

КРИТИКА МЕДИАРЕЧИ

УДК 316'7

Интернет-мем и этика: обзор научных исследований за 2018–2022 гг.

А. В. Гликина

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Гликина А. В. (2023). Интернет-мем и этика: обзор научных исследований за 2018–2022 гг. *Медиалингвистика*, 10 (4), 538–553. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.406>

В статье методом полусистематического анализа аккумулируются, систематизируются и квалифицируются наиболее значимые современные и релевантные научные труды в сфере цифровой этики и меметики за последние пять лет. Данный метод позволяет рассмотреть различные направления исследований за указанный период и представить обзор научных источников по вопросам цифровой этики и меметики. Исследования отбирались на таких научно-технических базах, как eLibrary, CyberLeninka и CORE по следующим ключевым словам: интернет-мем, меметика, цифровая этика, этика журналиста, социальные сети. Фокус внимания автора сосредоточен на выявлении пробелов в исследованиях как интернет-мемов, так и цифровой этики. Автор статьи ставит перед собой цель выявить разные аспекты связи между интернет-мемом и этикой его создания и распространения, а также наметить перспективы дальнейшего исследования обозначенной проблематики. Представленная статья конкретизирует круг существующих смысловых лакун в научных концепциях и выявляет основные магистрали развития проблематики. Автор отмечает, что изучение креолизованных текстов сводится к трем проблемным вопросам: как они воздействуют на картину мира пользователя, как становятся популярными и кто их создает. При этом этическую сторону вопроса авторы-исследователи в своих трудах не затрагивают. Большинство научных статей по цифровой этике и этике журналиста сводятся к трем направлениям анализа: этических кодексов, поведения пользователей в социальных сетях и распространения фейковой информации в Сети. Таким образом, автор приходит к выводу, что ученые, занимающиеся вопросами цифровой этики, практически никогда не рассматривают интернет-мемы в качестве предмета изучения, и наоборот, исследователи интернет-мемов редко затрагивают вопросы этики в своих трудах.

Ключевые слова: интернет-мем, цифровая этика, этика журналиста, социальные сети, меметика.

Постановка проблемы

В последнее время все больше ученых занимаются изучением такого явления, как интернет-мем. Целый пласт исследований направлен на выявление лингвистических, социальных, политических, культурных и психологических свойств и характеристик этого феномена. Такой высокий интерес вызван прежде всего бурным развитием технологий распространения информации и ростом количества пользователей, которые доверяют интернет-мемам. Мемы отражают информацию в искаженном или упрощенном виде, часто вызывают ожесточенные споры среди читателей, создают определенное (обычно — отрицательное) отношение к предмету и негативное эмоциональное настроение. Так, например, популярный интернет-мем «Уилл Смит дает пощечину Крису Року» стал транслировать гендерные отношения и стереотипы (где, в зависимости от ситуации, герои мема выступают в роли мужчины и женщины). Эти мемы вызвали бурное обсуждение пользователей и резко негативное отношение одного пола к другому. В связи с этим изучение этических норм поведения пользователей и журналистов при выборе или создании интернет-мемов становится как никогда актуальным.

Что касается работ в области морально-этических и этико-правовых норм поведения в социальных сетях, то таких исследований, наоборот, стало значительно меньше. Многие из них сводятся к давно уже известным постулатам: неэтично распространять непроверенную и ложную информацию, дестабилизировать психоэмоциональное состояние общества посредством «троллей» в комментариях, намеренно создавать черно-белую картину мира в средствах массовой информации и т.д. При этом социальные сети по-прежнему остаются самыми сложно регулируемыми средствами распространения информации, так как требуют определенных лингвистических и правовых экспертиз, которые, в свою очередь, являются дорогими, трудозатратными и не всегда обоснованными средствами. Более того, остается нерешенным вопрос, как определить «этичность» того или иного интернет-мема, что также оттягивает процесс установки правовых норм. Все это говорит о том, что вопросы цифровой этики по-прежнему остаются нерешенными.

Таким образом, актуальность нашей работы обусловлена значимостью изучения морально-этических норм поведения в социальных сетях, в том числе при создании и распространении интернет-мемов.

Научная новизна работы состоит в актуализации, систематизации и выявлении пробелов в области цифровой этики и изучения феномена интернет-мемов. Анализ научных трудов позволяет выявить основные направления в исследованиях мемов и цифровой этики, а также очертить круг проблем, которые сегодня не затрагиваются исследователями в полной мере.

Гипотеза исследования связана с тем, что изучение этических норм поведения в социальных сетях и медиа нельзя отодвигать на второй план, и особенно это касается создания, применения и распространения интернет-мемов, так как они имеют высокий воздействующий потенциал (как визуальный, так и речевой).

Основная цель статьи — рассмотреть актуальные исследования в области этики и меметики в социальных сетях за период с 2018 по 2022 г. Для достижения этой цели мы поставили следующие задачи:

1) изучить научные работы, содержащие понятия «интернет-мем», «цифровая этика», «этика журналиста» и «этика в социальных сетях»;

2) проанализировать существующие научные подходы к регулированию этических норм поведения в социальных сетях;

3) выявить основные направления и дальнейшие перспективы исследований в области этики и мемов.

Объектом исследования являются труды ученых, изучающих интернет-мемы и этические нормы поведения в социальных сетях.

Предметом в нашей статье выступают классификации, характеристики и выводы, сделанные учеными в данных областях.

Материал статьи представлен корпусом исследований и выводов ученых из разных областей знаний (политологии, социологии, лингвистики, этики, философии и права) за 2018–2022 г. Все исследования индексируются в таких наукометрических базах данных, как РИНЦ, Scopus, Web of Science. Отбор научных трудов был обусловлен темой данной статьи — публикации должны были быть связаны с исследованиями интернет-мемов и/или цифровой этики. Нами были отобраны актуальные научные исследования, которые вносили то или иное новое понимание в явлениях интернет-мема и цифровой этики и не повторяли друг друга. Представленный период выбран по двум причинам: во-первых, исследования за последние пять лет отражают наиболее актуальную информацию, происходящую в социальных сетях сегодня; во-вторых, в это время произошли значительные события, повлиявшие на поведение пользователей в социальных сетях (выборы президента России в 2018 г., Закон о «суверенном интернете», поправки к Конституции, COVID-19, СВО на Украине). Так, например, в 2020 г. эпидемия коронавируса полностью поменяла цифровую жизнь пользователей. Всего за месяц карантина количество пользователей социальных сетей увеличилось более чем в два раза, а доля активных пользователей (комментирующих посты и участвующих в обсуждениях) выросла с 15 до 20 %. Изменения в конституционном строе, новые законы в области цифровых технологий, а также начало СВО сильно повлияли на поведение пользователей в интернете, которые в свою очередь свои эмоции и настроения выражают посредством интернет-мемов.

Теоретическую базу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области мемов: С. А. Шомова, Н. Ф. Пономарев, С. В. Канашина, В. В. Скоробогатов, Е. С. Сухарева, К. Л. Рыжков, Э. Лейзер и др.; в области этики: В. В. Смеюха, О. Ю. Чеботарев, О. В. Кожевина, О. В. Лукинова и др.

В нашем исследовании мы будем постоянно оперировать такими понятиями, как цифровая этика и интернет-мем, поэтому дадим им определения.

В то время как традиционная этика регулирует отношения между людьми, *цифровая этика* занимается вопросами норм поведения пользователей в интернете. Точное научное определение цифровой этики часто может быть субъективным, так как данное понятие еще активно разрабатывается и исследуется. Так, например, исследователь О. В. Лукинова в своем труде «Цифровой этикет» не дает точного определения понятия «цифровая этика», но вся монография состоит из практических рекомендаций о том, как вести себя пользователю в разных ситуациях в Сети, например как правильно защищать цифровые границы. Из монографии можно выделить несколько основных аспектов цифровой этики: 1) принципы,

нормы и ценности, определяющие правильное и нравственное поведение людей в цифровом пространстве; 2) вопросы о конфиденциальности данных, кибербезопасности, цифровой коммуникации, использовании и обработке информации; 3) социальные и этические аспекты искусственного интеллекта и автоматизации [Лукинова 2020].

Понятие «интернет-мем» до сих пор не имеет точного определения, однако мы придерживаемся мнения исследователя С. А. Шомовой, которая в своем труде «Мем как он есть» написала, что «мем — совокупность вербальных и невербальных впечатлений, сгусток культурной информации, облеченный в запоминающуюся, броскую форму и способный к репликации, то есть самовоспроизводству и вирусному размножению» [Шомова 2018: 13]. Также подчеркнем, что интернет-мем чаще всего состоит из картинка (реже — видео) и подписи к ней, распространяется в социальных сетях, форумах, блогах, мессенджерах и т. д. При этом картинка и подпись раздельно — несут одно значение, а вместе — рождают третий смысл.

История вопроса

Все исследователи сходятся во мнении, что впервые термин «мем» появился в книге Р. Докинза «Эгоистичный ген». В ней автор излагает свою теорию эволюции, в которой считает единицей естественного отбора — ген, а не организм или группу организмов. Докинз утверждает, что гены несут информацию, которая передается из поколения в поколение, и тем самым влияют на специфические признаки организма, его поведение и его способность к выживанию и размножению. Кроме того, автор вводит понятие «мем». Он сравнивает мемы со своеобразными «генами мышления», которые передаются из ума в ум и имеют способность влиять на человеческое поведение и культуру. Мемы могут быть идеями, концепциями, убеждениями и другими понятиями, которые могут распространяться среди людей и влиять на их действия [Докинз 1993].

В середине 2000-х годов термин «мем» стали употреблять с приставкой «интернет». Это явление характеризуется спонтанным распространением определенной информации или фразы в среде интернета путем множественного воспроизведения (через электронную почту, в чатах, на форумах, в блогах и других платформах). В это время ученые начинают активно изучать данный феномен. Например, такие исследователи теории коммуникации, как Г. Дженкинс [Jenkins 2006] и Л. Шифман [Shifman 2014] определяют интернет-мем как средство общения.

Очень активно начали изучать интернет-мемы ученые-лингвисты. Так, доктор филологических наук Е. Е. Анисимова посвятила целое исследование интерпретации креолизованных текстов, в структуре которых наряду с вербальными средствами используются иконические (фотография, рисунок, карикатура), а также средства других семиотических кодов (шрифт, цвет). Таким образом, лингвистика текста преобразовалась в лингвистику семиотически осложненного текста [Анисимова 2003]. Годы спустя лингвист Е. И. Горшко начала рассматривать креолизованные интернет-тексты как интернет-жанры [Горшко 2007], а современные исследователи М. Н. Левченко, А. В. Изгаршева, в свою очередь, пришли к выводу, что интернет-мем на данный момент представлен в виде креолизованного текста.

Мем состоит, как правило, из изображения и вербального сопровождения на данном изображении [Левченко, Изгаршева 2018: 211–212].

Современные исследователи интернет-мемов Ю. В. Будовская [Будовская 2013], А. Росс и Д. Риверс [Ross, Rivers 2017] фокусируются на том, как пользователи через интернет-мемы выражают свою социальную принадлежность. Ученые анализируют, какие типы мемов популярны в разных группах людей и как они могут использоваться для поддержки или подрыва существующих социальных норм и ценностей.

Другие исследования рассматривают роль интернет-мемов в публичной и политической коммуникации. Например, такие ученые, как М. В. Колтунова [Колтунова 2015], Н. В. Данилевская [Данилевская 2023], изучают, как мемы используются для воздействия на общественное мнение, создания политической агитации, пропаганды и манипуляции информацией.

Вопросами этики исследователи задаются с древнейших времен. За это время множество ученых дали свои определения различным этическим принципам, начиная от Аристотеля, Платона и Конфуция до Фрэнсиса Бэкона, Уильяма Джеймса и Джона Дьюи. Этика развивалась и трансформировалась. Вместе с новейшими технологиями, появилось и новое направление в науке — цифровая этика. Это направление можно назвать относительно новым. Исследователи сходятся, что цифровая этика включает в себя такие аспекты, как защита конфиденциальности, уважение к правам авторов, борьба с цифровой жестокостью и «hate speech», а также безопасность распространяемой информации в интернете.

Уже во второй половине прошлого столетия такие ученые, как Норберт Винер [Wiener 1948] и Джозеф Вейценбаум [Weizenbaum 1976], работающие в области компьютерных наук, говорили о непременно возникающих этических проблемах, вызываемых компьютерными технологиями. В 1980 г. профессор Уолтер Манер [Maner 1980] настаивал на том, что необходима новая область прикладной этики, которую предложил назвать «компьютерной этикой». Он разработал одноименный курс, в который включил такие темы, как профессиональные кодексы этики, компьютерные преступления, конфиденциальность информации и др.

Начиная с классической статьи по компьютерной этике профессора Дартмутского колледжа Дж. Мура [Moore 1985] и исследовательских работ Н. Винера главной идеей новой науки становится забота о защите и продвижении основных человеческих ценностей, таких как жизнь, здоровье, безопасность, счастье, свобода, знания, возможности.

Сегодня ученые активно исследуют этические проблемы цифровых информационных и коммуникационных технологий. Например, заслуживает внимания статья, опубликованная в журнале «Медиалингвистика», Е. В. Комаровой «Проблема цифрового этикета в русских и английских медиатекстах: на материале миграционного дискурса», в которой автор изучает и сравнивает цифровой этикет в англоязычных и русскоязычных медиатекстах [Комарова 2023].

Описание методики исследования

В данной работе используется методология полусистематического обзора научной литературы, которая отражает, что и как рассматривали исследователи в выбранных областях за указанный период времени. Данный метод позволяет

концептуализировать и изучить различные группы исследований из разных дисциплин, что, в свою очередь, не позволяет сделать полный систематический обзор. Полусистематический обзор литературы представляет собой обзор научных источников по вопросам цифровой и журналистской этики, меметики и распространения явления интернет-мема в интернете. Исследования по направлениям отбирались на таких ресурсах, как eLibrary, CyberLeninka и CORE, по ключевым словам «интернет-мем», «меметика», «цифровая этика», «этика журналиста», «социальные сети».

Анализ материала

Интернет-мем: обзор научных исследований. Лейтмотивом, объединяющим научные исследования в сфере меметики последних лет, является убеждение ученых, что интернет-мемы — самый востребованный продукт в сети Интернет, который отражает не только культурный код, но и служит одним из главных инструментов при формировании общественного мнения. На сегодняшний день основной массив исследований составляют:

1) отдельные интернет-мемы из социальных сетей и мессенджеров (с точки зрения лингвистики и социологии) (К. Л. Рыжков, Д. А. Костоготов, С. В. Канашина, Д. А. Запивалов и др.);

2) описания функций, особенностей и характеристик интернет-мемов (С. В. Канашина, Д. С. Артамонов, С. М. Фролова и др.);

3) описания реакций пользователей на интернет-мемы с различных ракурсов (по областям знаний: политика, культура, история, социология и т. д.) с помощью анкетирования или других способов сбора данных (О. А. Габриелян, М. В. Гаспарян, И. П. Кужелева-Саган и др.).

Активно изучать интернет-мемы начали еще в 1990-х годах — с появления в 1994 г. книги американского исследователя СМИ Дугласа Рашкоффа «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание». Несмотря на то что автор в своей книге не использует термин «интернет-мем», он описывает схожее явление, называя его медиавирусом.

Так или иначе, но «бум» в исследованиях феномена интернет-мемов пришелся на последние годы. Некоторые ученые связывают это с ускоренным развитием информационных технологий (появлением мессенджеров, новых социальных сетей, где информация распространяется в несколько раз быстрее), другие считают, что на рост исследований в области меметики повлияли внешние факторы (различные социальные и политические события). Обе причины сложно оспорить, но можно точно констатировать — интернет-мемы еще никогда не были так популярны, как сегодня.

Рассмотрим одно из первых и важных направлений в исследовании интернет-мемов — изучение культурного назначения этого феномена. Продолжая традицию понимания мема как культурной единицы, которую еще в 1976 г. предложил британский исследователь Р. Докинз, ученые Д. С. Артамонов и С. М. Фролова рассматривают интернет-мемы с точки зрения социальных мифов (которые являются частью культурного кода).

Авторы пишут, что социальные мифы и интернет-мемы схожи между собой, так как и те и другие имеют двойственную природу:

1) мифы стараются передавать в пространстве и времени в неизменном виде. Интернет-мем тоже содержит в себе неизменный элемент — шаблон, чтобы быть узнаваемым;

2) миф в процессе коммуникации распадается на отдельные элементы, размывая его основную структуру. В процессе распространения интернет-мем также изменяется, приобретая новые смыслы [Артамонов, Фролова 2020: 13–17].

Авторы приходят к выводу, что миф и интернет-мем распространяются как фольклор в сетевом пространстве. Это говорит о том, что интернет-мем является социально-культурным феноменом.

Эти слова подтверждает исследователь К. Л. Рыжков в статье, которая так и называется: «Интернет-мемы как новое социально-культурное явление». Автор добавляет, что несмотря на то, что интернет-мемы по своей природе субъективны, они затрагивают в основном новостную повестку и «могут гибко влиять на разношерстную возрастную аудиторию, от детей до взрослых, предлагая каждому особое видение одного и того же события» [Рыжков 2021: 143–148].

Параллельно с этими исследованиями кандидат наук С. В. Канашина доказывает, что интернет-мемам присущи такие же характеристики, как и медиатекстам, а именно: интертекстуальность, интерактивность, гибридность и шаблонность [Канашина 2019: 107–112]. Автор также исследует юмор в интернет-мемах с лингвистической точки зрения и выделяет следующие характеристики:

1) в интернет-мемах используются различные формы юмора: от сатиры и иронии до сарказма и пародии;

2) в мемах часто встречается явление детабуизации, то есть снятия табу с каких-либо определенных тем и слов;

3) мемы имеют фольклорный характер, как было уже отмечено ранее, то есть аккумулируют народное творчество в интернет-среде. Это проявляется через такие особенности мемов, как анонимность, креативность, опора на коллективное мировоззрение;

4) карнавализация интернет-мемов, или «транспонирование карнавальных форм народной смеховой культуры на язык различных художественных средств», — выражается прежде всего в смеховом осмыслении серьезных аспектов действительности [Канашина 2022: 317–328].

В социальном и лингвистическом аспектах интерес представляет исследование Д. А. Запывалова, в котором интернет-мем рассматривается как объект судебной лингвистической экспертизы. Он отмечает, что «интернет-мемы, выступающие в качестве объектов судебной лингвистической экспертизы, как правило, являются политическими, имеют негативно-оценочное значение и направлены на высмеивание каких-либо явлений общественной жизни» [Запывалов 2022: 189].

Помимо юмористических интернет-мемов активно изучаются интернет-мемы на исторические темы. Этот вопрос изучал Д. А. Костоглолов в исследовании исторического сознания. Автор отметил интересный феномен, что появление интернет-мемов, связанных с исторической памятью о недавнем прошлом, чаще всего происходит в кризисные ситуации [Костоглолов 2021]. При этом кризисные ситуации являются объектом изучения в политических науках. Поэтому многие исследователи рассматривают интернет-мем как политический инструмент, например при формировании имиджа политика или создании образа врага.

Авторы научного исследования о политических мемах В. В. Скоробогатов и Е. С. Сухарева пишут, что сетевая активность кандидата во время избирательной кампании становится одним из факторов установления максимального контакта со своей электоральной группой, а если интернет-мем затрагивает какую-либо табуированную тему, то это, в свою очередь, значительно повышает узнаваемость кандидата [Скоробогатов, Сухарева 2021: 26–30].

Большой шаг вперед в исследовании политических интернет-мемов сделали ученые О. А. Габриелян, М. В. Гаспарян. Чтобы выявить «паттерны влияния» интернет-мемов, исследователи создали технологию искусственного интеллекта — программный комплекс «Мемометрикс». Уже начальные результаты свидетельствуют о том, что многие интернет-мемы представляют собой «вбросы» политической технологии, преследующие конкретные политические цели. Таким образом, интернет-мемы не являются следствием социальной рефлексии пользователей, как принято считать в научном сообществе. Но пока исследование не завершено полностью, говорить о «создателях и заказчиках» интернет-мемов рано [Габриелян, Гаспарян 2022: 106–121].

В этом же ключе нельзя не обратить внимание на то, что сегодня в политическом дискурсе все чаще начали выделять особый тип информационных войн — меметические войны. Так, например, доктор философских наук И. П. Кужелева-Саган в исследовании по меметическим войнам отмечает, что интернет и социальные сети становятся основным пространством ведения современных «боевых действий». Автор придерживается мнения, близкого к позиции Габриеляна и Гаспаряна, что сила мемов в том, что они кажутся органическими, а не являются продуктом корпораций, и после многочисленных репликаций начинают восприниматься как описание реального факта [Кужелева-Саган 2022: 65–79].

Вместе с тем большой интерес представляет комплексное исследование группы ученых О. В. Смирновой, М. В. Шкондина, Г. В. Денисовой, С. Б. Стебловской об индикаторах конфликтности в русскоязычных интернет-мемах. Авторы пришли к выводу, что треть всех интернет-мемов связана с конфликтными ситуациями, при этом политический дискурс в рейтинге конфликтности занимает только шестое место (на первом месте — гендерные и семейные конфликты). Следует отметить, что исследование проводилось в 2021 г., когда основную часть информационной повестки занимал COVID-19. Нам представляется, что в 2022–2023 гг. политические интернет-мемы сместились в рейтинге конфликтности на несколько строчек выше [Смирнова и др. 2022: 41–58].

Интернет-мемы как элементы коммуникации в Сети не могут не оказывать психологического воздействия. Здесь будет уместно привести в пример работу исследователя Энн Лейзер, которая разбирает основные мотивы использования политических интернет-мемов в Сети. Автор пишет, что пользователи воспринимают мемы как инструмент для легкого и непринужденного участия в общественной сфере, основанный на взаимодействии мотивов самовыражения, социальной идентичности и развлечения. В проведенном исследовании автор акцентирует внимание на том, что феномен политических интернет-мемов — скорее позитивное явление, а попытки ограничить или запретить приведут только к негативной реакции пользователей и появлению еще большего числа политических мемов [Leiser 2022].

Таким образом, мнения ученых насчет создания и распространения интернет-мемов сильно расходятся. Одни считают, что интернет-мемы — «вбросы» политических технологий, другие — что мемы создаются пользователями и являются отражением социально-культурного состояния людей.

Интернет-мем как явление привлекает все больше исследователей и ученых из разных сфер. По проведенному анализу научных источников мы можем выделить наиболее популярные темы исследований в 2018–2022 гг.:

- 1) как интернет-мемы воздействуют на картину мира индивида;
- 2) какими характерными чертами и отличительными особенностями обладают интернет-мемы;
- 3) почему одни мемы быстро обретают популярность и долго обитают в сетевом пространстве, а другие, наоборот, существуют лишь несколько часов;
- 4) являются ли мемы продуктом культуры или их создают политические технологии.

Из данного анализа мы уже можем видеть, что остается область, которая учеными затрагивается косвенно, — это этика поведения пользователей и журналистов в социальных сетях, которые создают и/или распространяют интернет-мемы. И чтобы не быть голословными, в следующей части мы рассмотрим научные исследования за 2018–2022 гг. в области цифровой и журналистской этики.

Цифровая этика: обзор научных исследований. В рамках нашей статьи мы будем рассматривать исследования, касающиеся вопросов цифровой и журналистской этики. Самым модным направлением в изучении цифровой этики сегодня являются исследования поведения пользователей в интернет-пространстве.

Исследователь поведения и взаимодействия молодежи в социальных сетях М. М. Курячева пишет, что сегодня в социальных сетях отсутствуют какие-либо заданные рекомендации по поведению, то есть нет правил, которые регламентировали, что и в какой форме можно и нельзя публиковать (примечание актуально на 2018 г., сегодня установка норм и правил поведения в Сети еще только происходит, также не решен вопрос с анонимностью публикаций). Более того, автор затрагивает проблему, что большинство родителей не способны грамотно обучить детей взаимодействию в виртуальном пространстве, так как сами они (родители) имеют мало опыта работы в социальных сетях [Курячева 2018: 49–52]. К похожему выводу приходит и исследователь В. В. Смеюха. В своей статье автор выделил три группы, которые наиболее часто нарушают этические нормы в социальных сетях:

- 1) подростки (школьники и студенты), так как у них отсутствует жизненный опыт, они сопротивляются системе, власти и родителям;
- 2) представители профессиональных структур, так как часто не понимают, что их личные страницы в социальных сетях также являются отражением бренда организации, на которую они работают;
- 3) женская аудитория, так как женщины более склонны делиться личными переживаниями и эмоциями.

Автор статьи приходит к интересному заключению, что общество через социальные сети склонно отталкивать традиционные этические нормы и принимать новые ценности (в пример автор приводит появление и одобрение такого явления, как «гостевой» или «гражданский» брак) [Смеюха 2019: 84–93].

Из всего вышеизложенного возникает вопрос: что нужно сделать, чтобы этические нормы соблюдались в цифровом пространстве? На него попыталась дать ответ Н. И. Чернобровкина в своем исследовании этического контроля распространения информации в цифровом пространстве. Автор констатирует, что правовой контроль в виде цензуры как совокупности норм ограничительного и запретительного характера находится в количественной зависимости от норм этического контроля, который включает в себя нормы самоорганизации — уважительное отношение сетевых акторов друг к другу в процессе коммуникации и представленность достоверной информации в цифровом пространстве. Автор считает, что цифровые технологии благоприятствуют распространению различных видов аддиктивного поведения (игромании, шопоголизма, «пикапа» и др.), но это изменение стиля жизни вызвано внешними экономическими условиями [Чернобровкина 2022: 48–53].

Авторы исторического обзора цифровых исследований Р. С. Выходец и В. В. Шляпников придерживаются мнения, что вопросы в сфере цифровой этики по-прежнему остаются открытыми и единого подхода к их решению до сих пор нет [Выходец, Шляпников 2021: 43–47].

Помимо проблемы поведения пользователей в социальных сетях, цифровая этика пытается решить вопрос распространения ложной информации в Сети. И действительно, многие современные исследователи продолжают искать закономерные отличия правдивой и ложной информации. Например, исследователь Д. А. Заславнов выделяет такие признаки достоверной информации, как:

- 1) описание реальной ситуации и использование конкретных имен, фамилий, ссылок на лица и организации, предоставляющие информацию;
- 2) в случае видеоблога — наглядность информации;
- 3) развенчание, разоблачение ярлыков и стереотипов, описание реальных фактов, использование исторических справок;
- 4) преобладание естественных эмоций автора, его отношения к предмету;
- 5) реальность, действительность и общеизвестность предмета, о котором идет речь;
- 6) модель построения самого сообщения и его заголовков не должны соответствовать модели «жесткой новости», то есть они не могут обладать «сенсационным» характером [Заславнов 2022: 1–4].

Сложно не согласиться с этой структурой, однако по такому же принципу можно составить и ложную новость, замаскировав ее под достоверную информацию, так как современные технологии позволяют это сделать. Тем не менее попытки составить конкретную структуру правдивой или ложной информации продолжают.

К цифровой этике можно отнести и изучение речевого воздействия — одного из самых популярных направлений в медиаисследованиях последних лет, однако нам будет сложно охватить каждый аспект в рамках данной статьи, поэтому мы остановили свой выбор на исследованиях современных журналистских кодексов, которые регламентируют правила поведения журналистов, в частности в цифровой среде.

Активно изучает новые международные и российские журналистские кодексы О. Ю. Чеботарев. Автор проанализировал 31 кодекс и выявил, что только в 12 есть прямые ссылки на регулирование этических проблем в онлайн-журналистике. Тем не менее исследователь считает, что дополненные этические принципы являются

весьма своевременными [Чеботарев 2020: 341–349]. Анализ кодексов Чеботарев продолжил вместе с профессором МГУ Л.Г. Свитич. В итоге они сделали следующий вывод: «Особенности развития и становления профессионально-этических основ журналистики во многих странах происходят аналогично, а различия связаны главным образом со спецификой стран, их идеологий и особенностей медиасистем в связи с парадигмой развития и цивилизационным типом» [Свитич, Чеботарев 2022: 158–175].

Продолжили изучать профессиональную этику журналиста ученые Ю.В. Назарова и Е.А. Толкачев. Рассмотрев британские и российские кодексы, авторы выделили основные проблемы, характерные для профессиональной этики журналиста, а также описали способы их разрешения:

1) использование своего права доступа к информации в корыстных целях. Для решения этой проблемы существуют тренинги этического образования для журналистов;

2) финансовая зависимость от лиц, которые заинтересованы в корыстном использовании информации. Основное решение этой проблемы — декларирование доходов, в том числе подарков от заинтересованных лиц;

3) действия, наносящие вред профессиональным интересам оппонентов, применяемые в ходе конкурентной борьбы. В этом случае стоит обращаться в комиссию по журналистской этике с целью консультирования о способах избежать конфликт интересов и определить моральные критерии принятия решений.

Однако авторы заключают, что для эффективного соблюдения этики журналиста только кодекса недостаточно — необходима целостная система журналистской этики [Назарова, Толкачев 2021].

Более частный случай журналистской этики рассматривает исследователь С.С. Распопова. В своей статье автор изучает, как соблюдается журналистская этика, когда речь идет о человеке. Исследователь, на основе материалов Общественной коллегии по жалобам на прессу, выявила, что даже те СМИ, которые в общественном пространстве по-прежнему декларируют соблюдение этики, на деле зачастую игнорируют уважение к человеку как к герою или источнику информации [Распопова 2022: 175–183].

Таким образом, мы можем выделить основные современные направления в исследованиях в области цифровой и журналистской этики:

1) изучение журналистских кодексов разных стран, сравнительный анализ, выявления ключевых проблем и способы их решения;

2) исследования в области цифровой этики, связанных с поведением пользователей в Сети, в том числе журналистов;

3) исследования в области создания и распространения фейковой информации в Сети;

4) частные проблемы цифровой и журналистской этики, например как в исследовании С.С. Распоповой, — о человеке как герое журналистского расследования.

Результаты исследования

Итак, мы рассмотрели в статье обширную группу современных научных работ в области мемов, цифровой и журналистской этики. Определили, что изучение

феномена интернет-мемов сводится к нескольким направлениям исследований: социальным, политическим, лингвистическим и культурным. И если с точки зрения социально-культурного назначения интернет-мем считается отражением творческого начала пользователей, то в политическом дискурсе он является инструментом формирования общественного мнения и создается часто по заказу и специальными технологиями.

Основные направления в цифровой и журналистской этике, которые мы выделили, — это исследования этических кодексов журналистов и этики поведения пользователей в сети Интернет. Многие исследователи соглашаются с тем, что в социальных сетях часто нарушаются этические нормы не только обычными пользователями, но и журналистами. При этом существующие современные журналистские кодексы уже давно дополнены разделами о поведении журналиста в Сети.

В результате изучения различных источников мы пришли к выводу, что авторы трудов рассматривают интернет-мемы с точки зрения этики их применения только косвенно. В основном исследователи изучают, как интернет-мемы влияют на взгляды пользователей в социальных сетях, как они (интернет-мемы) функционируют, какие имеют характерные особенности и отличительные черты и, совсем немного, как регулируются. Труды с анализами этических кодексов в социальных сетях показывают, что в основном внимание авторов сосредоточено на коммуникации пользователей в интернете в целом, этичность или неэтичность интернет-мемов, публикуемые пользователями, не рассматриваются.

Таким образом, мы выявили существенный пробел в исследованиях в области цифровой этики и меметики. Мы считаем, что необходимо продолжать изучение в данном направлении.

Выводы

Таким образом, выдвинутая в начале статьи гипотеза подтвердилась, основная цель статьи достигнута, а задачи выполнены.

Важное наблюдение мы сделали, исходя из выводов в представленных научных трудах: практически все авторы приходят к одной мысли — необходимо повышать медиаграмотность населения. И с этим нельзя не согласиться, поскольку соблюдение этических норм напрямую зависит от уровня образования населения и заинтересованности современного человека в знаниях. В сложившихся условиях необходимо продолжать работу с молодежными организациями, усиливать и прививать интерес к получению знаний, которые не только помогут молодым специалистам реализоваться в жизни, но принесут пользу обществу.

Литература

- Анисимова, Е. Е. (2003). *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов)*. М.: Академия.
- Артамонов, Д. С., Фролова, С. М. (2020). Интернет-мем в системе социальной мифологии цифровой эпохи. *Общество: философия, история, культура*, 11 (79), 13–17.
- Будовская, Ю. В. (2013). *Меметический подход к изучению принципов распространения информации в социальных сетях и социальных медиа*. Дис. ... канд. филол. наук. М.
- Выходец, Р. С., Шляпников, В. В. (2021). Краткий исторический обзор исследований в области цифровой этики. *Общество. Среда. Развитие*, 4, 43–47.

- Габриелян, О. А., Гаспарян, М. В. (2022). Система автоматизированного мониторинга политических интернет-мемов в социальных сетях. *Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Философия. Политология. Культурология*, 3, 106–121.
- Горошко, Е. И. (2007). *Теоретический анализ Интернет-жанров: к описанию проблемной области*. Электронный ресурс <https://www.textology.ru/article.aspx?aId=77>.
- Данилевская, Н. В. (2023). Аргументы vs эмоции: аргументативные модели как инструмент идеологического противоборства в массмедиа. *Медиалингвистика*, 2 (10), 148–165.
- Докинз, Р. (1993). *Эгоистичный ген*. М.: Мир.
- Запывалов, Д. А. (2022). Интернет-мем как объект судебной лингвистической экспертизы по уголовным делам. *Аграрное и земельное право*, 11 (215), 188–189.
- Заславнов, Д. А. (2022). Отличия правдивой информации от лживой в современных СМИ. *Russian Linguistic Bulletin*, 4 (32), 1–4.
- Канашина, С. В. (2019). Интернет-мем как медиатекст. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика*, 1 (19), 107–112.
- Канашина, С. В. (2022). Интернет-мем и юмор. *Вопросы журналистики, педагогики, языкознания*, 2 (41), 317–328.
- Колтунова, М. В. (2015). Медиамемы в политическом пропагандистском дискурсе. *Медиалингвистика*, 3 (9), 85–92.
- Комарова, Е. В. (2023). Проблема цифрового этикета в русских и английских медиатекстах: на материале миграционного дискурса. *Медиалингвистика*, 2 (10), 253–264.
- Костоглолов, Д. А. (2021). Историческое сознание в интернет-мемах: к постановке проблемы. *Вестник РГГУ. Литературоведение. Языкознание. Культурология*, 9, 126–138.
- Кужелева-Саган, И. П. (2022). Социальные сети как пространство реализации стратегических коммуникаций и ведения меметических войн. *Коммуникология*, 1 (10), 65–79.
- Курячьева, М. М. (2018). К проблеме социального взаимодействия молодежи в социальных сетях. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*, 6, 49–52.
- Левченко, М. Н., Изгаршева, А. В. (2018). Креолизованный текст в системе «Интернет». *Вестник Московского государственного областного университета*, 4, 200–216.
- Лукинова, О. В. (2020). *Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете*. М.: ОДРИ.
- Назарова, Ю. В., Толкачев, Е. А. (2021). Профессиональная этика журналиста в контексте конфликта интересов (на основе российского и британского опыта). *Манускрипт*, 6 (14), 1134–1137.
- Распопова, С. С. (2022). Человек в российских медиа: этический аспект. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 3 (45), 175–183.
- Рыжков, К. Л. (2021). Интернет-мемы как новое социально-культурное явление. *Человек и культура*, 4, 143–148.
- Свитич, Л. Г., Чеботарев, О. Ю. (2022). Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 1 (43), 158–175.
- Скоробогатов, В. В., Сухарева, Е. С. (2021). Интернет-мем как механизм формирования общественного мнения о политических явлениях. *Общество: политика, экономика, право*, 6, 26–30.
- Смеюха, В. В. (2019). Поведение аудитории в социальных сетях: этический аспект. *Социально-гуманитарные знания*, 8, 84–93.
- Смирнова, О. В., Шкондин, М. В., Денисова, Г. В., Стебловская, С. Б. (2022). Индикаторы конфликтности в российском медиадискурсе: анализ интернет-мемов. *Вопросы теории и практики журналистики*, 1 (11), 41–58.
- Чеботарев, О. Ю. (2020). Журналистская этика в цифровой среде: адаптация журналистских кодексов к новым медиа. *Социально-гуманитарные знания*, 4, 341–349.
- Чернобровкина, Н. И. (2022). Этический контроль распространения информации в цифровом пространстве: постановка проблемы. *Философия права*, 2 (101), 48–53.
- Шомова, С. А. (2018). *Мемы как они есть*. М.: Аспект Пресс.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Leiser, A. (2022). Psychological Perspectives on Participatory Culture: Core Motives for the Use of Political Internet Memes. *Journal of Social and Political Psychology*, 1 (10), 236–252.
- Maner, W. (1980). *Starter Kit in Computer Ethics*. Hyde Park, NY: Helvetia Press and the National Information and Resource Center for Teaching Philosophy.
- Moor, J. (1985). What Is Computer Ethics? *Metaphilosophy*, 4 (16), 266–275.
- Ross, A. S., Rivers, D. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 US Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, 16, 1–11.

- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press Essential Knowledge Series. Cambridge: MIT Press.
- Weizenbaum, J. (1976). *Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation*. San Francisco, California: W.H. Freeman & Co.
- Wiener, N. (1948). *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*. New York: John Wiley & Sons Inc.

Статья поступила в редакцию 7 марта 2023 г.;
рекомендована к печати 14 июля 2023 г.

Контактная информация:

Гликina Анна Владимировна — аспирант; ania_glikina@mail.ru

The internet-meme and the ethics: A review of scientific research for 2018–2022

A. V. Glikina

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Glikina A. V. (2023). The internet-meme and the ethics: A review of scientific research for 2018–2022. *Media Linguistics*, 10 (4), 538–553. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.406> (In Russian)

The article accumulates, systematizes and qualifies the most significant modern and relevant scientific works in the field of digital ethics and memetics over the past five years by means of a semisystematic analysis. This method allows us to consider various areas of research for a specified period and provide an overview of scientific sources on issues of digital ethics and memetics. The studies reviewed by the author were selected on scientific and technical bases as eLibrary, CyberLeninka and CORE according to the following keywords: Internet meme, memetics, digital ethics, ethics of a journalist, social networks. The author's focus is on identifying gaps in research on both internet memes and digital ethics. The author aims to identify different aspects of the relationship between the Internet meme and the ethics of its creation and distribution, as well as to outline the prospects for further research of the problems raised. The presented article specifies the range of existing semantic gaps in scientific concepts and identifies the main lines of development of the problem. As a result of the study the author notes that the study of creolized texts comes down to three problematic issues: how they influence the user's picture of the world, how they become popular and who creates them. At the same time, the ethical side of the issue is not touched upon by the authors in their works. Most scholarly articles on digital ethics and journalism ethics boil down to three areas: analysis of codes of ethics, analysis of user behavior on social networks and analysis of the spread of fake information online. Thus, the author concludes that digital ethics scholars almost never consider Internet memes as a subject of study, and vice versa, researchers of Internet memes rarely address ethical issues in their works.

Keywords: internet-meme, digital ethics, journalistic ethics, social media, memetics.

References

- Anisimova, E. E. (2003). *Text linguistics and intercultural communication (based on creolized texts)*. Moscow: Akademiia Publ. (In Russian)
- Artamonov, D. S., Frolova, S. M. (2020). Internet meme in the system of social mythology of the digital age. *Obshchestvo: Flosofiia, istoriia, kul'tura*, 11 (79), 13–17. (In Russian)
- Budovskaya, Y. V. (2013). *A memetic approach to the study of the principles of information dissemination in social networks and social media*. PhD thesis. Moscow. (In Russian)

- Chebotaev, O. Y. (2020). Journalistic ethics in digital environment: adaptation of journalistic codes to new media. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniia*, 4, 341–349. (In Russian)
- Chernobrovkina, N. I. (2022). Ethical control of information dissemination in digital space: Posing the problem. *Filosofia prava*, 2 (101), 48–53. (In Russian)
- Danilevskaya, N. V. (2023). Arguments vs emotions: argumentative models as a tool of ideological confrontation in the mass media. *Media Linguistics*, 2 (10), 148–165. (In Russian)
- Dawkins, R. (1993). *The Selfish Gene*. Moscow: Mir Publ. (In Russian)
- Gabrielyan, O. A., Gasparyan, M. V. (2022). System of automated monitoring of political internet memes in social networks. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo. Filosofii. Politologii. Kul'turologiia*, 3, 106–121. (In Russian)
- Goroshko, E. I. (2007). *Theoretical analysis of Internet genres: Towards a description of the problem area*. Retrieved from <https://www.textology.ru/article.aspx?aId=77>. (In Russian)
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kanashina, S. B. (2019). Internet meme as a mediatext. *Izvestiia Saratovskogo universiteta. Novaia seriia. Seriia: Filologii. Zhurnalistika*, 1 (19), 107–112. (In Russian)
- Kanashina, S. V. (2022). Internet meme and humor. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, iazykoznaviia*, 2 (41), 317–328. (In Russian)
- Koltunova, M. V. (2015). Mediamemes in political propaganda discourse. *Media Linguistics*, 3 (9), 85–92.
- Komarova, E. V. (2023). The problem of digital etiquette in Russian and English media texts: Based on migration discourse. *Media Linguistics*, 2 (10), 253–264. (In Russian)
- Kostoglotov, D. A. (2021). Historical consciousness in Internet memes: To the statement of the problem. *Vestnik RGGU. Literaturovedenie. Iazykoznanie. Kul'turologiia*, 9, 126–138. (In Russian)
- Kuryachieva, M. M. (2018). To the problem of social interaction of young people in social networks. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, 6, 49–52. (In Russian)
- Kuzheleva-Sagan, I. P. (2022). Social networks as a space for strategic communication and memetic warfare. *Kommunikologii*, 1 (10), 65–79. (In Russian)
- Leiser, A. (2022). Psychological Perspectives on Participatory Culture: Core Motives for the Use of Political Internet Memes. *Journal of Social and Political Psychology*, 1 (10), 236–252.
- Levchenko, M. N., Izgarsheva, A. V. (2018). Creolized text on the Internet. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, 4, 200–216. (In Russian)
- Lukina, O. V. (2020). *Digital etiquette. How not to annoy each other on the Internet*. Moscow: ODRI Publ. (In Russian)
- Maner, W. (1980). *Starter Kit in Computer Ethics*. Hyde Park: Helvetia Press and the National Information and Resource Center for Teaching Philosophy.
- Moor, J. (1985). What Is Computer Ethics? *Metaphilosophy*, 4 (16), 266–275.
- Nazarova, Y. V., Tolkachev, E. A. (2021). Professional ethics of journalist in the context of conflict of interest (based on Russian and British experience). *Manuskript*, 6 (14), 1134–1137. (In Russian)
- Raspopova, S. S. (2022). Man in Russian media: an ethical aspect. *Znak: Problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 3 (45), 175–183. (In Russian)
- Ross, A. S., Rivers, D. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 US Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, 16, 1–11.
- Ryzhkov, K. L. (2021). Internet memes as a new socio-cultural phenomenon. *Chelovek i kul'tura*, 4, 143–148. (In Russian)
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture. MIT Press Essential Knowledge Series*. Cambridge: MIT Press.
- Shomova, S. A. (2018). *Memes as they are*. Moscow: Aspekt Press. (In Russian)
- Skorobogatov, V. V., Sukhareva, E. S. (2021). Internet meme as a mechanism of public opinion formation on political phenomena. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo*, 6, 26–30. (In Russian)
- Smeyukha, V. V. (2019). Audience behavior in social networks: An ethical aspect. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniia*, 8, 84–93. (In Russian)
- Smirnova, O. V., Shkondin, M. V., Denisova, G. V., Steblovskaia, S. B. (2022). Indicators of conflict in Russian media discourse: Analysis of internet memes. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 1 (11), 41–58. (In Russian)
- Svitich, L. G., Chebotaev, O. Y. (2022). International and regional journalistic codes: A content analysis study. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 1 (43), 158–175. (In Russian)
- Vykhodets, R. S., Shliapnikov, V. V. (2021). A brief historical overview of research in digital ethics. *Obshchestvo. Sreda. Razvitie*, 4, 43–47. (In Russian)

- Weizenbaum, J. (1976). *Computer Power and Human Reason: From Judgment to Calculation*. San Francisco, California: W. H. Freeman & Co.
- Wiener, N. (1948). *Cybernetics: or Control and Communication in the Animal and the Machine*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Zapivalov, D. A. (2022). Internet meme as an object of complex linguistic expertise in criminal cases. *Agrarnoe i zemel'noe pravo*, 11 (215), 188–189. (In Russian)
- Zaslavnov, D. A. (2022). Distinctions of truthful information from false information in modern mass media. *Russian Linguistic Bulletin*, 4 (32), 1–4. (In Russian)

Received: March 7, 2023

Accepted: July 14, 2023

Author's information:

Anna V. Glikina — Postgraduate Student; ania_glikina@mail.ru