meme. [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/rickroll> (дата обращения: 24.02.2019)

Есть и другая версия: YouTube-блогер Эрик Хелвиг утверждает, что он первым использовал “Never Gonna Give You Up” для розыгрыша. По словам Хелвига, 31 августа 2006 года после спортивной игры он позвонил на радиостанцию американского города Мичигана и проиграл в трубку песню Рика Эстли. Об этой истории он рассказал в своем видео на YouTube⁸³. Что примечательно – видео с рассказом Хелвига было опубликовано только в 2015 году, когда популярность мема пошла на спад. К сожалению, сказать точно, кто первым использовал песню Рика Эстли для розыгрыша, довольно трудно.

Почему именно Рик Эстли и его песня стали мемом? Вся суть скрывается в словах песни, а точнее – в припеве:

*Never gonna give you up, never gonna let you down
Never gonna run around and desert you
Never gonna make you cry, never gonna say goodbye
Never gonna tell a lie and hurt you*

Переводится это так:

*Никогда тебя не предам, никогда не унижу,
Никогда не убегу от тебя и никогда не брошу.
Никогда не заставлю плакать, никогда не скажу "Прощай",
Никогда не совру и не сделаю тебе больно.*

Именно благодаря этим словам песня стала мемом: человек видит ссылку на игру или фильм, который давно хочет скачать, жмет на неё, попадает на трек Рика Эстли и слышит слова «никогда тебя не предам, никогда не совру и не сделаю тебе больно». Формируется эффект обманутого ожидания: человек понимает, что стал жертвой пранка, – это шутка или уловка, которая должна быть забавной и не наносить вреда или ущерба⁸⁴ — но ситуация настолько комична (в клипе люди в одежде в стиле 1980-х,

⁸³ I Did the First Rickroll (w/ Proof) // Hot Dad YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tmVadY7vX1I&t=9s> (дата обращения: 24.02.2019)

⁸⁴ Prank // Cambridge Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/prank> (дата обращения: 24.03.2019)

играет веселая музыка, исполнитель танцует), что он не обижается. Всего, по данным сервиса Survey USA, в 2008 году жертвами розыгрыша с песней Рика Эстли стали около 18 миллионов американцев. Благодаря этому феномену в английском языке даже появился новый глагол – “to rickroll”⁸⁵. Его можно перевести как «отрикроллить», то есть разыграть с помощью песни Рика Эстли.

Мем использовали не только обычные интернет-пользователи, которые хотели пошутить над друзьями, но и знаменитости. Например, британская рок-группа Radiohead разыграла⁸⁶ своих поклонников с помощью “Never Gonna Give You Up” в 2008 году, незадолго до выхода своего нового альбома “In Rainbows”. Группа разместила на своем сайте ссылку якобы на скачивание альбома, но вместо альбома пользователь видел клип на песню Рика Эстли. Поддерживал шутку и видеосервис YouTube: в том же 2008 году он настроили сайт так, что при нажатии на избранные видео на главной странице пользователь переходил на страницу с клипом Рика Эстли⁸⁷.

К 2011 году популярность мема упала, а песня даже попала в рейтинг худших песен 80-х по версии музыкального журнала Rolling Stone⁸⁸, заняв 10-е место. Сейчас мем встречается не так часто, и больше среди англоязычных пользователей. Но, например, в 2016 году песня использовалась в американском мультсериале «Южный парк», появившись в 7 серии двадцатого сезона⁸⁹.

В опросе, который мы проводили при подготовке работы, пользователям был задан вопрос: «Посмотрите на список зарубежных песен

⁸⁵ Rickrolling // Urban Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=rickrolling> (дата обращения: 24.02.2019)

⁸⁶ Rick Astley 'Rick Roll' video prank becomes web phenomenon // NME. [Электронный ресурс]. URL: <https://web.archive.org/web/20080331234918/http://entertainment.uk.msn.com/music/news/nme/article.aspx?cp-documentid=7914346> (дата обращения: 24.02.2019)

⁸⁷ YouTube RickRolls Users // Techcrunch. [Электронный ресурс]. URL: <https://techcrunch.com/2008/03/31/youtube-rickrolls-users/>

⁸⁸ Readers' Poll: The 10 Worst Songs of the 1980s // Rolling Stone. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/readers-poll-the-10-worst-songs-of-the-1980s-20488/10-rick-astley-never-gonna-give-you-up-21947/> (дата обращения: 24.02.2019)

⁸⁹ Never Gonna Give You Up // South Park Studios YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YVhxcpItk_M&t=1s (дата обращения: 24.02.2019)

внизу и выберите ту, которую бы точно назвали мемом». Среди этих песен был трек Этли «Never Gonna Give You Up», и его с уверенностью назвали мемом только 11,5% человек (15 человек из 131 опрошенного).

Еще один яркий пример песни, ставшей популярным интернет-мемом, - вокализ советского певца Эдуарда Хилья «Я так рад, ведь я, наконец, возвращаюсь домой». Видео с его выступлением 1976 года, где он исполняет этот вокализ, т.е. пение без слов, выложили на видеосервис YouTube в конце 2009 года, и оно начало резко набирать популярность, особенно среди англоязычных пользователей. Они слышали в напеве вокализе сходство со словом «troll», «trolling» (интернет-тролль, троллинг), из-за чего Эдуард Хиль получил прозвище «Mr. Trololo». Вместо его лица в некоторых видео накладывали мем троллфейс – популярный в двухтысячных графический мем, на котором изображено лицо с хитрой улыбкой. Это лицо тролля, то есть человека, который издевается над другими пользователи и провоцирует их на виртуальный конфликт⁹⁰.



Рисунок 10. Эдуард Хиль с «троллфейсом»

Трансформация песни Хилья в мем спровоцировала новую волну популярности артиста. Его звали в турне, выступать в клубах со старыми советскими песнями, а значки и майки с изображением певца быстро

⁹⁰ Trollface // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/trollface/> (дата обращения: 24.02.2019)

раскупали в британских интернет-магазинах. При этом сам певец узнал о том, что стал популярным в интернете, случайно, и отнесся к этому с юмором, сказав, что хочет выступить под именем Трололомэн⁹¹.

Мем в основном использовался пользователями интернета и не так активно появлялся в медиа. Правда, один раз нарисованный Эдуард Хиль, исполняющий свой вокализ, появился в американском мультсериале «Гриффины» — это было в первой серии десятого сезона⁹². Герой мультсериала просит бармена налить им с друзьями три рюмки бурбона, и чтобы их принес русский официант, который ему нравится. Этим официантом и оказывается Эдуард Хиль. Вокализ затем поют все посетители бара.

Таким образом, мы можем сказать, что переход музыки Эдуарда Хиля в мем вновь привлек внимание к его творчеству и сделал его известным среди молодежи. Теперь слова «Эдуард Хиль» и «Мистер Трололо» тесно связаны в сознании людей, заставших этот мем. В опросе, который мы проводили, его выступление назвали мемом 9,2% опрошенных.

Эти музыкальные мемы, появившиеся в середине двухтысячных, стали первыми мемами подобного рода. Сейчас они уже утратили былую популярность, но так или иначе стали важной частью истории развития мемов в целом и музыкальных мемов как их отдельного вида. Далее мы рассмотрим более релевантные примеры, которые обрели популярность как в англоязычном, так и в русскоязычном сегментах интернета.

3.2. Дрейк: “Hotline Bling”, #InMyFeelingsChallenge и популярность в Рунете

⁹¹ Мистер Трололо: Как советский певец Эдуард Хиль стал интернет-мемом и персонажем американского мультфильма // Культурология. [Электронный ресурс]. URL: <https://kulturologia.ru/blogs/040917/35853/> (дата обращения: 24.02.2019)

⁹² Мистер Трололо в Гриффинах // Виталий Маслов, YouTube. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mTqYnkla21Q> (дата обращения: 24.02.2019)

Канадский рэпер Дрейк (настоящее имя – Обри Дрейк Грэм) не раз становился героем интернет-мемов и челленджей – это английское слово (англ. challenge) активно используется в современном русском языке без перевода. В переводе на русский язык “challenge” означает вызов, предложение совершить что-то на спор. Челленджи в интернете – это видео, герои которых выполняют то или иное действие на спор и предлагают своим подписчикам повторить его. Одни челленджи имеют важную социальную роль, например, #IceBucketChallenge. Во время этой акции люди обливались холодной водой, чтобы привлечь внимание к изучению бокового амиотрофического склероза⁹³. У других челленджей исключительно развлекательная функция: например, участники челленджа #WaterBottleFlippingChallenge или #BottleFlipping пытались подбросить бутылку с водой так, чтобы она совершила переворот в воздухе и приземлилась на дно⁹⁴.

Рэпер Дрейк во многом стал известен в интернете благодаря тому, что некоторые его песни становились основой для развлекательных челленджей. В июне 2018 года он выпустил песню “In My Feelings”, которая вошла в альбом “Scorpion” – по данным февраля 2019 года, у клипа на эту песню более 182 миллионов просмотров. В песне Дрейк спрашивает девушку по имени Кики, любит ли она его:

Keke, do you love me, are you riding?

Что переводится как:

Кики, ты меня любишь? Ты уже едешь?

Альбом набрал около миллиарда прослушиваний за неделю, что критики связывали именно с популярностью песни “In My Feelings”⁹⁵. А в

⁹³ Если хочешь быть здоровым // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/tech/52059-ice-bucket-challenge> (дата обращения: 24.02.2019)

⁹⁴ Физики разобрались в трюке с бутылкой воды // N+1. [Электронный ресурс]. URL: <https://nplus1.ru/news/2017/12/27/bottle-flipping-challenge> (дата обращения: 24.02.2019)

⁹⁵ Выйти из автомобиля на ходу под In My Feelings Дрейка! Новый рискованный челлендж! ВИДЕО // Maxim. [Электронный ресурс]. URL: https://www.maximonline.ru/guide/maximir/_article/in-maj-fillingz-chellendzh/ (дата обращения: 24.02.2019)

конце июня в социальной сети Instagram появилось видео⁹⁶ комика Shiggy, который записал видео со своим танцем под песню Дрейка и как будто бы показывал, как надо признаваться в любви Кики. Видео было отмечено тегом #InMyFeelingsChallenge и быстро стало вирусным: пользователи начали снимать свои версии видео и ставить под ними теги #InMyFeelingsChallenge или #KekeChallenge. Все видео построены по одной и той же схеме: человек в кадре танцует под песню Дрейка, складывает сердечко из пальцев в районе груди и показывает, как он крутит руль⁹⁷. Вскоре челлендж стал более опасным: пользователи начали выпрыгивать⁹⁸ из движущейся машины и пытаться танцевать, догоняя её. Для некоторых это заканчивалось травмами⁹⁹.

Об этом челлендже активно писали как зарубежные, так и российские медиа, а пользователи со всего мира записывали свои варианты видео. Когда челлендж начал становиться опасным, некоторые издания предупреждали читателей, чтобы они трезво оценивали свои способности и снимали видео осторожнее.

Больше всего Дрейк известен в российском сегменте интернета благодаря тому, что еще в 2015 году мемом стал кадр из его клипа на песню “Hotline Bling”. Согласно результатам нашего опроса, эту песню назвали мемом 9,9% опрошенных. Такой небольшой процент объясняется тем, что мемом стала не конкретно песня, а ее часть – кадр из клипа. То есть перед нами типичный смешанный мем. Шаблон мема называют «Дрейк в оранжевой куртке», Drakeposting или «Избирательный Дрейк».

⁹⁶ The Shiggy Show // Instagram. [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/p/BkoUbKJhFFz/?utm_source=ig_embed (дата обращения: 24.02.2019)

⁹⁷ Сотни людей в соцсетях признаются в любви бывшей девушке Дрейка. Потому что он не смог это сделать в клипе // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://medialeaks.ru/1007vjt-byivshy-devushke-dreyka/> (дата обращения: 24.02.2019)

⁹⁸ Флешмоб: песня Дрейка In My Feelings заставляет людей выпрыгивать из машин на ходу // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/in-my-feelings-vyprygivat-iz-mashin/> (дата обращения: 24.02.2019)

⁹⁹ Жажда плясать и отвага. Люди прыгают из машин на ходу под песню Дрейка, и это не всегда хорошо кончается // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://medialeaks.ru/2007amv-drake-jump-car/> (дата обращения: 24.02.2019)



Рисунок 11. Шаблон мема «Дрейк в оранжевой куртке»

Это четырехпанельный мем. Слева мы видим два изображения Дрейка: на верхнем он отказывается от чего-либо, т.е. не одобряет тот или иной предмет или явление. На нижнем изображении он, наоборот, одобряет что-либо. На панелях справа есть место для контента пользователя: он может вставить в пустую область текст или изображение. Обычно медиа используют мем в ироничном ключе. В этом случае Дрейк отказывается от чего-либо адекватного и рационального и одобряет противоположную по смыслу идею, которая может быть негативной или неправильной.



Рисунок 12. Мем с Дрейком из сообщества «Настоящий Лентач» во «ВКонтакте» от 7 ноября 2015 года

Этот мем носит ироничный и даже саркастичный характер: он иллюстрирует новость о больном раком мужчине, который попросил пользователей присылать ему самые ужасные шутки о его болезни¹⁰⁰. В данном случае Дрейк на картинке отказывается от слов поддержки и выбирает шутки и троллинг – хотя кажется логичным, что выбор должен быть абсолютно другим. Данный мем просто и понятно иллюстрирует содержание истории, которая дана ссылкой с небольшой подписью, и формирует у читателя понимание того, какие эмоции от истории он получит.

Встречаются варианты, где справа вместо текста вставлены изображения.



Рисунок 13. Мем с Дрейком из сообщества «Настоящий Лентач» во «ВКонтакте» от 22 мая 2017 года

¹⁰⁰ Большой раком попросил высмеять себя на Reddit. Кажется, чёрный юмор никогда ещё не был таким вдохновляющим // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: https://medialeaks.ru/0611http-poshuti-o-rake/?utm_source=vk&utm_medium=smm&utm_campaign=true_lentach (дата обращения: 24.02.2019)

В данном случае нижняя правая панель дублирует нижнюю левую, что демонстрирует нам то, что Дрейк одобряет получение Дрейком 13 наград музыкальной премии Billboard Music Awards, а получение наград британской певицей Адель не одобряет.

С момента выхода клипа прошло уже 4 года, но шаблон до сих пор используют. Наиболее активно в российском сегменте интернета им пользуется паблик «Настоящий Лентач» в социальной сети «ВКонтакте»: с помощью шаблона с «Избирательным Дрейком» в паблике иллюстрируют многие новости. Также шаблон использует издание Medialeaks и Lenta.ru. Подборки с мемом можно встретить на сайте Memepedia¹⁰¹, а американский сайт KnowYourMeme посвятил Дрейку и его «меметичности» целый материал¹⁰².

Лицо Дрейка могут заменять лицами популярных артистов или политиков. Зимой 2018 года у мема появился новый вариант, где лицо Дрейка заменяли мордочками котов¹⁰³. Мем высмеивает абсурдные привычки кошек: например, то, что они предпочитают картонную коробку специально купленному большому домику, или то, что вместо дорогого корма предпочтут убить и съесть птицу на улице.

Также мем часто порождает картинки с аллюзией на самого себя. В опросе, который мы проводили при подготовке работы, мы задавали пользователям следующий вопрос: не напоминает ли им ничего картинка ниже?

¹⁰¹ Дрейк в оранжевой куртке // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/drejk-v-oranzhevoj-kurtke/> (дата обращения: 24.02.2019)

¹⁰² Drake // Know Your Meme. [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/people/drake> (дата обращения: 24.02.2019)

¹⁰³ «Дрейк-кот»: главный мем с канадским рэпером обретает новую жизнь // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/drejk-kot-glavnyj-mem-s-kanadskim-rerperom-obretaet-novuyu-zhizn/> (дата обращения: 24.02.2019)



Рисунок 14. Мем с Ольгой Бузовой, опубликованный в Instagram

Героиня мема в данном случае – российская поп-певица Ольга Бузова, которая была главной героиней шоу «Замуж за Бузову». Мужчины, участвовавшие в шоу, пытались завоевать ее расположение, чтобы победить в конкурсе. Мем высмеивает поведение Ольги Бузовой во время шоу: вместо осмысленных решений она принимала очень импульсивные и выгоняла участников без причин. Мем построен по аналогии с «Избирательным Дрейком»: даже поза, в которой изображена Бузова, схожа с позой Дрейка. Это сходство увидели 66,4% опрошенных, что доказывает нам, что мем с Дрейком действительно популярен в российском интернете и пользователи быстро видят отсылки к нему. Кроме мема с Ольгой Бузовой, есть серия мемов с избирательной бабушкой¹⁰⁴ – она также построена по аналогии с мемом «Избирательный Дрейк», что позволяет пользователю быстро связать их и обнаружить сходство.

Клип на песню “Hotline Bling” создал не только графический, но и видео-мем – с танцем Дрейка. Пользователи заметили, что движения рэпера в клипе подходят к любой музыке, и начали накладывать на кадры из клипа

¹⁰⁴ Мемы с бабулей // SnatchNews. [Электронный ресурс]. URL: <https://snatch.com/memyi-s-babuley/> (дата обращения: 24.02.2019)

разную музыку: песни “Single Lady” американской певицы Бейонсе и “September” американской фанк- и дискогруппы Earth, Wind & Fire или “Thriller” американского певца Майкла Джексона. Во многих случаях музыку оставляли неизменной, но Дрейка добавляли в кадр из какого-либо фильма (например, фильма «Звездный путь») или пририсовывали ему разные предметы: теннисную ракетку, лазерные мечи из фильма «Звездные войны» или баскетбольный мяч¹⁰⁵. Подобные видео-мемы активно публиковали пользователи приложения Vine – оно появилось в 2013 году и прекратило работу в 2017 году.

В заключение можно сказать, что рэпер Дрейк в последние 5 лет стал популярным персонажем мемов как среди англоговорящих, так и среди русскоязычных пользователей. Графический мем «Избирательный Дрейк» активно используют различные медиа для иллюстрации новостей в своих сообществах в социальных сетях, а пользователи участвуют в челленджах, которые появились благодаря песням артиста – даже если этот челлендж травмоопасный. Важно отметить еще один момент относительно мема «Избирательный Дрейк»: в России он прижился очень хорошо. К сожалению, небольшое количество людей помнит песню и клип, которые стали основой мема, но большинство сразу же узнает шаблон. Не менее интересная ситуация складывается с #InMyFeelingsChallenge: песня, которая породила этот челлендж, запомнилась слушателям преимущественно по двум строчкам про девушку Кики – именно они звучат во всех видео челленджа.

Таким образом, проанализировав несколько примеров, мы можем сказать, что Дрейк – это музыкант, которого знают не только по творчеству и музыке, но и по его репутации персоны-мема в интернете. И медиа способствуют укреплению этой репутации: если Дрейк пришел на мероприятие, где с ним сделали смешной кадр, или выпустил песню, которая вдохновила пользователей на челлендж, то об этом обязательно напишут развлекательные и новостные СМИ.

¹⁰⁵ 5 Memes from Drake’s ‘Hotline Bling’ // MUCH. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.much.com/5-memes-from-drakes-hotline-bling/> (дата обращения: 24.02.2019)

3.3. “This is America” Childish Gambino: почему из этой песни просили не делать мемы и как это понять, если ты не из США?

5 мая 2018 года рэп-исполнитель Childish Gambino (настоящее имя – Дональд Гловер) опубликовал на своем YouTube-канале клип¹⁰⁶ на песню “This is America” («Это Америка»). Менее чем за три дня он набрал более 17 миллионов просмотров и получил множество восторженных отзывов интернет-пользователей и музыкальных критиков. В феврале 2019 года трек “This is America” получил музыкальную премию «Грэмми» сразу в четырех номинациях: «Запись года», «Песня года», «Лучшее рэп-/песенное совместное исполнение» и «Лучший клип»¹⁰⁷. Ранее, в 2018 году, среди прочих наград песня получила награду MTV Video Music Awards в номинации «Лучшее видео с социальным посланием». Некоторые кадры из клипа стали мемом, сама песня породила множество пародий, но это тот редкий случай, когда интернет-пользователи были против того, чтобы музыка становилась мемом.

Если детально разбирать текст и клип “This is America”, то можно найти в них множество отсылок к различным событиям и явлениям в жизни американцев. Например, в одном из кадров, ставшим мемом, поза музыканта является отсылкой к комическому темнокожему персонажу по имени Джим Кроу.

¹⁰⁶ Childish Gambino - This Is America (Official Video) // Donald Glover, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VYOjWnS4cMY> (дата обращения: 24.02.2019)

¹⁰⁷ Grammys 2019 Winners: The Complete List // Billboard. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.billboard.com/articles/news/grammys/8496912/grammys-2019-winners-list> (дата обращения: 24.02.2019)



Рисунок 15. Кадр из клипа “This is America” рэп-исполнителя Childish Gambino

Это темнокожий бродяга, которого изображали уличные американские артисты в XIX веке. Свое лицо перед выступлениями они раскрашивали театральным гримом, превращая его в блэкфейс (англ. blackface) – своеобразную маску темнокожего человека. Сходство Childish Gambino и Джима Кроу заметила¹⁰⁸ пользовательница социальной сети Twitter, она же сделала коллаж-сравнение.



Рисунок 16. Сравнение кадра из клипа “This is America” со старым изображением Джима Кроу

Вот список некоторых других проблем, затронутых в клипе:

- 1) **Ношение оружия.** В клипе Childish Gambino показывает, что к оружию в Америке относятся лучше, чем к людям: в одной из первых сцен музыкант стреляет в голову человеку с мешком на голове, после чего к нему подбегает человек и аккуратно забирает пистолет, заворачивая его в тряпку. В то же время тело застреленного человека грубо выволакивают из кадра;

¹⁰⁸ Nicky Niche Twitter. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/NickyNiche/status/993137469884420096> (дата обращения: 24.02.2019)

- 2) **Стрельба в церквях.** В одной из сцен музыкант заходит в помещение, где поет хор, останавливается на секунду, после чего ему дают ружье, и он расстреливает участников хора. Это отсылка сразу к двум событиям в США: стрельбе в городах Чарлстон и Сазерленд-Спрингс. В первом случае в 2015 году 21-летний американец расстрелял 9 человек в церкви, куда преимущественно ходят афроамериканцы¹⁰⁹, во втором — в 2017 году бывший военнослужащий открыл стрельбу в баптистской церкви, убив 26 человек¹¹⁰. В целом можно сказать, что сцена со стрельбой в клипе — это отсылка к проблеме массовых расстрелов в целом: как в церквях, так и в американских школах, и во время массовых мероприятий — например, во время фестиваля кантри-музыки Route 91 в Лас-Вегасе в октябре 2017 года.
- 3) **Всадник Апокалипсиса.** Его можно заметить в одном из кадров на заднем плане. На первом плане музыкант танцует с группой школьников, отвлекая зрителя от происходящего на заднем плане: горящей машины, забастовки и всадника Апокалипсиса на белом коне, который олицетворяет смерть. Также эту сцену объясняют так: веселье (танцы на первом плане) отвлекает нас от реальных проблем (на заднем плане).
- 4) **Полицейский произвол.** В одной из сцен школьники снимают происходящее на мобильные телефоны. Музыкант при этом поет следующую строчку: «This a celly, that's a tool»¹¹¹, что переводится на русский как «Это мобильный, вот это инструмент». При этом “tool” может переводиться еще и как оружие. Отсюда фанаты сделали вывод, что это может быть отсылкой к истории темнокожего американца Стефана Кларка. Его застрелили полицейские, потому что приняли телефон в его руке за оружие. При этом Кларк был безоружен. Это убийство спровоцировало волну митингов против

¹⁰⁹ Стрельба в Чарлстоне: массовое убийство на почве ненависти // РИА Новости. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/20150618/1076368471.html> (дата обращения: 24.02.2019)

¹¹⁰ Стрельба в церкви Техаса: не менее 26 погибших, нападавший мертв // BBC News. Русская служба. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41880630> (дата обращения: 24.02.2019)

¹¹¹ This is America // Genius. // [Электронный ресурс]. URL: <https://genius.com/Childish-gambino-this-is-america-lyrics> (дата обращения: 24.03.2018)

полицейского произвола¹¹². Это далеко не единственный случай, когда американские полицейские застрелили безоружного человека.

Это не единственные образы, использованные в клипе – пользователи находили гораздо больше. В целом в истории с “This is America” есть интересный момент: эти образы видят и анализируют американцы, в то время как остальным пользователям из других стран их приходится объяснять. Этим объясняется то, что в русскоязычном сегменте интернета клип и песня были не так популярны, как в англоязычном: чтобы понять песню и клип полностью, надо знать контекст — события, отсылки, локальные проблемы. Поэтому почти все российские медиа после выхода клипа выпускали отдельные материалы с объяснениями, что зритель видит в клипе. Такие тексты выходили, например, у российской версии Esquire¹¹³, интернет-издания Meduza¹¹⁴, телеканала «Дождь»¹¹⁵, интернет-издания Medialeaks¹¹⁶ и других. Несмотря на сложность восприятия, в российском сегменте интернета появились мемы, сделанные из кадров клипа Childish Gambino. Они редко использовались для иллюстрации новостей и больше появлялись в различных развлекательных пабликах в социальных сетях.

¹¹² История Стефана Кларка — безоружного афроамериканца, убитого полицейскими США // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/law/68788-istoriya-stefana-klarka-bezoruzhnogo-afroamerikanca-ubitogo-policeyskimi-ssha> (дата обращения: 24.02.2019)

¹¹³ This is America: символы и отсылки в нашумевшем клипе Дональда Гловера // Esquire. [Электронный ресурс]. URL: <https://esquire.ru/relaxation/51892-childish-gambino-this-is-america-references/#part3> (дата обращения: 02.03.2019)

¹¹⁴ Вся Америка обсуждает новый клип Чайлдиша Гамбино. Почему? // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/slides/vsya-amerika-obsuzhdaet-novyy-klip-chayldisha-gambino-pochemu> (дата обращения: 02.03.2019)

¹¹⁵ «Мы расстреливаем друг друга, а потом танцуем»: что зашифровано в клипе Чайлдиша Гамбино This Is America // Дождь. [Электронный ресурс]. URL: <https://tvrain.ru/articles/gambino-463393/> (дата обращения: 02.03.2019)

¹¹⁶ Почему так популярен клип This Is America от Childish Gambino. Злая сатира Дональда Гловера и основа мемов // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://medialeaks.ru/0805sda-this-is-america/> (дата обращения: 02.03.2019)



Лентач
8 мая 2018



РКН объявил о разблокировке 3 700 000 IP-адресов Google, доступ к которым был закрыт из-за попыток заблокировать Telegram

<http://news.lenta.ch/CLXk>



Рисунок 17. Пост в сообществе «Лентач» в социальной сети «ВКонтакте» от 8 мая 2018 г.



Рисунок 18. Мем с кадром из клипа “This is America”, источник: Metepedia.ru

Также после выхода клипа появилось несколько видео-пародий, авторы которых «локализовывали» текст и видеоряд, опираясь на события в своей стране.

Вот некоторые из пародий:

- “This is Nigeria” («Это Нигерия») – исполнитель Falz¹¹⁷;
- “This is Iraq” («Это Ирак») – исполнитель I-NZ¹¹⁸;
- «Это Россия, бро» – исполнитель Гурам Нармания¹¹⁹;
- «Это Россия» – исполнитель Юрий Хованский¹²⁰;
- «Это Украина» («Це Україна») – исполнитель Николай Саволук¹²¹;
- “This Is America: Women's Edit” («Это Америка: женская версия») – исполнитель Nicole Arbour¹²²;
- “This is America” («Это Америка»), где в главной роли вместо Childish Gambino появляется человек, пародирующий президента США Дональда Трампа¹²³.

Также в англоязычном сегменте интернета, как и в российском, активно появлялись мемы с кадрами из клипа. Важно отметить, что многие пользователи и медиа были против такой тенденции. Например, интернет-издание Vice в статье “For the Love of God, Don’t Meme Childish Gambino’s ‘This Is America’ Music Video” («Ради Бога, не делайте мемы из видео Childish Gambino “This is America”») пишет следующее: «Делать мемы из

¹¹⁷ Falz - This Is Nigeria // FalzVEVO, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UW_xEqCWrm0 (дата обращения: 02.03.2019)

¹¹⁸ I-NZ - THIS IS IRAQ (العراق) // Official I-NZ, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fvxZLKtkgiM> (дата обращения: 02.03.2019)

¹¹⁹ Это Россия, бро / Childish Gambino - This is America (Пародия) // Гурам Нармания, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wYUA1ABhT8o> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²⁰ МС ХОВАНСКИЙ - ЭТО РОССИЯ / Childish Gambino "This is America" (Пародия) // Юрий Хованский, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=A5mDCn7kEKI> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²¹ ЭТО УКРАИНА (ЦЕ УКРАЇНА) / Childish Gambino - This is America (ПАРОДИЯ) // Николай Саволук, YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WBf3phHsRBo> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²² This Is America: Women's Edit // Nicole Arbour YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QW8whgmyTNU> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²³ Childish Gambino - "This Is America" PARODY // Bart Baker YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=euXGRRdBV58> (дата обращения: 02.03.2019)

“This is America” глупо не только из-за жестоких образов. Это глупо потому, что исходный материал буквально символизирует короткий период внимания в интернете. Любой мем, сделанный из “This is America”, полностью не соответствует своей цели»¹²⁴. Автор статьи также объясняет, что контраст сцен в клипе (танцы — убийство) показывает, как развлекательная индустрия США отвлекает людей от действительно важных событий.

В целом мы можем сказать, что процесс трансформации данной песни в мем закономерен: в клипе зрителю показывают, как важные события прикрывают весельем и шутками, а в жизни мемы с кадрами из клипа отвлекают от тех смыслов, которые хотел донести до слушателей Childish Gambino.

Тем не менее, мемов на основе клипа “This is America” в англоязычном сегменте интернета появилось достаточно много. Подборки с ними делали сайт газеты The Independent¹²⁵, интернет-издание College Humor¹²⁶, интернет-портал Know Your Meme¹²⁷, интернет-портал The Blaze¹²⁸ и другие медиа из разных стран.

¹²⁴ For the Love of God, Don't Meme Childish Gambino's 'This Is America' Music Video // Vice. [Электронный ресурс]. URL: https://www.vice.com/en_au/article/qvndjm/childish-gambino-donald-glover-meme-this-is-america-new-music-video (дата обращения: 02.03.2019)

¹²⁵ People are furious that a 'This Is America' meme has gone viral // Indy 100 from The Independent. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.indy100.com/article/this-is-america-childish-gambino-donald-glover-meme-carly-rae-jepsen-call-me-maybe-8349676> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²⁶ 14 This is America Memes, Don't Catch You Slippin Up // College Humor. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.collegehumor.com/post/7056260/this-is-america-memes> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²⁷ Childish Gambino “This is America” // Know Your Meme. [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/childish-gambinos-this-is-america> (дата обращения: 02.03.2019)

¹²⁸ Childish Gambino's 'This Is America' becomes Twitter's favorite new meme // The Blaze. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theblaze.com/video/childish-gambinos-this-is-america-becomes-twitters-favorite-new-meme> (дата обращения: 02.03.2019)



Рисунок 19. Подпись: Реальные проблемы / Мемы



Рисунок 20. Вверху: Любовь и поддержка близких / Я. Внизу: Я намеренно отстраняюсь

Рассмотрев разные точки зрения на мемы с “This is America”, мы можем сделать несколько выводов.

Во-первых, “This is America” — яркий пример того, как музыкальный мем приживается только в одной стране, в данном случае это США. Контекст песни и мемов на её основе обусловил их популярность внутри только одного региона, в других же аудитория хуже поняла песню — в том числе из-за многочисленных отсылок к реалиям американской жизни. Например, в опросе среди русскоязычных пользователей, который мы проводили при подготовке работы, эту песню назвали мемом только 2,3% опрошенных (3 человека из 131 участника опроса). Это показывает, что российская аудитория почти не знакома с этой песней. А если и знакома, то не видит в ней отсылок, которые американские пользователи использовали в том числе для создания мемов.

Во-вторых, трансформация музыки в мем не всегда приветствуется аудиторией. В случае с “This is America” превращением клипа в мем были недовольные многие, в том числе — афроамериканцы, т.к. в тексте песни затронута и тема расизма. Такую позицию поддерживали и медиа: они делали упор на то, что исполнитель хотел донести до слушателей множество важных проблем современной Америки, а они превратили песню и клип в мем, создав пародии о своих странах и сделав мемы с кадрами из клипа.

Так или иначе, “This is America” — хороший пример сложного музыкального мема, поскольку его первоисточник уже содержит в себе несколько смысловых пластов, отсылающих нас к событиям в разных сферах жизни общества. В этой песне и клипе на неё затронуты многие актуальные проблемы американцев, но даже они превратились в мемы — это можно назвать защитной реакцией, когда человек предпочитает не видеть, что на самом деле происходит вокруг него, и концентрируется только на развлекательном моменте. Как написал один из пользователей Twitter: «Превращение “This is America” в мемы, собственно, и есть Америка»¹²⁹.

¹²⁹ Jos Leitzel Twitter. [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/leitzel_josh/status/993888530857422848 (дата обращения: 02.03.2019)

3.4. PSY и его “Gangnam Style”: как странный корейский танец покорила интернет и почему его до сих пор помнят

Когда при подготовке работы мы проводили опрос и спрашивали участников, какую из предложенных песен зарубежных исполнителей они назвали бы мемом, большинство (43,5% — 57 из 131 опрошенных) выбрали песню “Gangnam Style” южнокорейского исполнителя PSY, которая вышла еще в 2012 году. По сравнению с песнями Childish Gambino и Дрейка это уже старый трек, но почему-то именно его участники опроса помнят хорошо и считают музыкальным мемом.

Главное достижение “Gangnam Style” — статус самого просматриваемого видео на YouTube в течение 5 лет. По состоянию на 3 марта 2019 года, у клипа 3 300 387 977 просмотров. Большую часть этого успеха обеспечил “horse dance” или лошадиный танец¹³⁰ — странные движения, с помощью которых исполнитель изображает скачку на лошади, сделали ролик вирусным — то есть стремительно распространяющимся среди интернет-пользователей и набирающим большую популярность, после чего интернет-пользователи начали снимать свои версии танца и активно его пародировать.

Но танец — это одно. А что означает само выражение “Gangnam Style” или, как его называли в России, «Опа гангнам стайл»? Оно означает расточительный и весёлый образ жизни, который ассоциируется с районом Гангнам в Сеуле (Южная Корея, родина PSY)¹³¹. В английском языке аналогичными выражениями можно назвать YOLO (“You Only Live Once” — «Живешь лишь один раз»¹³²) — оно означает, что жизнь одна, так что не стоит жалеть на неё денег и развлечений. Этот посыл песни также стал

¹³⁰ PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) M/V // officialpsy. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³¹ Gangnam Style // Memepedia. []. URL: <https://memepedia.ru/gangnam-style/>

¹³² YOLO // Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help. [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/yolo> (дата обращения: 03.03.2019)

популярным, т.к. он отсылает к красивой жизни в Южной Корее — и из-за этого появились версии про другие страны и жизнь там. При этом в пародиях не всегда воспевается высокий уровень жизни: например, в видео “Kim Jong Style” («Ким Чен Ын стайл») упоминаются реальные проблемы, с которыми сталкиваются жители КНДР из-за диктаторского режима главы страны Ким Чен Ына, хотя само видео сделано в юмористическом ключе и под оригинальную танцевальную музыку PSY.

Вот некоторые видео-пародии на песню “Gangnam Style”:

- Чехия: Gangnam Style - ČESKÝ STYL («Чешский стиль»)¹³³;
- КНДР: “Kim Jong Style”, («Ким Чен Ын стайл») автор — The Key of Awesome¹³⁴;
- США: пародия сделана служащими медицинского подразделения ВМС и Корпуса морской пехоты в Афганистане¹³⁵.

Сейчас этот клип уже не пользуется такой популярностью, как несколько лет назад, но иногда все же упоминается в медиа. Например, в российских медиа о “Gangnam Style” вспомнили после того, как в октябре 2018 года российские футболисты Павел Мамаев и Александр Кокорин избили чиновника Министерства промышленности и торговли Российской Федерации Дениса Пака: многие СМИ писали, что футболисты пели эту песню во время драки¹³⁶ и называли чиновника «каким-то китайцем»¹³⁷, в то время как исполнитель песни PSY — кореец. Паблик «Лентач» во «ВКонтакте» проиллюстрировал эту новость, используя кадр из клипа PSY.

¹³³ PSY - Gangnam Style - ČESKÝ STYL [ViralBrothers] [CZ] // Mira Rejna YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fijgOZm0WKc> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³⁴ PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) PARODY! KIM JONG STYLE! | Key of Awesome #63 // The Key of Awesome. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=cG7ZVBXQII> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³⁵ US Navy and Marines in Afghanistan Gangnam Style Parody // Ryan Pomicter YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Wt7pevIvCbQ> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³⁶ Кокорин и Мамаев пели Gangnam Style во время избиения Пака // Чемпионат. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.championat.com/football/news-3564669-kokorin-i-mamaev-peli-gangnam-style-vo-vremja-izbienija-paka.html> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³⁷ Лентач // [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/wall-29534144_9800383?hash=215addbedd9d6c096c (дата обращения: 03.03.2019)

Выяснилось, что Кокорин и Мамаев, избивая чиновника Минпромторга Дениса Пака, пели песню Gangnam Style.

И еще назвали мужчину «каким-то китайцем»

<http://news.lenta.ch/hiDV>



Psy – Gangnam Style (강남스타일) Instrumental

3:39

Рисунок 21. Пост в паблике «Лентач» во «ВКонтакте»

В качестве иллюстрации к посту использован коллаж, состоящий из кадра из клипа “Gangnam Style” и лиц футболистов, участвовавших в драке. Также к посту прикреплена песня, чтобы пользователи могли сразу прослушать её, а не искать самостоятельно после прочтения новости.

В целом мы можем сказать, что “Gangnam Style” — пример хорошо сделанного вирусного видео. Это можно доказать, воспользовавшись критериями исследователя Йоны Бергера:

7. Социальная валюта: в данном случае люди делятся своими пародиями на «лошадиный танец» в интернете, и это позволят им чувствовать принадлежность к группе, флешмобу, поскольку такие видео записали еще тысячи человек. Но, несмотря на большое число таких видео, каждый пользователь-участник флешмоба все равно чувствует себя особенным;
8. Триггер: здесь это «лошадиный танец», породивший отдельный флешмоб среди пользователей;
9. Эмоция: песня PSY вызывает позитивные эмоции: желание веселиться, танцевать и т.д.;

10. Публичность — видео PSY на песню “Gangnam Style” набрало несколько миллиардов просмотров на YouTube, так что можно говорить о том, что контент стал максимально публичным;
11. Практическая ценность: пользователь узнает новые танцевальные движения и может стать участником флешмоба, а также узнает нового исполнителя из Азии;
12. Истории — в “Gangnam Style” нет важной социальной идеи, как в “This is America” Childish Gambino, но есть другая идея — что нужно веселиться и не откладывать жизнь на потом. На наш взгляд, именно атмосфера бесконечного веселья и праздника сделала клип “Gangnam Style” важной вехой в истории как музыки, так и музыкальных мемов.

При этом интересно, что графические мемы, созданные на основе клипа “Gangnam Style” большой популярности не получили: они существуют, но сейчас они уже не пользуются популярностью.



Рисунок 22. Мем с нарисованным исполнителем PSY



Рисунок 23. Надпись: «Когда уходишь с работы в пятницу»

В качестве заключения к этому примеру мы можем сказать следующее: песня “Gangnam Style” стала очень успешным музыкальным интернет-мемом в момент своего выхода. Песня породила отдельный флешмоб, где пользователи подражали танцу исполнителя, некоторые кадры стали графическими мемами. Но шаблоны этих мемов не прижились надолго: сейчас их не используют. Тем не менее, многие пользователи, как показал наш опрос, ассоциируют эту песню с термином «музыкальный мем», что позволяет нам сказать, что эта корейская песня очень хорошо запомнилась интернет-пользователям благодаря запоминающейся строчке в припеве, простого ритма и забавного танца в клипе. Именно это позволило клипу стать одним из самых просматриваемых роликов на YouTube, а песне — запомниться слушателям.

Также в нашем опросе было еще несколько вариантов песен, которые пользователи могли выбрать в вопросе «Посмотрите на список зарубежных песен внизу и выберите ту, которую бы точно назвали мемом»:

1. Benny Benassi — Satisfaction (13% — 17 человек). Это трек итальянского диджея Бенни Бенасси, который обрел популярность в российском сегменте интернета после скандала с курсантами Ульяновского института гражданской авиации имени Б.П. Бугаева: молодые люди в нижнем белье и фуражках станцевали под эту

песню¹³⁸. Их чуть не исключили из института, но на защиту встали интернет-пользователи: они начали записывать свои версии танца и выкладывать в интернет в поддержку курсантов¹³⁹. В итоге студентам объявили выговор и не стали отчислять, хотя ранее Федеральное агентство воздушного транспорта заявляло, что ко всем участникам видео применяют «самые жесткие меры дисциплинарной ответственности, вплоть до увольнения и отчисления»¹⁴⁰;

2. Haddaway – What Is Love (11,5% — 15 человек). Эта песня стала мемом вне интернета, в 1996 году. Тогда в рамках легендарного шоу Saturday Night Live вышел скетч из серии “Roxbury Guys” о двух братьях, проводящих ночи напролет в ночных клубах. В каждом выпуске к ним приходили разные гости, один раз это был актер и комик Джим Керри. В скетче он и братья синхронно трясли головой в машине под песню “What Is Love”, как будто они в самом модном клубе города, а не старой машине. Скетч набрал популярность, а спустя 10 лет пользователи YouTube зациклили (то есть сделали видео бесконечным, с одним и тем же повторяющимся отрывком) этот момент, сделав видео длиной 10 часов, GIF-анимации и т.д.;
3. Bag Raiders – Shooting Stars (4,6% — 6 человек). Эту ненавязчивую мелодию используют в качестве фоновой музыки для различных видео. Часто ее используют в роликах, где кто-то падает или летит¹⁴¹;

¹³⁸ Ульяновские курсанты — Satisfaction // Spektr Online. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k7y2ADtBhFc> (дата обращения: 03.03.2019)

¹³⁹ В трусах и фуражках. Скандал вокруг танца курсантов-летчиков и флешмоб студентов — подборка видеоподвигов // Спектр. [Электронный ресурс]. URL: <https://spektr.press/v-trusah-i-furazhkah-skandal-vokrug-tanca-kursantov-letchikov-i-fleshmob-studentov-podborka-videopodvigov/> (дата обращения: 03.03.2019)

¹⁴⁰ Цит. по: Ульяновские курсанты получили за свой танец выговор от руководства вуза. // РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/society/02/02/2018/5a7440709a7947d75d594c81> (дата обращения: 06.05.2019)

¹⁴¹ Падающие звезды (Shooting Stars) // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/shooting-stars/> (дата обращения: 03.03.2019)

4. Netta — Toy (1,5% — 2 человека). Израильская певица Netta стала победительницей музыкального конкурса «Евровидение» в 2018 году. Из-за её своеобразных танцевальных движений, похожих на хлопки крыльев курицы, и подобные звуки в песне, песню прозвали “Chicken Song” или «песня курицы»¹⁴².

3.5. «Третье сентября» Михаила Шуфутинского: российский шансон как один из самых популярных музыкальных мемов

Во второй части главы мы рассмотрим несколько русскоязычных песен, которые стали популярными музыкальными интернет-мемами, и первый из них — песня российского эстрадного певца Михаила Шуфутинского «Третье сентября», которая вышла в 1993 году.

Сюжет у песни простой: Шуфутинский поет о расставании, которое произошло третьего сентября. В песне есть, в том числе, следующие строчки:

*Я календарь переверну,
И снова третье сентября,
На фото я твоё взгляну
И снова третье сентября.*

В какой момент песня стала мемом, сказать сложно: интернет-портал Memepedia пишет¹⁴³, что отправной точкой можно считать 2011 год, когда в сообществе MDK в социальной сети «ВКонтакте» появилась картинка с американским рэпером Риком Россом и строчками из песни Шуфутинского.

¹⁴² Netta Barzilai of Israel Wins Eurovision With a Chicken Dance // The New York Times. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2018/05/12/arts/eurovision-winner-netta-barzilai-israel.html> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁴³ Третье сентября // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/trete-sentyabrya/> (дата обращения: 09.03.2019)

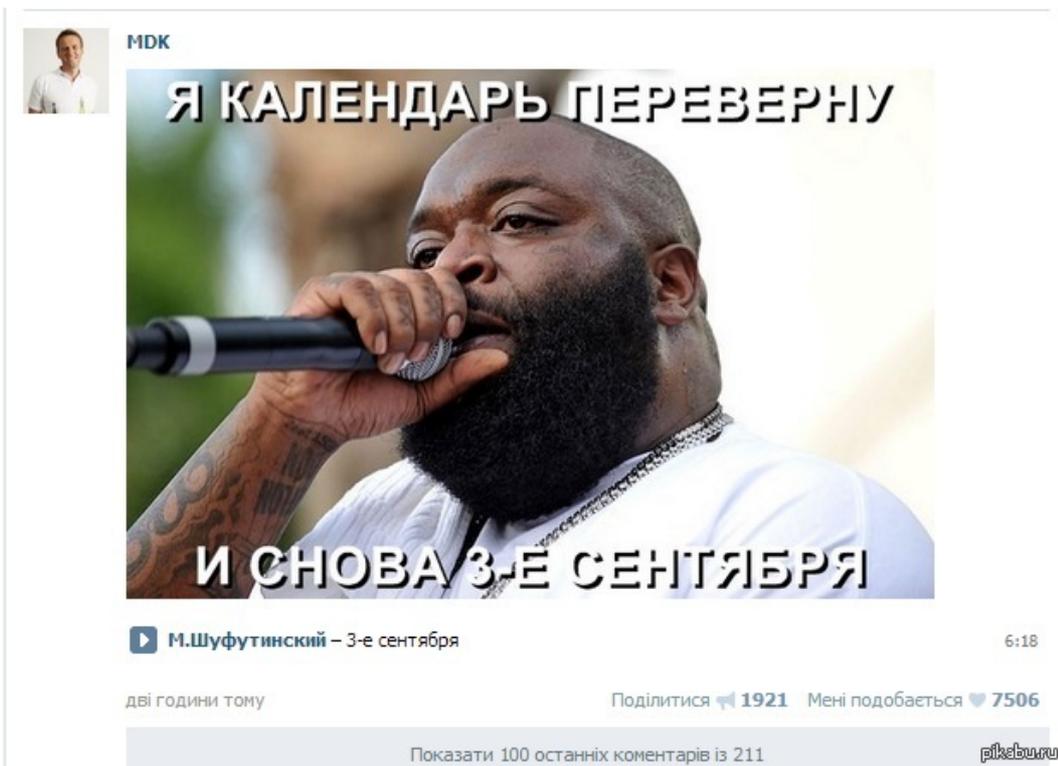


Рисунок 24. Скриншот из сообщества MDK в социальной сети «ВКонтакте»

Мемы с Шуфутинским заполняют интернет раз в год — третьего сентября: многие медиа делают подборки с лучшими мемами, например, в 2018 году такие делали интернет-портал Афиша.Daily¹⁴⁴, сайт «Российской газеты»¹⁴⁵, интернет-портал Medialeaks¹⁴⁶ и другие интернет-издания. Активно шутят про третье сентября пользователи Twitter: именно эти мемы собраны в подборке Афиши.Daily.

Почему песня стала мемом? Если вслушаться в текст, она посвящена вечным темам: расставаниям, одиночеству, смене времен года и потерям. Эти темы знакомы всем слушателям, поэтому каждый может услышать что-то близкое в этой песне. Михаил Шуфутинский в интервью сайту Life рассказывал, что песня запоминается еще и потому, что к ней есть неопределенность: в тексте не рассказано о конкретных людях, расставшихся

¹⁴⁴ «Шуфутинский кродеться»: как в соцсетях празднуют 3 сентября // Афиша.Daily. [Электронный ресурс]. URL: <https://daily.afisha.ru/infoporn/9926-shufutinskiy-krodetsya-kak-v-socsetyah-prazdnuyut-3-sentyabrya/> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁴⁵ "И снова 3 сентября". Пользователи Рунета преворачивают календари // Российская Газета. [Электронный ресурс]. URL: <https://rg.ru/2018/09/03/i-snova-3-sentiabria-polzovateli-runeta-perevorachivaiut-kalendari.html> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁴⁶ «Горят костры флешмобов». Как «3 сентября» вышло в офлайн и превратилось в новый символ российской осени // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://medialeaks.ru/0309ekt-radnelac/> (дата обращения: 09.03.2019)

3 сентября, нет указаний на какое-то место и т.д. То есть песня в целом вне времени и пространства — события, описанные в ней, могли произойти где угодно и с кем угодно, и именно это позволило ей стать такой популярной. Вот, что говорит об успехе своей песни Шуфутинский: «Это потрясающая реклама, за которую я ничего никому не должен. Мне кажется, это замечательно. Если об этом говорят, значит, для людей это значит что-то. Если говорят много, значит, для них это много значит»¹⁴⁷.

Мемы с Шуфутинским действительно популярны: их появление каждый год освещается в медиа, а несколько раз песня становилась основой для рекламных кампаний. Например, в 2018 году сервис доставки еды Delivery Club устроил розыгрыш бесплатной еды: пользователям предлагали «перевернуть календарь и выиграть бесплатную еду».

¹⁴⁷ Михаил Шуфутинский о том, как стал человеком-мемом // Life. [Электронный ресурс]. URL: https://life.ru/t/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0/898342/mikhail_shufutinskii_o_tom_kak_stal_chieloviekom-miemom (дата обращения: 09.03.2019)

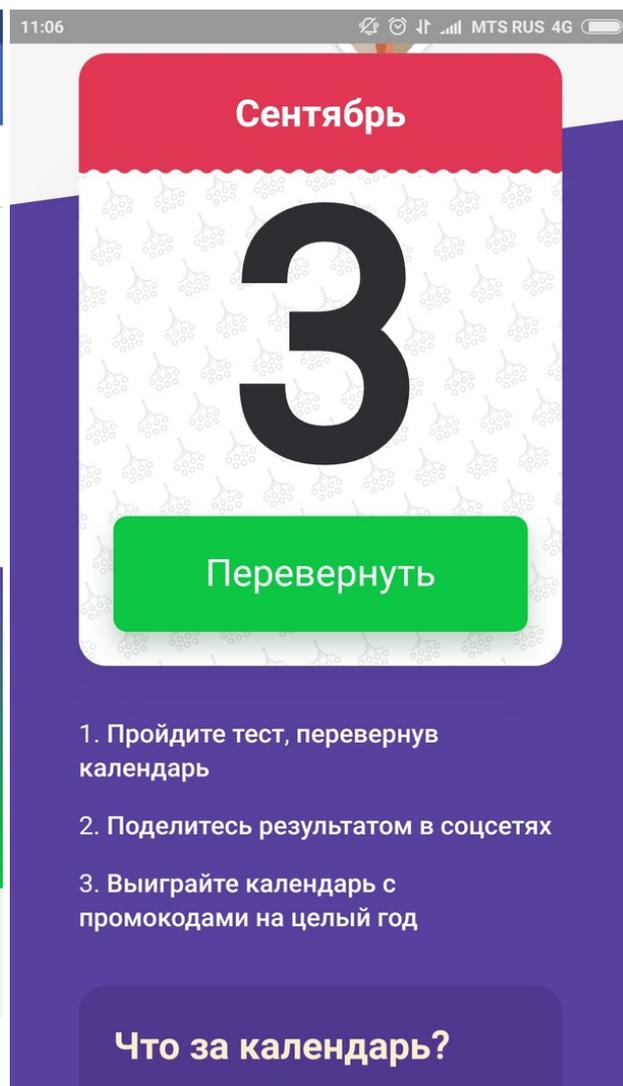
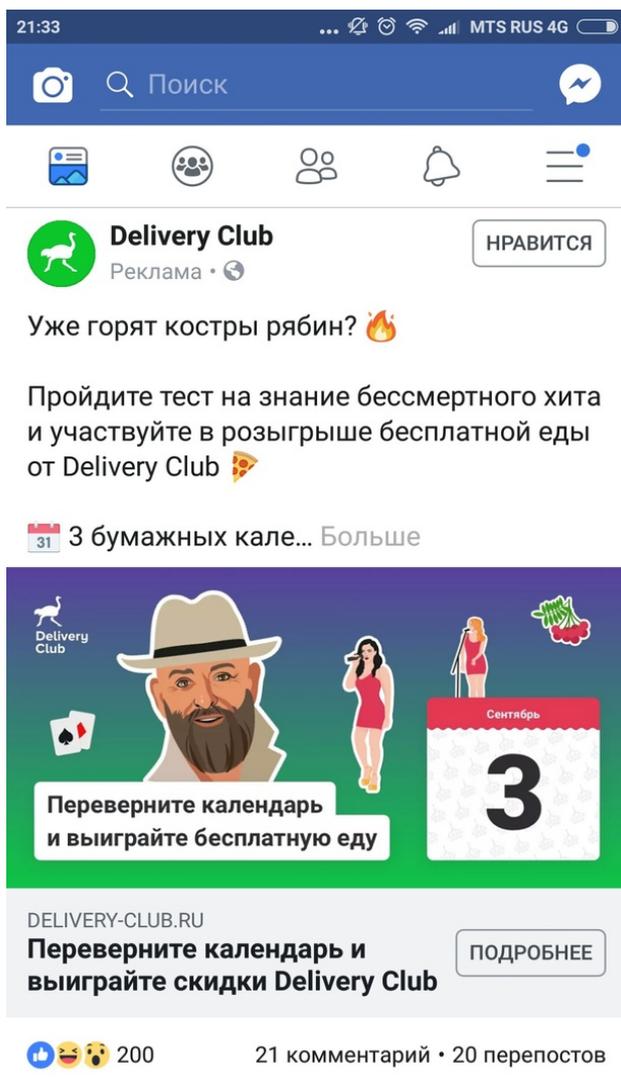


Рисунок 25 и 26. Скриншоты рекламной акции компании Delivery Club в социальной сети Facebook в сентябре 2018 года.

Сеть ресторанов быстрого питания Burger King предложила посетителям попробовать «ВОППЕР Шуфутинский» с добавлением рябины — отсылка к фразе «Третье сентября, день прощанья, / День, когда горят костры рябин» из песни.



BURGER KING® Russia

3 сен 2018

ВОППЕР ШУФУТИНСКИЙ! 🍔

Бургер Кинг объявляет о выходе нового бургера «ВОППЕР Шуфутинский», приготовленного на костре с добавлением рябины и рябинового соуса

Переворачиваем твои представления о вкусе!



Рисунок 27. Скриншот из сообщества «BURGER KING Russia» в социальной сети «ВКонтакте», 3 сентября 2018 года.

Также в интернете есть сайт 3september.ru, где бесконечно играет песня Шуфутинского и можно нажимать на календарь и «переворачивать» его¹⁴⁸. По данным на 6 мая 2019 года, календарь перевернули 13 151 496 раз.

Вот какие еще интересные форматы использовали медиа и пользователи, чтобы привлечь внимание к мемам про третье сентября, в 2018 году:

1. Тест «Я календарь переверну — и что? Тест на знание главной песни 3 сентября»¹⁴⁹ — интернет-издание Meduza;

¹⁴⁸ 3 сентября — день, когда горят костры рябин // [Электронный ресурс]. URL: <https://3september.ru/> (дата обращения: 09.03.2019)

2. Видео «А вы уже перевернули календарь?» для развлекательного шоу «Вечерний Ургант»¹⁵⁰. В видео ведущий Иван Ургант сидит вместе с Михаилом Шуфутинским и слушает песню «Третье сентября»;
3. Шуточный краудфандинг (сбор денежных средств) на выпуск календаря, в котором есть только 3 сентября — на сайте Planeta.ru¹⁵¹;
4. Важные события в урбанистике, которые произошли 3 сентября — подборка от сайта РБК¹⁵²;
5. Жители Воронежа выстроили портрет Михаила Шуфутинского. Для этого понадобилось 80 автомобилей¹⁵³;
6. Стикеры (небольшие изображения, которыми можно заменять эмоджи) с Михаилом Шуфутинским для мессенджера Telegram¹⁵⁴.

Мемы про третье сентября часто используются в связке с еще двумя музыкальными мемами: песнями «Сентябрь» группы Stigmata, где есть строчка «Сентябрь горит, убийца плачет», и «Что такое осень?» рок-группы ДДТ. Они все затрагивают тему осени, перемен, поэтому часто комбинируются, порождая целый мемокомплекс — комплекс, объединение нескольких мемов одной тематики.

¹⁴⁹ Я календарь переверну — и что? Тест на знание главной песни 3 сентября // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/quiz/ya-kalendar-perevernu-i-chto-test-na-znanie-glavnoy-pesni-3-sentyabrya> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵⁰ Вечерний Ургант в Твиттере // [Электронный ресурс]. URL: https://twitter.com/Urgant_Show/status/1036496512002355200?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1036496512002355200&ref_url=https%3A%2F%2Fmeduza.io%2Fslides%2Fvokrug-shum-tretie-sentyabrya (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵¹ Календарь "3 сентября на каждый день" // Planeta.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://planeta.ru/campaigns/again_3_september (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵² «3-е сентября» в урбанистике, архитектуре и недвижимости // РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://realty.rbc.ru/news/5b8670299a79478450d86b12> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵³ Воронежцы выстроили из автомобилей портрет шансонье Михаила Шуфутинского // Вести Воронеж. [Электронный ресурс]. URL: https://vestivrn.ru/news/voronezhstyi-vyistroili-iz-avtomobiley-portret-shansone-mihaila-shufutinskogo_2018-9-3_10-5/ (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵⁴ Стикеры для Телеграм 3 Сентября от Шуфутинского // tlgm.su. [Электронный ресурс]. URL: https://tgram.su/stickers/kalendar_perevernyl (дата обращения: 09.03.2019)



Рисунок 28. Справа: Юрий Шевчук, исполнитель песни «Что такое осень?». Посередине: Михаил Шуфутинский, исполнитель песни «Третье сентября». Слева: Артем Лоцких, вокалист группы Stigmata и исполнитель песни «Сентябрь».

Возможно объединение с другими музыкальными мемами: например, мемом «Избирательный Дрейк», где лицо Михаила Шуфутинского вставлено вместо лица рэпера Дрейка.



Рисунок 29. Мем с Михаилом Шуфутинским, шаблон — мем «Избирательный Дрейк»
Вот еще несколько примеров мемов про третье сентября.



Рисунок 30.



Рисунок 31.



Рисунок 32.

Таким образом, мы можем сказать, что «Третье сентября» — это долгоживущий, появляющийся стабильно раз в год музыкальный мем. Возможно, именно благодаря тому, что он активно используется раз в году, он все еще популярен: фактически он не успевает надоесть пользователю, а даже если надоедает, то пользователь забывает об этом вплоть до следующего года. Залог успеха этого музыкального мема — отсутствие конкретики в тексте песни, что позволяет отнести ее к любому человеку и его переживаниям. Мем активно используется в новых медиа, а также в рекламе: в разделе мы рассмотрели несколько рекламных акций, которые проводили компании, занимающиеся питанием. Также этот мем может взаимодействовать с другими мемами («Что такое осень?» и «Сентябрь горит»), становясь частью музыкального мемокомплекса. Что еще важно: это спонтанно появившийся мем, т.е. авторы песни не ставили перед собой задачу создать мем и сделать его популярным. Это показывает, что мем действительно близок интернет-пользователям — в нашем опросе песню «Третье сентября» назвали мемом 29% опрошенных (38 человек из 131 участника опроса).

3.6. Little Big и #SkibidiChallenge: еще один танцевальный челлендж, который захватил интернет

5 октября 2018 года российская группа Little Big выпустила клип на песню “Skibidi”¹⁵⁵. Смысла нет ни в названии песни, ни в её тексте — но клип набрал больше 181 миллиона просмотров (по данным на 9 марта 2019 года). После его выхода в интернете начался #SkibidiChallenge — интернет-пользователи начали повторять абсурдный танец из клипа и выкладывать видео с танцем в интернет. Выкладывать видео призвали сами музыканты: в подписи к клипу они разместили просьбу к поклонникам делать свои версии видео и выкладывать под хештегом #SkibidiChallenge. Элементами мема

¹⁵⁵ LITTLE BIG – SKIBIDI (official music video) // Little Big YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mDFBTdToRmw> (дата обращения: 09.03.2019)

стали танец и фраза из припева “Skibidi war-ра-ра”. Можно было бы назвать этот мем искусственно созданным, но режиссер клипа Алина Пязок рассказывала в интервью, что идея появилась случайно: «Я знаю, что идея пришла к Ильичу просто вот так, в секунду. Он кинул мне видео: «Зацени, мы с Любимом песню написали, я танец придумал»¹⁵⁶.

Видео быстро стало вирусным благодаря танцевальным движениям, которые, по словам Алины Пязок, довольно сложно повторить, так что многие делают их неправильно — но, по её словам, это не так важно вне клипа.

Вот некоторые медиа и компании, которые участвовали в #SkibidiChallenge и размещали эти ролики в своих социальных сетях:

1. Шоу «Вечерний Ургант» сделало два видео: одно через неделю после выхода клипа¹⁵⁷, другое — в феврале 2019 года¹⁵⁸, в ретро-стиле;
2. Сервис доставки пиццы «Додо Пицца»¹⁵⁹;
3. Радиостанция «Страна FM»¹⁶⁰;
4. ЦИК Луганской народной республики — видео-инструкция, как участвовать в выборах¹⁶¹;
5. Китайская лапшичная I WOK YOU¹⁶².

¹⁵⁶ Алина Пязок — девушка из Челябинска, под клипы которой сегодня танцует весь мир // Афиша.Daily. [Электронный ресурс]. URL: <https://daily.afisha.ru/music/10532-alina-pyazok-devushka-iz-chelyabinska-pod-klipy-kotoroy-segodnya-tancuet-ves-mir/> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵⁷ Вечерний Ургант. SKIBIDI CHALLENGE // Вечерний Ургант YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2zaz5B8_vYU (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵⁸ Вечерний Ургант. Скибиди 1919. 01.02.2019 // Вечерний Ургант YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iqqLqLUo47s> (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁵⁹ Додо Пицца в Instagram // [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/p/Bo3ZqqShPoH/?utm_source=ig_embed (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁶⁰ Маша Новая в Instagram // [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/p/Bo2V7w0F_RG/?utm_source=ig_embed (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁶¹ В ЛНР представили Skibidi-инструкцию по голосованию // Lenta.ru. [Электронный ресурс]. URL: https://lenta.ru/news/2018/11/06/skibidi_lnr/ (дата обращения: 09.03.2019)

Это только некоторые ролики, которые использовали в том числе для рекламы — поскольку вирусная песня, клип на которую набрал больше 180 миллионов просмотров, точно будет знакома пользователю и вызовет у него позитивный отклик. Таким образом, компании налаживают общение с аудиторией: участвуя в том же челлендже, что и клиенты, они подчеркивают, что знают тренды и грамотно следуют им.

Важно отметить, что на волне популярности “Skibidi” группа выпустила¹⁶³ альтернативную, романтическую версию песни под названием “Skibidi (Romantic Edition)”. Клип на песню вышел 18 марта 2019 года и за первую неделю, по данным на 24 марта 2019 года, набрал более 11 миллионов просмотров на YouTube. Клип выполнен в стилистике 1980-х годов и содержит много отсылок к популярной культуре: например, в видео можно заметить отсылку к одной из сцен фильма «Привидение», британскому комедийному шоу «Майти Буш», рекламе грузовиков Volvo с актером Жаном-Клодом Ван Даммом¹⁶⁴, мемам “Big Enough”¹⁶⁵ и “Welcome to the Internet”¹⁶⁶ и так далее.

3.7. «Цвет настроения синий» Филиппа Киркорова и причины его популярности

Один из главных музыкальных мемов 2018 года в России — это «Цвет настроения синий» певца Филиппа Киркорова. Название песни быстро стало мемом среди интернет-пользователей, которые совершенно по-разному переделывали эту фразу, и стало основой для рекламы — примеры с ней мы

¹⁶² Китайская лапшичная I WOK YOU в Instagram // [Электронный ресурс]. URL: https://www.instagram.com/p/Bo31JojAvdJ/?utm_source=ig_embed (дата обращения: 09.03.2019)

¹⁶³ Little Big выпустили клип на "романтическую" версию "Skibidi" // The Flow. [Электронный ресурс]. URL: <https://the-flow.ru/videos/little-big-skibidi-romantic> (дата обращения: 24.03.2019)

¹⁶⁴ Как делался ролик Volvo про Ван Дамма и грузовики // Advertology. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article118971.htm> (дата обращения: 24.03.2019)

¹⁶⁵ Big Enough // Know Your Meme. [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/big-enough> (дата обращения: 24.04.2018)

¹⁶⁶ Welcome to the Internet // Know Your Meme. [Электронный ресурс]. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/welcome-to-the-internet> (дата обращения: 24.04.2019)

рассмотрим далее. Сначала мы проанализируем, почему этот клип стал таким популярным.

«Цвет настроения синий» можно с уверенностью назвать искусственным мемом: он был создан целой командой продюсеров и креативщиков, чтобы произвести сильный эффект на молодежь, которая не является целевой аудиторией Филиппа Киркорова. Идея видео принадлежит команде шоу «Вечерний Ургант»: продюсер клипа — ведущий шоу Иван Ургант, один из авторов идеи и сценария — бывший участник команды КВН «Федор Двинятин» Александр Гудков, который в том числе придумывает пародии для «Вечернего Урганта». Именно команда «Вечернего Урганта» предложила Киркорову, который больше интересен взрослым слушателям, использовать в клипе образ подростка, чтобы завоевать соответствующую аудиторию.

Также важно, что в клипе появилось много знаменитостей, которые интересны людям разного возраста и пола: более молодежные рэперы Тимати и Слава КПСС, певица Ольга Бузова и блогер Амиран Сардаров, а также знаменитости, известные более взрослым зрителям: певцы Николай Басков и Григорий Лепс, продюсер Яна Рудковская и другие. Все они примеряют совершенно абсурдные роли: Ольга Бузова, на данный момент одна из самых популярных российских певиц, играет кассиршу в продуктовом магазине, известный блогер Амиран Сардаров доставляет еду, Григорий Лепс играет бомжа, а юный сын Яны Рудковской отпивает из бутылки «шампанского», сидя в тележке в магазине. Сам Филипп Киркоров в клипе предстает с прической как у популярного среди молодежи российского рэпера Face, что тоже попытка обратиться к молодой аудитории через знакомый ей образ.

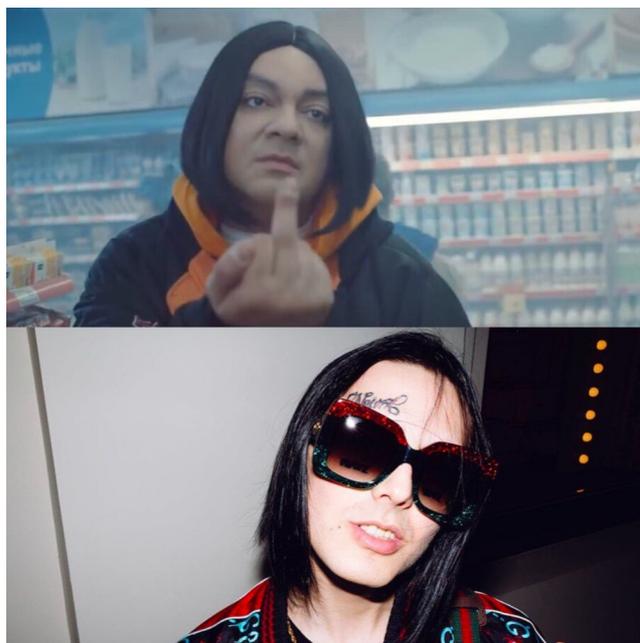


Рисунок 33. Сравнение образа Филиппа Киркорова в клипе «Цвет настроения синий» и образа рэпера Face

В целом клип «Цвет настроения синий» — это абсурд, в котором находятся все герои клипа, но абсурд очень успешный. Клип, по данным на 10 марта 2019 года, имеет больше 55 миллионов просмотров. Также после выхода песня занимала первые места в чартах iTunes, Apple Music и музыкального сервиса Boom¹⁶⁷. Мемами стали несколько вещей: название песни и сам клип. Кадры из него стали шаблонами для графических мемов.

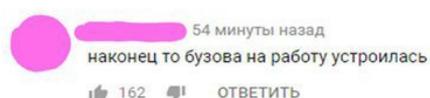
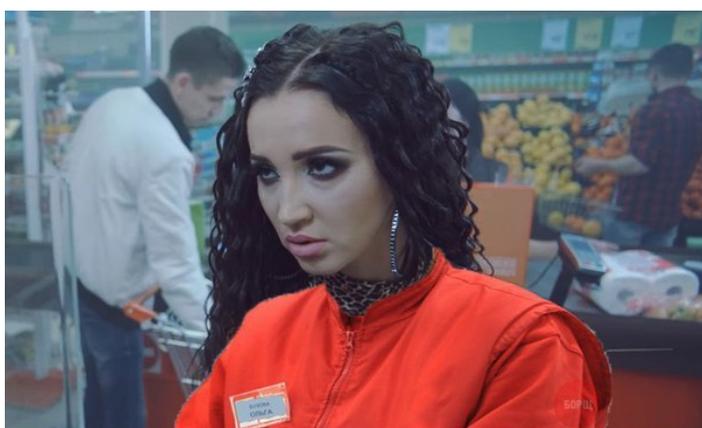


Рисунок 34. Кадр с Ольгой Бузовой из клипа «Цвет настроения синий»

¹⁶⁷ «Цвет настроения синий»: за майские праздники соцсети превратились в один большой фан-клуб Киркоров // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/memes/70202-cvet-nastroeniya-siniy-za-mayskie-prazdniki-socseti-prevratilis-v-odin-bolshoy-fan-klub-kirkorova> (дата обращения: 10.03.2019)

Название песни часто использовали в качестве подписи к фотографиям, где есть что-то синее (например, одежда человека на снимке), а также меняли, чтобы описывать какую-либо жизненную ситуацию (например, «Цвет настроения — сидеть дома и ничего не делать»). Именно название песни стало активно использоваться в рекламе:

- Реклама сети магазинов ювелирных украшений Pandora — «Цвет настроения разный», название акции со скидками на украшения;

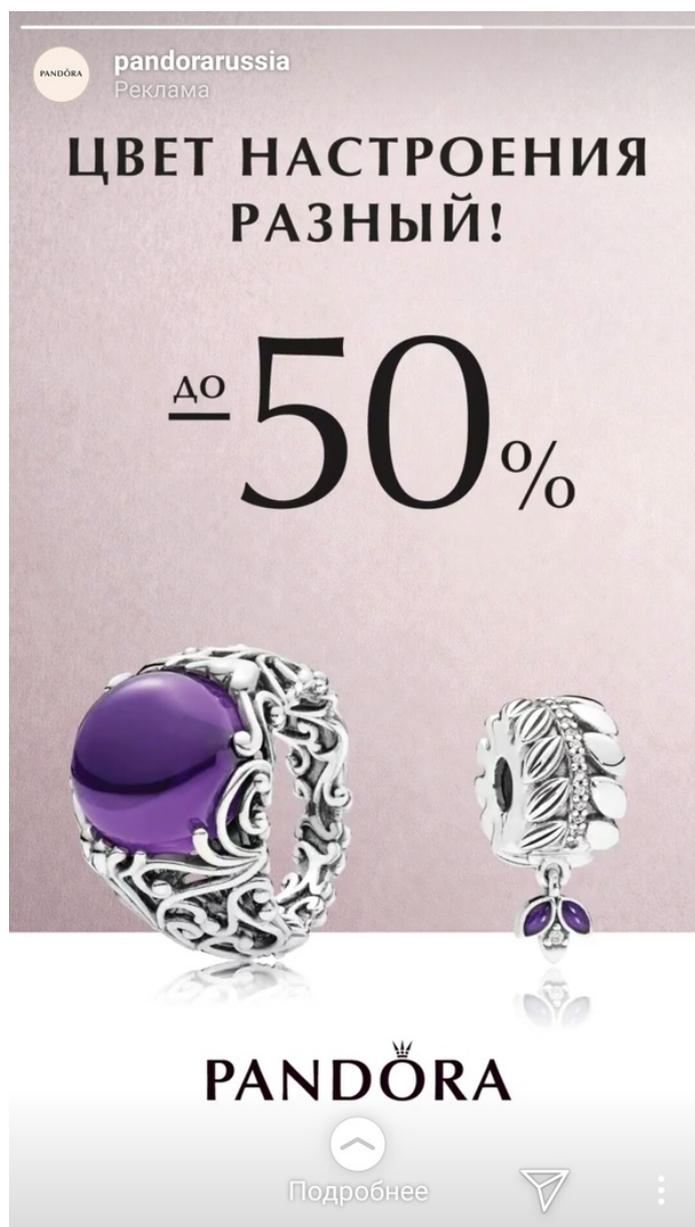


Рисунок 35. Реклама магазина Pandora в Instagram Stories

- Салон связи «Связной» — «Цвет настроения четкий!», реклама смартфона Samsung Galaxy A7¹⁶⁸;
- Клип-реклама лейбла Black Star — «Цвет настроения черный»,¹⁶⁹ в клипе фигурируют фирменный барбершоп и тату-салон Black Star, одежда бренда и т.д. Также в клипе есть много скрытой рекламы: смартфона Oppo, зубной пасты и щеток R.O.C.S.,пельменей «Сибирская коллекция», презервативов in Time и т.д.

Наиболее активно песня использовалась для рекламы лекарственного средства для горла «Гексорал»: вышло несколько рекламных роликов для телевидения, где Киркоров исполняет измененную версию своей песни «Цвет настроения синий» — в рекламе ее назвали «Цвет заражения синий». Строки «Цвет настроения синий, / Внутри Мартини, а в руках бикини» заменили на «Цвет заражения синий, / Болеть тебе и всей семье отныне»¹⁷⁰. Также вышла новогодняя версия ролика¹⁷¹ и версия с караоке¹⁷².

Также название песни часто обыгрывалось в заголовках различных изданий:

- «Цвет настроения — Киркоров» — сайт газеты «Комсомольская правда»¹⁷³;
- «Цвет настроения блеклый: Киркоров выжимает все соки из надоевшего хита» — интернет-издание Vladtime.ru¹⁷⁴;

¹⁶⁸ Музыка из рекламы Связной - Цвет настроения четкий! (Филипп Киркоров) (Россия) (2018) // advertunes YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=7vNNNXoKjQs> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁶⁹ Егор Крид feat. Филипп Киркоров - Цвет настроения черный (премьера клипа, 2018) // BlackStarTV YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=NcXNXnUr16Q> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁰ Реклама Гексорал - Филипп Киркоров "Цвет заражения синий" // rusreklama YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7t8Usqy3nO4> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷¹ НОВАЯ РЕКЛАМА ГЕКСОРАЛ ЦВЕТ ЗАРАЖЕНИЯ СИНИЙ #2 // Кока Коля YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6p2SB9QHICc> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷² Караоке - Поём во всё горло с Гексорал! // ГЕКСОРАЛ Россия YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DXwpmB3FwNY> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷³ Цвет настроения — Киркоров // Комсомольская правда. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/daily/26882.5/3926475/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁴ Цвет настроения блеклый: Киркоров выжимает все соки из надоевшего хита // VladTime. [Электронный ресурс]. URL: https://www.vladtime.ru/shou_biznes/702271 (дата обращения: 10.03.2019)

- «Цвет настроения: синий. Что такое голубая матча?» — сайт телеканала «Москва 24»¹⁷⁵;
- «Цвет настроения — классный»: Литвинова, Канделаки, Навка и Собчак на 20-летию Vogue Russia — телеканал «Дождь»¹⁷⁶;
- Цвет настроения — красный. Игра «Медузы» — интернет-издание Meduza¹⁷⁷.

Таким образом, мы видим, что ролик стал коммерчески успешным и активно использовался не только интернет-пользователями для мемов, но и для создания рекламных роликов различных брендов. Также музыканту удалось привлечь к обсуждению своего творчества молодежную аудиторию, которая и стала создавать мемы с песней «Цвет настроения синий». Их примеры, а также объяснения смысла клипа активно собирали медиа: портал Memepedia¹⁷⁸, интернет-издание TJournal¹⁷⁹, журнал Elle Girl¹⁸⁰, интернет-издание Medialeaks¹⁸¹, газета «Коммерсантъ»¹⁸², интернет-издание Meduza¹⁸³ и другие. Этот пример показывает, что искусственно созданный мем может действительно понравиться аудитории и обрести популярность наравне со

¹⁷⁵ Цвет настроения: синий. Что такое голубая матча? // Москва 24. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.m24.ru/articles/kultura/03022019/154603> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁶ «Цвет настроения — классный»: Литвинова, Канделаки, Навка и Собчак на 20-летию Vogue Russia // Дождь. [Электронный ресурс]. URL: https://tvrain.ru/lite/teleshov/vygod_v_ljudi/20_let_rossijskomu_vogue-476977/ (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁷ Цвет настроения — красный. Игра «Медузы» // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/games/tsvet-nastroeniya-krasnyu-igra-meduzu> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁸ Цвет настроения синий // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/cvet-nastroeniya-sinij/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁷⁹ «Цвет настроения синий»: за майские праздники соцсети превратились в один большой фан-клуб Киркорова // TJournal. [Электронный ресурс]. URL: <https://tjournal.ru/memes/70202-cvet-nastroeniya-siniy-za-mayskie-prazdniki-socseti-prevratilis-v-odin-bolshoy-fan-klub-kirkorova> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸⁰ «Цвет настроения синий»: почему о нем говорят абсолютно все? // Elle Girl. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ellegirl.ru/articles/tsvet-nastroeniya-siniy-pochemu-o-nem-govoryat-absolyutno-vse/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸¹ Киркоров — бро? Как ветеран эстрады подружился с молодёжью и стал мемом после клипа «Цвет настроения синий» // Medialeaks. [Электронный ресурс]. URL: <https://medialeaks.ru/0305dalex-yut-kirkorov-bro/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸² Филипп Киркоров подпал под «синий цвет настроения» // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3618697> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸³ «Вечерний Ургант» снял клип Филиппу Киркорову. В нем певец в образе Фейса (а еще Бузова, Лепс и Гнойный) // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/shapito/2018/04/28/vecherniy-urgant-snyal-klip-filippu-kirkorovu-v-nem-revets-v-obraze-feysa-a-esche-buzova-leps-i-gnoynyy> (дата обращения: 10.03.2019)

спонтанно появившимися мемами. Неизвестно, сколько еще продлится популярность мема «Цвет настроения синий», но нужную долю популярности благодаря ему Филипп Киркоров уже обрел. Музыкальным мемом эту песню в нашем опросе назвали 32,8% опрошенных 43 человека из 131). Это самый высокий результат в вопросе, где пользователям предлагалось выбрать, какую песню на русском или русскоязычного исполнителя они назвали музыкальным мемом.

Кроме примеров, рассмотренных в данной главе, в опросе фигурировали следующие песни:

1. Ленинград — «Экспонат» (9,2% — 12 человек). Песня стала мемом благодаря фразе в припеве: «На лабутенах нах / И в охуительных штанах», а также клипу, героиня которого во время сборов на свидание попадает во множество нелепых ситуаций¹⁸⁴;
2. Грибы — «Тает лед» (6,9% — 9 человек). Песня украинской группы «Грибы» стала популярной благодаря навязчивому припеву («Между нами тает лед, / Пусть теперь нас никто не найдет. / Мы промокнем под дождем, / И сегодня мы только вдвоем») и ритмичным движениям, которые исполняют участники группы в клипе. На 10 марта 2019 года у клипа больше 201 миллиона просмотров¹⁸⁵. На него были выпущены многочисленные пародии, в том числе участницами движения «Отряды Путина»¹⁸⁶.
3. Тимати — «Тангум Верде Форте». Это песня рэпера Тимати, записанная специально для рекламы средства для лечения горла

¹⁸⁴ На лабутенах // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/na-labutenax/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸⁵ Грибы - Тает Лёд // KinoMost YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=i9АНJkHqkpw> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸⁶ Грибы- Тает Лёд (Навальный) // Отряды Путина Soc Sprav YouTube Channel. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRq81Vzj3Kg> (дата обращения: 10.03.2019)

«Тантум Верде». Рекламный ролик стал популярным, и артист даже выложил полную версию песни в интернет¹⁸⁷.

4. Монеточка — «Каждый раз» (1,5% — 2 человека). Песня певицы Монеточки понравилась пользователям из-за следующего текста: «Если б мне платили каждый раз, / Каждый раз, когда я думаю о тебе, / Я бы бомжевала возле трасс, / Я бы стала самой бедной из людей»¹⁸⁸. В этом тексте заменяли словосочетание «думаю о тебе» на другие любые действия. Сама певица также является довольно мемным персонажем благодаря своему высокому голосу и визиту на шоу «Поле Чудес»¹⁸⁹.

3.8. Заключение

В данной главе мы смогли на конкретных примерах разобрать, как популярные песни трансформируются в мемы, почему это происходит и как полученные мемы используются в новых медиа. Мы рассмотрели те примеры, которые активно освещались и использовались в медиа в течение последних 4-5 лет — это позволяет нам сформировать достаточно четкую картину того, как меняется восприятие музыки и мемов. Анализируя клипы и песни, мы выделили структурные элементы, которые послужили основой для мемов и позволили вывести музыкальное произведение на уровень действительно массовой популярности.

Также мы отметили важный момент: популярность мема может быть обусловлена культурным контекстом и регионом, как это было с песней

¹⁸⁷ Тантум Верде Форте (лучшая песня Тимати) // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/tantum-verde-forte-luchshaya-pesnya-timati/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸⁸ «Если б мне платили каждый раз». Песня Монеточки стала рецептом для шуток // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/esli-b-mne-platili-kazhdyj-raz-xit-monetochki-stal-receptom-dlya-shutok/> (дата обращения: 10.03.2019)

¹⁸⁹ Монеточка спела «Нет монет» с народным ансамблем на «Поле чудес». А также угадала слово и выиграла мультиварку! // Meduza. [Электронный ресурс]. URL: <https://meduza.io/shapito/2018/09/15/monetochka-spela-net-monet-na-pole-chudes-a-takzhe-ugadala-slovo-i-vyigrala-multivarku> (дата обращения: 10.03.2019)

Childish Gambino “This is America”. Она стала популярной именно в США, поскольку в тексте музыкант обращался к типичным проблемам американского общества. В других странах песню и мемы на её основе не поняли — и это не значит, что мем и песня были неуспешными. Просто их успех сложился только в одном определенном регионе. Кроме этого, музыкальные мемы обладают разной длительностью жизни. Наиболее успешные и популярные используются в медиа и рекламе, а вирусные легко запоминающиеся строчки пользователи не забывают годами — как это произошло с текстом песни Михаила Шуфутинского «Третье сентября».

В целом проанализированные примеры позволяют нам сказать, что музыкальные мемы — это динамично развивающийся вид мемов. Процесс трансформации популярной музыки в мемы в условиях существования новых медиа происходит достаточно часто и активно, а мемы, созданные на основе песен, обретают успех как у обычных пользователей, так и у медиа и крупных компаний. Это позволяет нам назвать мемы новым полноценным способом коммуникации: как пользователей друг с другом, так и медиа, и крупных компаний со своей аудиторией.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Мемы — одно из явлений в интернете, которое мы наблюдаем каждый день. Мы видим их в ленте новостей в социальных сетях, в рекламе, иллюстрациях к новостям и получаем их в сообщениях от друзей. Для нас смешные картинки давно стали неотъемлемой и достаточно обыденной составляющей интернет-пространства — но все ли так просто?

Мы не замечаем, что мемы стали новым успешным средством коммуникации: их активно используют паблики и сообщества популярных СМИ для иллюстрации новостей, их освещают и разбирают тематические и нетематические порталы, используют в рекламе те или иные популярные бренды. Для нас это привычно, и порой мы даже не замечаем, как в рекламе используется новый мем, хотя на самом деле это важный процесс, который показывает, как меняется общение пользователей друг с другом и как теперь выглядит коммуникация брендов и СМИ со своей аудиторией.

Для начала мы обратились к истории понятия мем и проследили его эволюцию: от сравнения с генами у Ричарда Докинза и «копируемой от человека к человеку информации» у Сюзан Блэкмор в XX веке до понятий, связанных с коммуникацией и новыми медиа у исследователей XXI века. Этот термин прошел длинный путь, и только сейчас, спустя несколько десятилетий после своего появления, ему перестали отказывать в символическом смысле. Мем сегодня — это не просто модные словечки или фразы, захватившие сознание людей; это определенная идея, имеющая свою историю, бэкграунд и смысл, который в определенных случаях бывает понятен ограниченной группе интернет-пользователей. С появлением новых медиа мем обрел ту целостность и многогранность, которой у него не было в 1970-х годах.

Затем, чтобы в третьей главе работы проанализировать конкретные примеры, мы коротко рассмотрели понятие «новые медиа», выделили главные отличия новых медиа от медиа традиционных и проанализировали результаты онлайн-опроса, проведенного нами при подготовке работы. Стоит отметить важность этого опроса: он показал, что большинство пользователей

действительно не ассоциируют песню с понятием «мем». В основном для человека мем — это картинка, иногда просто что-то смешное. На «меметичность» песен и то, как они становятся полноценными мемами, пользователи обращают мало внимания: поток получаемой каждый день информации слишком большой, чтобы выделить в нем такие, на первый взгляд, мелочи. На самом деле, трансформация популярной российской и зарубежной музыки в мемы — это интересный и важный процесс, происходящий здесь и сейчас.

Показать это — наша задача в третьей главе работы. Для этого мы собрали наиболее актуальные и яркие примеры музыкальных мемов за последние несколько лет и проследили их жизненный цикл: как песня стала мемом, почему это произошло, как долго мем был популярен у пользователей и используется ли сейчас. Также мы рассмотрели, в каких сферах новых медиа наиболее активно и часто используются музыкальные мемы — и в какой форме. В большинстве случаев мемом становится либо графический элемент (например, кадр из клипа), либо фраза — название песни, строчка из неё и т.д. Опираясь на рассмотренные в первой главе классификации мемов, мы можем сказать, что музыкальный мем — это мем смешанный, который включает в себя не только музыкальную составляющую, но и видео, изображения и текст. Существуют и более «традиционные» музыкальные мемы, где мемом стала именно мелодия, но наша задача в этой работе — рассмотреть более сложные и комплексные примеры музыкальных мемов, что стало возможным благодаря триггерам в популярных песнях, которые цепляют пользователей и превращают песню в мем.

На наш взгляд, не стоит недооценивать мемы и считать их чем-то несерьезным. Мемы, в том числе музыкальные, это новый и еще мало опробованный инструмент для создания качественного и привлекающего внимание поста в социальной сети или запоминающегося рекламного плаката или ролика. Не все медиа рискуют этот инструмент опробовать, поскольку не имеют абсолютной уверенности в том, что используют его

правильно. Тем не менее, методом проб и ошибок, удачных и неудачных использований мемов, новые медиа выстраивают новый способ общения с аудиторией — они начинают говорить с ней на её языке. Это то, о чем мы говорили в первой главе, когда выделяли основные функции мемов: они в том числе помогают отличить «своих» (тех, кто в теме) от «чужих» (тех, кто не в теме). Когда мы используем мемы, мы переводим диалог на новый уровень, где важно понимать смысл мема и его контекст. Это непростой путь, но, когда обе стороны диалога приходят к взаимопониманию в этом вопросе, коммуникация выходит на более качественный уровень. Не зря преподаватель Еврейского университета в Иерусалиме Лимор Шифман подчеркивает в своей работе то, что её задача изучать мемы с точки зрения коммуникации, поскольку с точки зрения таких наук, как лингвистика, психология и т.д., они уже были рассмотрены. В данной работе мы также связываем мемы с коммуникацией, функционированием современных медиа.

В качестве вывода хотелось бы отметить, что музыкальные мемы — это действительно интересный для изучения и динамично развивающийся вид мемов, который новые медиа в течение последних нескольких лет начинают более активно использовать в разных ситуациях: для иллюстрации новостей, создания рекламы и т.д. Почему именно музыкальные мемы? Потому что музыка, как и мемы, это универсальный язык, связывающий людей разных возрастов, поколений, национальностей и с разным уровнем образования. Они позволяют выстроить грамотную и, что важно, свободную и непринужденную коммуникацию — не только интернет-пользователей друг с другом, но и брендов и СМИ со своей аудиторией. Именно эта тенденция важна и интересна, когда мы рассматриваем процесс трансформации популярной музыки в мемы и то, как эти мемы в дальнейшем используются в медиа.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

I. Научная литература на русском языке

- 1) *Докинз Ричард* Эгоистичный ген. // [Электронный ресурс]. URL: http://transyoga.ru/assets/files/books/okolo_psihologia/dokinz_egoGen.pdf/
- 2) *Епишкин Н. И.* Исторический словарь галлицизмов русского языка. — М.: Словарное издательство ЭТС, 2010.
- 3) *Кронгауз М., Литвин Е.А., Мерзлякова В.Н.* Словарь языка интернета.ru. — Москва: АСТ-Пресс, 2016.
- 4) *Кронгауз М.* Мемы в Интернете: опыт деконструкции // Наука и жизнь. URL: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>
- 5) *О. Стинс, Д. Ван Бухт* Новые медиа. — Вестник ВолГУ. Серия 8. Вып. 7. 2008
- 6) *Савицкая Т.Е.* Интернет-мемы как феномен массовой культуры // [Электронный ресурс]. URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvм-s3.pdf
- 7) *Столетов А.* Мемы: мифы и реальность // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article74564.htm>
- 8) *Шомова С.А.* Мемы как они есть — М.: Издательство «Аспект Пресс», 2018.

II. Интернет-источники на русском языке

- 1) *Алина Пязок* — девушка из Челябинска, под клипы которой сегодня танцует весь мир // Афиша.Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/music/10532-alina-pyazok-devushka-iz-chelyabinska-pod-klipy-kotoroy-segodnya-tancuet-ves-mir/>
- 2) *Блэкмор С.* О мемах и Т-мем на TED // URL: <http://www.kinsmark.com/index.php/ru/tedx/472-memolution>

- 3) Большой раком попросил высмеять себя на Reddit. Кажется, чёрный юмор никогда ещё не был таким вдохновляющим // Medialeaks. URL: https://medialeaks.ru/0611http-poshuti-orake/?utm_source=vk&utm_medium=smm&utm_campaign=true_lentach
- 4) «Вечерний Ургант» снял клип Филиппу Киркорову. В нем певец в образе Фейса (а еще Бузова, Лепс и Гнойный) // Meduza. URL: <https://meduza.io/shapito/2018/04/28/vecherniy-urgant-snyal-klip-filippu-kirkorovu-v-nem-pevets-v-obraze-feysa-a-esche-buzova-leps-i-gnoynyy>
- 5) Вся Америка обсуждает новый клип Чайлдиша Гамбино. Почему? // Meduza. URL: <https://meduza.io/slides/vsya-amerika-obsuzhdaet-novyy-klip-chayldisha-gambino-pochemu>
- 6) В трусах и фуражках. Скандал вокруг танца курсантов-летчиков и флешмоб студентов — подборка видеоподвигов // Спектр. URL: <https://spektr.press/v-trusah-i-furazhkah-skandal-vokrug-tanca-kursantov-letchikov-i-fleshmob-studentov-podborka-videopodvigov/>
- 7) Воронежцы выстроили из автомобилей портрет шансонье Михаила Шуфутинского // Вести Воронеж. URL: https://vestivrn.ru/news/voronezhtsy-vyistroili-iz-avtomobiley-portret-shansone-mihaila-shufutinskogo_2018-9-3_10-5/
- 8) В ЛНР представили Skibidi-инструкцию по голосованию // Lenta.ru. URL: https://lenta.ru/news/2018/11/06/skibidi_lnr/
- 9) Выйти из автомобиля на ходу под In My Feelings Дрейка! Новый рискованный челлендж! ВИДЕО // Maxim. URL: https://www.maximonline.ru/guide/maximir/_article/in-maj-fillingz-chellendzh/
- 10) Гарольд не скрывает ничего: звезда мема — о популярности, деньгах и молодости // Афиша Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/infoporn/9072-garold-ne-skryvaet-nichego-zvezda-mema-o-populyarnosti-dengah-i-molodosti/>

- 11) Главные треки, игры и мемы // Яндекс.Дзен. URL: <https://zen.yandex.ru/media/researches/glavnye-treki-igry-i-memy-2018-goda-5c0fee6cf0747600ae152081>
- 12) Год в поиске — 2018 // Google Trends. URL: <https://trends.google.ru/trends/yis/2018/RU/>
- 13) «Горят костры флешмобов». Как «3 сентября» вышло в офлайн и превратилось в новый символ российской осени // Medialeaks. URL: <https://medialeaks.ru/0309ekt-radnelac/>
- 14) Дрейк в оранжевой куртке // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/drejk-v-oranzhevoj-kurtke/>
- 15) «Дрейк-кот»: главный мем с канадским рэпером обретает новую жизнь // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/drejk-kot-glavnyj-mem-s-kanadskim-reperom-obretaet-novuyu-zhizn/>
- 16) «Если б мне платили каждый раз». Песня Монеточки стала рецептом для шуток // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/esli-b-mne-platili-kazhdyj-raz-xit-monetochki-stal-receptom-dlya-shutok/>
- 17) Если хочешь быть здоровым // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/tech/52059-ice-bucket-challenge>
- 18) Жажда плясать и отвага. Люди прыгают из машин на ходу под песню Дрейка, и это не всегда хорошо кончается // Medialeaks. URL: <https://medialeaks.ru/2007amv-drake-jump-car/>
- 19) *Зайков Г.* Коротко о мемах // syg.ma. URL: <https://syg.ma/@zaykov/korotko-o-miemakh>
- 20) "И снова 3 сентября". Пользователи Рунета переворачивают календари // Российская Газета. URL: <https://rg.ru/2018/09/03/i-snova-3-sentiabria-polzovateli-runeta-perevorachivaiut-kalendari.html>
- 21) История Стефана Кларка — безоружного афроамериканца, убитого полицейскими США // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/law/68788-istoriya-stefana-klarka-bezoruzhnogo-afroamerikanca-ubitogo-policeyskimi-ssha>

- 22) Испуганный хомяк // Memeredia. URL: <https://memeredia.ru/ispugannyj-homyak/>
- 23) Какой ценой? Ценой всего // Memeredia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memeredia.ru/kakoj-cenoj-cenoj-vsego/>
- 24) Калбаса // Memeredia. URL: <https://memeredia.ru/kalbasa/>
- 25) Календарь "3 сентября на каждый день" // Planeta.ru. URL: https://planeta.ru/campaigns/again_3_september
- 26) Как делался ролик Volvo про Ван Дамма и грузовики // Advertology. URL: <http://www.advertology.ru/article118971.htm>
- 27) Киркоров — бро? Как ветеран эстрады подружился с молодёжью и стал мемом после клипа «Цвет настроения синий» // Medialeaks. URL: <https://medialeaks.ru/0305dalex-yut-kirkorov-bro/>
- 28) Ключевая SMM-статистика на 2018 год // Церебро Таргет. URL: https://vk.com/@cerebro_vk-kluchevaya-smm-statistika-na-2018-god
- 29) Кокорин и Мамаев пели Gangnam Style во время избиения Пака // Чемпионат. URL: <https://www.championat.com/football/news-3564669-kokorin-i-mamaev-peli-gangnam-style-vo-vremja-izbienija-paka.html>
- 30) Котики и революция. Что такое меметика и почему мемы — это не только смешные картинки из интернета // N+1. URL: <https://nplus1.ru/material/2017/10/20/mems-and-culture>
- 31) Мем: Ой, всё // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/memes/53103-oi-vse>
- 32) Мем: Кандидат от народа. // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/memes/66619-mem-kandidat-ot-naroda>
- 33) Мемы с бабулей // SnatchNews. URL: <https://snatch.com/memyi-s-babuley/>
- 34) Медиафеномены. Мемы и вирусы — секрет успеха. // BBDO Group. URL: <https://bbdoblog.ru/2016/09/16/mems/>
- 35) Михаил Шуфутинский о том, как стал человеком-мемом // Life. URL: <https://life.ru/t/%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83>

[%D1%80%D0%B0/898342/mikhail-shufutinskii-o-tom-kak-stal-chielovi-ekom-miemon](https://meduza.io/shapito/2018/09/15/monetochka-spela-net-monet-na-pole-chudes-a-takzhe-ugadala-slovo-i-vyigrala-multivarku)

- 36) Монеточка спела «Нет монет» с народным ансамблем на «Поле чудес». А также угадала слово и выиграла мультиварку! // Meduza. URL: <https://meduza.io/shapito/2018/09/15/monetochka-spela-net-monet-na-pole-chudes-a-takzhe-ugadala-slovo-i-vyigrala-multivarku>
- 37) «Мы расстреливаем друг друга, а потом танцуем»: что зашифровано в клипе Чайлдиша Гамбино This Is America // Дождь. URL: <https://tvrain.ru/articles/gambino-463393/>
- 38) Мыш (кродеться) // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/mysh-krodyotsya/>
- 39) На лабутенах // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/nalabutenax/>
- 40) Олды тут? // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/oldy-tut/>
- 41) Падающие звезды (Shooting Stars). URL: <https://memepedia.ru/shooting-stars/>
- 42) Подробнее об этом: Блокировка Telegram в России. Главное // Сноб. URL: <https://snob.ru/entry/159730>
- 43) Почему так популярен клип This Is America от Childish Gambino. Злая сатира Дональда Гловера и основа мемов // Medialeaks. URL: <https://medialeaks.ru/0805sda-this-is-america/>
- 44) Прием с пальцем от Кунг-фу панды // Memepedia. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/priem-s-palcem-ot-kung-fu-pandy/>
- 45) «Сосиски приносят победу!» Самые знаменитые болельщики мундиалю о матче Россия — Испания // Дождь. URL: https://tvrain.ru/teleshov/videooftheday/troe_v_kokoshnikah-466880/?utm_source=telegram&utm_medium=social&utm_campaign=teleshov-videooftheday&utm_term=466880
- 46) Сотни людей в соцсетях признаются в любви бывшей девушке Дрейка. Потому что он не смог это сделать в клипе // Medialeaks. URL: <https://medialeaks.ru/1007vjt-byivshey-devushke-dreyka/>

- 47) Стрельба в Чарлстоне: массовое убийство на почве ненависти // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/20150618/1076368471.html>
- 48) Стрельба в церкви Техаса: не менее 26 погибших, нападавший мертв // BBC News. Русская служба. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-41880630>
- 49) Тантум Верде Форте (лучшая песня Тимати) // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/tantum-verde-forte-luchshaya-pesnya-timati/>
- 50) Третье сентября // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/trete-sentyabrya/>
- 51) Три жующих болельщика в кокошниках стали звёздами после матча Россия-Испания // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/tri-zhuyushhix-bolelshhika-v-kokoshnikax-stali-zvyozdami-posle-matcha-rossiya-ispaniya/>
- 52) Физики разобрались в трюке с бутылкой воды // N+1. URL: <https://nplus1.ru/news/2017/12/27/bottle-flipping-challenge>
- 53) Филипп Киркоров подпал под «синий цвет настроения» // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3618697>
- 54) Флешмоб: песня Дрейка In My Feelings заставляет людей выпрыгивать из машин на ходу // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/in-my-feelings-vyprygivat-iz-mashin/>
- 55) Художница вживила себе три десятка чипов в разные места // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/news/2018/12/14/cyberdefka/>
- 56) «Цвет настроения синий»: за майские праздники соцсети превратились в один большой фан-клуб Киркорова // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/memes/70202-cvet-nastroeniya-siniy-za-mayskie-prazdniki-socseti-prevratilis-v-odin-bolshoy-fan-klub-kirkorova>
- 57) Цвет настроения — Киркоров // Комсомольская правда. URL: <https://www.kp.ru/daily/26882.5/3926475/>
- 58) Цвет настроения блеклый: Киркоров выжимает все соки из надоевшего хита // VladTime. URL: https://www.vladtime.ru/shou_biznes/702271

- 59) Цвет настроения: синий. Что такое голубая матча? // Москва 24.
URL: <https://www.m24.ru/articles/kultura/03022019/154603>
- 60) «Цвет настроения — классный»: Литвинова, Канделаки, Навка и Собчак на 20-летию Vogue Russia // Дождь. URL:
https://tvrain.ru/lite/teleshov/vygod_v_ljudi/20_let_rossijskomu_vogue-476977/
- 61) Цвет настроения — красный. Игра «Медузы» // Meduza. URL:
<https://meduza.io/games/tsvet-nastroeniya-krasnyy-igra-meduzy>
- 62) Цвет настроения синий // Memepedia. URL:
<https://memepedia.ru/cvet-nastroeniya-sinij/>
- 63) «Цвет настроения синий»: почему о нем говорят абсолютно все? // Elle Girl. URL: <http://www.ellegirl.ru/articles/tsvet-nastroeniya-siniy-pochemu-o-nem-govoryat-absolyutno-vse/>
- 64) «Что такое виральный контент (инфографика)» // TexTerra. URL:
<https://texterra.ru/blog/chto-takoe-viralnyy-kontent-infografika.html>
- 65) Что такое Новые медиа, или digital-глобализация // Artoх Media.
URL: <https://smm.artox-media.ru/wiki/new-media.html>
- 66) «Шуфутинский кродетьсяя»: как в соцсетях празднуют 3 сентября // Афиша.Daily. URL: <https://daily.afisha.ru/inforporn/9926-shufutinskiy-krodetsya-kak-v-socsetyah-prazdnuyut-3-sentyabrya/>
- 67) Ыпрь рпып // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/pr-rpp/>
- 68) Я календарь переверну — и что? Тест на знание главной песни 3 сентября // Meduza. URL: <https://meduza.io/quiz/ya-kalendar-perevernu-i-chto-test-na-znanie-glavnoy-pesni-3-sentyabrya>
- 69) Я крокодил, крокожу и буду крокодить // Memepedia. URL:
<https://memepedia.ru/ya-krokodil-krokozhu-i-budu-krokodit/>
- 70) Gangnam Style // Memepedia. URL: <https://memepedia.ru/gangnam-style/>
- 71) Little Big выпустили клип на "романтическую" версию "Skibidi" // The Flow. URL: <https://the-flow.ru/videos/little-big-skibidi-romantic>
- 72)

- 73) Loss // Мемепедия. [Электронный ресурс]. URL: <https://memepedia.ru/loss/>
- 74) This is America: символы и отсылки в нашумевшем клипе Дональда Гловера // Esquire. URL: <https://esquire.ru/relaxation/51892-childish-gambino-this-is-america-references/#part3>
- 75) Trollface // Мемепедия. URL: <https://memepedia.ru/trollface/>
- 76) 3 сентября — день, когда горят костры рябин // URL: <https://3september.ru/>
- 77) «3-е сентября» в урбанистике, архитектуре и недвижимости // РБК. URL: <https://realty.rbc.ru/news/5b8670299a79478450d86b12>
- 78) 10 лучших пародий на Wrecking Ball Майли Сайрус // TJournal. URL: <https://tjournal.ru/flood/47938-no-more-please>

III. Научная литература на английском языке

- 1) Cambridge Dictionary // [Электронный ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org>
- 2) Oxford Dictionaries: English Dictionary, Thesaurus, & grammar help // [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com>
- 3) *Shifman L.* Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker // [Электронный ресурс]. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jcc4.12013> (дата обращения: 05.12.2018)
- 4) Urban Dictionary. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.urbandictionary.com>

IV. Интернет-источники на английском языке

- 1) A Black Woman Created the “Me Too” Campaign Against Sexual Assault 10 Years Ago // Ebony. URL: <https://www.ebony.com/news/black-woman-me-too-movement-tarana-burke-alyssa-milano/>
- 2) Big Enough // Know Your Meme. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/big-enough>
- 3) Childish Gambino “This is America” // Know Your Meme. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/childish-gambinos-this-is-america>
- 4) Childish Gambino's 'This Is America' becomes Twitter's favorite new meme // The Blaze. URL: <https://www.theblaze.com/video/childish-gambinos-this-is-america-becomes-twitthers-favorite-new-meme>
- 5) Drake // Know Your Meme. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/people/drake>
- 6) For the Love of God, Don’t Meme Childish Gambino’s ‘This Is America’ Music Video // Vice. URL: https://www.vice.com/en_au/article/qvndjm/childish-gambino-donald-glover-meme-this-is-america-new-music-video
- 7) Grammys 2019 Winners: The Complete List // Billboard. URL: <https://www.billboard.com/articles/news/grammys/8496912/grammys-2019-winners-list>
- 8) Jonah Berger: 6 Key STEPPS To Creating Contagious Content // Unruly. URL: <https://unruly.co/blog/article/2015/10/26/jonah-berger-6-key-steps-to-creating-contagious-content/>
- 9) Netta Barzilai of Israel Wins Eurovision With a Chicken Dance // The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2018/05/12/arts/eurovision-winner-netta-barzilai-israel.html>
- 10) People are furious that a 'This Is America' meme has gone viral // Indy 100 from The Independent. URL: <https://www.indy100.com/article/this-is-america-childish-gambino-donald-glover-meme-carly-rae-jepsen-call-me-maybe-8349676>
- 11) Readers’ Poll: The 10 Worst Songs of the 1980s. — Rolling Stone. URL: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/readers-poll-the-10->

worst-songs-of-the-1980s-20488/10-rick-astley-never-gonna-give-you-up-21947/

- 12) Rickroll. — Know Your Meme. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/rickroll>
- 13) Rick Astley 'Rick Roll' video prank becomes web phenomenon. — NME. URL: <https://web.archive.org/web/20080331234918/http://entertainment.uk.msn.com/music/news/nme/article.aspx?cp-documentid=7914346>
- 14) This is America // Genius. URL: <https://genius.com/Childish-gambino-this-is-america-lyrics>
- 15) YouTube RickRolls Users // Techcrunch. URL: <https://techcrunch.com/2008/03/31/youtube-rickrolls-users/>
- 16) Welcome to the Internet. — Know Your Meme. URL: <https://knowyourmeme.com/memes/welcome-to-the-internet>
- 17) 5 Memes from Drake's 'Hotline Bling'. — MUCH. URL: <https://www.much.com/5-memes-from-drakes-hotline-bling/>
- 18) 14 This is America Memes, Don't Catch You Slippin Up. — College Humor. URL: <http://www.collegehumor.com/post/7056260/this-is-america-memes>

V. Видеоматериалы и материалы из социальных сетей

- 1) Вечерний Ургант в Твиттере // URL: https://twitter.com/Urgant_Show/status/1036496512002355200?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1036496512002355200&ref_url=https%3A%2F%2Fmeduza.io%2Fslides%2Fvokrug-shum-tretie-sentyabrya
- 2) Вечерний Ургант. SKIBIDI CHALLENGE // Вечерний Ургант YouTube Channel. URL: https://www.youtube.com/watch?v=2zaz5B8_vYU
- 3) Вечерний Ургант. Скибиди 1919. 01.02.2019 // Вечерний Ургант YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iqqLqLUo47s>

- 4) Грибы - Тает Лёд // KinoMost YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=i9AHJkHqkpw>
- 5) Грибы- Тает Лёд (Навальный) // Отряды Путина Soc Sprav YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=RRq81Vzj3Kg>
- 6) Додо Пицца в Instagram // URL: https://www.instagram.com/p/Bo3ZqqShPoH/?utm_source=ig_embed
- 7) Егор Крид feat. Филипп Киркоров - Цвет настроения черный (премьера клипа, 2018) // BlackStarTV YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=NcXNXnUr16Q>
- 8) Караоке - Поём во всё горло с Гексорал! // ГЕКСОРАЛ Россия YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DXwpmB3FwNY>
- 9) Китайская лапшичная I WOK YOU в Instagram // URL: https://www.instagram.com/p/Bo31JojAvdJ/?utm_source=ig_embed
- 10) Маша Новая в Instagram // URL: https://www.instagram.com/p/Bo2V7w0F_RG/?utm_source=ig_embed
- 11) MC ХОВАНСКИЙ - ЭТО РОССИЯ / Childish Gambino "This is America" (Пародия) // Юрий Хованский, YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=A5mDCn7kEKI>
- 12) Музыка из рекламы Связной - Цвет настроения четкий! (Филипп Киркоров) (Россия) (2018) // advertunes YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7vNNNXoKjQs>
- 13) НОВАЯ РЕКЛАМА ГЕКСОРАЛ ЦВЕТ ЗАРАЖЕНИЯ СИНИЙ #2 // Кока Коля YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6p2SB9QHICc>
- 14) Реклама Гексорал - Филипп Киркоров "Цвет заражения синий" // rusreklama YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7t8Usqy3nO4>
- 15) Стикеры для Телеграм 3 Сентября от Шуфутинского. — tlgrm.su. URL: https://tgrm.su/stickers/kalendar_perevernyl
- 16) Ульяновские курсанты — Satisfaction // Spektr Online. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k7y2ADtBhFc>

- 17) Это Россия, бро / Childish Gambino - This is America (Пародия) // Гурам Нармания, YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=wYUA1ABhT8o>
- 18) ЭТО УКРАИНА (ЦЕ УКРАЇНА) / Childish Gambino - This is America (ПАРОДИЯ) // Николай Саволук YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WBf3phHsRBo>
- 19) Я ВОШЛА КАК СТРОИТЕЛЬНЫЙ ШАР // Coub. URL: <https://coub.com/view/7v48>
- 20) Childish Gambino - This Is America (Official Video). // Donald Glover YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VYOjWnS4cMY>
- 21) Childish Gambino - "This Is America" PARODY // Bart Baker YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=euXGRRdBV58>
- 22) Falz - This Is Nigeria // FalzVEVO, YouTube Channel. URL: https://www.youtube.com/watch?v=UW_xEqCWrm0
- 23) I Did the First Rickroll (w/ Proof) // Hot Dad YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tmVadY7vX1I&t=9s>
- 24) I-NZ - THIS IS IRAQ (العراق). — Official I-NZ, YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fvxZLKtkgiM>
- 25) Jos Leitzel Twitter. URL: https://twitter.com/leitzel_josh/status/993888530857422848
- 26) Never Gonna Give You Up // South Park Studios YouTube Channel. URL: https://www.youtube.com/watch?v=YVhxcpItk_M&t=1s
- 27) Nicky Niche Twitter. URL: <https://twitter.com/NickyNiche/status/993137469884420096>
- 28) PSY - GANGNAM STYLE(강남스타일) M/V // officialpsy. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>
- 29) PSY - Gangnam Style - ČESKÝ STYL [ViralBrothers] [CZ] // Mira Rejna YouTube Channel. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=fijgOZm0WKc>

- 30) PSY - GANGNAM STYLE (강남스타일) PARODY! KIM JONG
STYLE! | Key of Awesome #63 // The Key of Awesome. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=_cG7ZVBXQII
- 31) The Shiggy Show // Instagram. URL:
https://www.instagram.com/p/BkoUbKJhFFz/?utm_source=ig_embed
- 32) This Is America: Women's Edit // Nicole Arbour YouTube Channel.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=QW8whgmyTNU>
- 33) US Navy and Marines in Afghanistan Gangnam Style Parody // Ryan
Pomicter YouTube Channel. URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=Wt7pevIvCbQ>