

УДК 130.2

DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-49-56

ДИСТОПИЯ В МЕМАХ ИЛИ МЕМЫ В ДИСТОПИИ? РАЗМЫШЛЕНИЯ О ЦИФРОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Пеннер Регина Владимировна – кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры философии. Южно-Уральский государственный университет. 454080, Российская Федерация, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76; e-mail: pennerrv@susu.ru

Статья продолжает размышления о плане репрезентации антиутопии в мемах. В статье предлагается обратиться к мемам не только с позиции плана выражения. Мемы рассматриваются как составная часть цифровой реальности и культуры. Через обращение к работам медиаисследователей, а точнее Н. Коулдри и А. Хеппа с концепцией «медиатизации» и Й. ван Дийк с концептом «connection», обосновывается идея о том, что медиа (прежде всего – цифровые медиа) не являются более безучастными проводниками информации. Наоборот, посредством алгоритмов, что получены на основе обработки больших данных информации, они оказываются способными корректировать и регулировать жизнь человека и общества. Это побуждает задаться вопросами о возможности того, не обернулась ли цифровая реальность проектом реализовавшейся дистопии, и взглянуть на мемы как вариант выражения свободы пользователями сети.

Ключевые слова: мем, цифровой продукт, дистопия, цифровая культура, цифровая реальность, медиатизация, связь, подключение

Цитирование: Пеннер Р.В. Дистопия в мемах или мемы в дистопии? Размышления о цифровой культуре // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2022. Т. 5. № 1. С. 49-56. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-49-56

DYSTOPIA IN MEMES OR MEMES IN DYSTOPIA? REFLECTIONS ON DIGITAL CULTURE

Regina V. Penner – PhD in Philosophy, associate professor, Department of Philosophy. South Ural State University (National Research University). 76 Lenin Ave., Chelyabinsk, 454080, Russian Federation; e-mail: pennerrv@susu.ru

The article continues reflections on the plan for the representation of dystopia in memes. The article proposes to refer to memes not only through the plan of expression, but rather consider them as an integral part of digital reality and culture. By referring to the works of media researchers, such as N. Couldry and A. Hepp with the concept of “mediatization” and J. van Dijk with the concept of “connection”, the idea is introduced that media (primarily digital media) are no longer indifferent conductors of information. On the contrary, by means of algorithms that are obtained on the basis of processing Big Data, they are able to correct and regulate the life of a person and

society. This prompts us to ask questions about the possibility of whether digital reality has turned into a project of a realized dystopia, and to look at memes as a way for web users to express freedom.

Keywords: memes, digital product, dystopia, digital culture, digital reality, mediatization, connectivity, connectication

For References: Penner, Regina. 2022. Dystopia in memes or memes in dystopia? Reflections on digital culture, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 5 (1): 49-56. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-49-56 (In Russian).

Введение

Представления о том, что будущее человечества может быть не таким солнечным, как того хотелось бы, уже давно обосновались на страницах художественной литературы. В XX в. они плавно перекочевали на большой и телевизионный экраны, на страницы журналов-комиксов. У этих представлений есть разные имена: дистопия, антиутопия, какотопия. Уху русскоязычного читателя привычным стало второе имя из перечисленных. Важно же то, что эти представления результируют тот образ будущего, что тревожит или страшит писателя и создан, чтобы напугать (а по большому счету – предложить задуматься о вопросах, какими будет человек и общества завтра и возможно ли это предотвратить) читателей и зрителей.

Дистопические сюжеты не утрачивают актуальности сегодня. Наоборот, сама реальность (последние пару лет – пандемия Covid-19) подкидывает новые идеи, заставляющие переживать о своем завтра. Одновременно с этим в цифровую эпоху большая часть человечества вошла в режим «онлайн». В сети человек получает информацию о мире и оставляет информацию о самом себе. Ежегодно растет количество пользователей социальных сетей. В них пользователи не только обмениваются приватным – они включены в публичность, размышляя о злободневном. В сети возможны различные реакции на злобу дня, от «лайка» и «шеринга» до развернутого комментария и даже творчества. Излюбленной формой творения и самовыражения своего мнения в сети является мем.

В своей статье А.А. Дыдров задается вопросом о том, как существуют дистопические идеи и сюжеты в формате мемов. Следуя логике структуралистов и постструктуралистов, он определяет мем как знак, денотативный план которого вносит существенные коррективы в дистопическое содержание. Однако, на мой взгляд, тема дистопий и мемов выходит далеко за пределы сосредоточения на плане репрезентации. Во-первых, сам цифровой контекст подбрасывает исследователям вопросы, в том числе, дистопического характера, о том, не является ли тотальный онлайн тем раскрытым приватным, о чем предупреждали писатели еще век назад («розовые шторы» Е. Замятина, «телекраны» Дж. Оруэлла, сексуальная

и консьюмеристская свободы у О. Хаксли). Сегодня мы разгуливаем со включенной геолокацией, и становится даже как-то неудобно возмущаться на тему того, что «Большой Брат следит за тобой». Во-вторых, формат цифрового контента привлекает внимание сам по себе. Информация, что распространяется сегодня, существует в рамках точных алгоритмов. К примеру, тот же мем представляет собой картинку (или ограниченный ряд картинок) и надпись на ней. Ничего кроме. Более того, репрезентируется он той аудиторией, что таргетирована; в этом случае содержание контента будет понято его получателем и, возможно, получит еще большее распространение (через «шеринг» своим цифровым «френдам»). Отсюда можно сформулировать исследовательский вопрос: не является ли цифровой контент, в том числе, мемы, репрезентацией того, что социальные практики (по крайней мере – некоторые) становятся дистопическими («промывание мозгов», «массовое оболванивание», разрушение мнения единицы знанием большинства). Наконец, в-третьих, мемы в отличии от архитектуры социальных сетей, например, создаются самими пользователями, а не технологическими корпорациями. Здесь я наблюдаю надежду на то, что мем может быть определен как оплот свободы (выражение своего мнения и своих ценностей) в ситуации цифрового настоящего, что через свои отдельные черты может прочитываться как дистопийное.

Волны медиатизации: от книги к мему

В далеком 1966 г. в свет вышла работа П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности». В определенном смысле она революционизировала понимание исследователей отдельных социальных практик и общества в целом, утвердив взаимовлияние человека и общества. Социальный конструкт, как и само общество, не есть нечто предустановленное; это своего рода эволюция социальной практики к социальному образцу. Человек в этом смысле играет двоякую роль: с одной стороны, он является порождением социальных конструктов, с другой стороны, он – их автор и творец. Согласно Е. Ним, большим упущением авторов стало то, что они проигнорировали роль и место медиа в своей социальной теории. Вместе с тем она справедливо утверждает, что в социальном конструировании П. Бергера и Т. Лукмана речь вовсе не о медиа. Прежде всего, это история об intersubъективном мире; она о том, что некоторые акты социальных субъектов становятся повторяемыми: только типизировавшись, они превращаются во внешнее, обязательное к исполнению большинство.

Полстолетия спустя, в 2016 г., в свет вышла работа Н. Коулдри и А. Хеппа «Медийное конструирование реальности» [Couldry, 2016]. Если авторы теории социального конструкционизма были уверены в том, что мир людей творится самими людьми, точнее – природой и спецификой их взаимодействия в пространствах при-

ватности и публичности, – то авторы концепции медиатизации предлагают скорректировать исследовательскую оптику, введя в нее элементы материалистической феноменологии. Речь идет о медиатехнологиях, что не просто присутствуют в мире человека, но оказывают все большее влияние на конструирование человеком собственной реальности. Яркую иллюстрацию через социальные сети предложил А.О. Лемпий. Он сравнил пользователя социальной сети с подростком [Лемпий, 2014]. Подросток занимается строительством своего мира в четко ограниченном пространстве; у него есть своя комната, где он может расставить мебель по своему вкусу, развесить постеры или картинки по стенам, но не может очистить свою комнату от интегральных предметов (к примеру, кровати, шкафа или рабочего стола) или вообще вывести свой мир за рамки родительской квартиры. Подобное мы наблюдаем в социальных сетях, где регистрация пользователя сведена к заполнению обязательных полей (имя, возраст, образование, аватар), а само присутствие пользователя в сети четко регулируется политикой разработчиков.

Н. Коулдри и А. Хепп утверждают практику медиатизации, согласно которой медиа больше не являются безучастным посредником в коммуникации людей. Сегодня медиа инициируют количественные и качественные изменения в социальной жизни человека (чего стоят одни только мобильные гаджеты). Чтобы занять свое место в мире социальных практик, медиа прошли становление, что Н. Коулдри и А. Хепп именуют «волнами медиатизации». Авторы называют четыре волны [Couldry, 2016, pp. 34–56]:

Первая – механизация – с XV в. – печатный станок и печатные книги;

Вторая – электрификация – рубеж XIX-XX вв. – передача информации как электрический сигнал: от телеграфа и телефона до кинематографа и телевидения;

Третья – диджитализация – со второй половины XX в. – развитие интернета и соответственно системы мгновенной коммуникации;

Четвертая – XXI в. – датификация – оперирование большими объемами информации, Big Data, развитие интернета вещей.

Исследователи подмечают, что с эволюцией медиа мир людей и их поведение в этом мире становятся все более контролируемы. О. Горюнова обосновывает идею контроля через понятие «цифровой субъект». На поверхности цифровой субъект есть сумма цифровых следов, что оставляет человек в сети. Но если копнуть глубже, то оказывается, что на практики человека в сети влияют многие факторы, которые вовсе не фундированы желаниями и интересами субъекта реального. На семинаре, инициированном Институтом философии РАН, О. Горюнова пояснила идею цифрового субъекта через конструкцию идеального маркетингового субъекта, что был использован политтехнологами при подготовке референдума по выходу Великобритании из Европейского Союза

в 2016 г. [Институт философии РАН, 2021, web]. Тогда политтехнологи обратились не только к живым экспертным голосам политиков и экономистов, но к сконструированному избирателю, «среднему» британцу, «такому же, как все простые избиратели», кто знает, как он проголосует и почему. Позиция сконструированного «мистера Джонсона» стала вирусно распространяться по неофициальным цифровым каналам, социальным сетям, форумам и чатам.

В размышлении о специфике функционирования новых медиа Н. Коулдри и А. Хепп формулируют свои опасения по поводу того, что социальная реальность выходит из-под власти человека [Couldry, 2016]. Само поведение, публичная и приватная стороны его жизни все активнее встраиваются в алгоритмы, что осуществляются технологическими монополистами, корпоративными транснациональными гигантами из сферы цифровых технологий. Подобную идею развивает в своих кейсах Й. ван Дийк.

Цифровое как дистопическое

Ориентируясь на статью Л. Гросмана, что была опубликована в «Time Magazine» в декабре 2014 г., Й. ван Дийк собирает кейс о «Facebook» и М. Цукерберге. Она фокусирует внимание на деятельности некоммерческого образования Internet.org, которое было запущено в 2014 г. по инициативе «Facebook» с целью создать коалицию компаний из сферы High Tech для распространения сети интернет в экономически и технологически неразвитых частях мира. В 2014 г. М. Цукерберг пригласил в коалицию компании «Nokia», «Samsung» и «Qualcomm»; на тот момент их внимание было сосредоточено на некоторых районах Азии.

Миссия проекта состояла в том, чтобы сделать жизнь человека из «Третьего мира» лучше, подключив его к интернету. Как утверждает Й. ван Дийк, на деле все оказалось не так просто. В официальном заявлении от Internet.org, цель проекта была сформулирована следующим образом: «Если первое десятилетие было началом процесса соединения мира, то следующее десятилетие помогает соединить людей, которые еще не подключены, и наблюдать за тем, что происходит»¹ [Grosman, web]. Здесь Й. ван Дийк «запинается» на том, что «Facebook» собрался «наблюдать за тем, что происходит». Встал разумный прикладной вопрос, как будет осуществляться это наблюдение. Ответ не заставил себя долго ждать. В прокладывании сети интернет в отдельных азиатских регионах «Facebook» контролировал всю технологическую базу, которая помимо непосредственно проводов и вышек включала в себя те гаджеты, что раздавались жителям этих районов, и те приложения, что уже были установлены на гаджеты. Поскольку все приложения дарованных гаджетов были прямо или косвенно связаны с корпо-

¹ If the first decade was starting the process of connecting the world, the next decade is helping connect the people who are not yet connected and watching what happens.

рацией «Facebook», получается, что М. Цукерберг монополизировал, с одной стороны, информационный рынок для жителей тех районов, где провели интернет; с другой стороны, он получил доступ к их цифровым следам.

Такая интерпретация деятельности Internet.org побудила Й. ван Дийк развести понятия «connectivity» (связь) и «connectication» (подключение). Для русскоязычных глаза и уха разница между ними не кажется столь острой. Тем не менее, она есть. Connectivity предполагает не только технологический срез связи. Речь вообще не о нем. Речь о связи людей друг с другом. Отсюда изначальная (декларируемая) цель социальных сетей в том, чтобы быть на связи (в контакте) с теми, с кем ты разделен, например, государственными границами. В свою очередь, connectication указывает именно на технологический уровень связи, то есть непосредственно на обладание гаджетом с выходом в интернет, где нет намека на экзистенциальную близость.

Проблема, что порождена деятельностью «Facebook» и иных технологических монополистов, по мысли Й. ван Дийк, в том, что они совершают подмену понятий, точнее – феноменов как результатов своей деятельности. На уровне риторики фигурируют connection и connectivity, на уровне практики оказывается connectication. Говорит ли это нам о том, что мы уже живем в дистопии? Наверное, нет. Однако само наличие подобных фактов указывает на то, что цифровое пространство – не такой уж абстрактный объект. За ним стоят конкретные агенты, корпорации и люди со своими задачами (agenda), которые могут быть завуалированы планом риторики. Поэтому пользователям социальных сетей остается утверждать свою свободу в сети всеми возможными способами, в том числе, через мемы (meme making'ом).

Отчасти об этом работа группы ученых из Израиля, что ставит проблему понимания интернет-мемов через цифровые группы [Segev et al., 2015]. E. Segev с соавторами, опираясь, в том числе, на аналитику Big Data, приходят к выводу, что интернет-мемы можно прочитывать в их связи друг с другом, через принадлежность к более широким цифровым образованиям, которые называются исследователями «семьями» и «сетями». Принадлежность конкретного мема к семье или сети осуществляется не только через сплоченность, но и на основе уникальности самого мема, а точнее – того заявления, что вкладывает в него автор.

Краткое заключение

Наверное, задаваясь вопросом о плане репрезентации классических и новых дистопий в формате мемов, автор дискуссионной статьи не задумывался о связи цифрового настоящего с самой дистопией. Возможно, этой связи вовсе нет; возможно, это только выражение алармистских настроений отдельных ученых. Важно же

то, что в контексте этой дискуссии перед нами встает ряд актуальных вопросов:

- о природе цифровой реальности;
- о ключевых субъектах и агентах цифровой коммуникации;
- наконец, о специфике оригинальных цифровых произведений, в том числе, мемов.

Думаю, что философам есть, что предложить развивающемуся социально-гуманитарному дискурсу исследований цифры.

Информация о финансировании исследования

Работа выполнена при поддержке гранта Президента РФ для молодых ученых-кандидатов наук МК-2592.2022.2 «Цифровая антропология: теоретические и прикладные аспекты».

Funding

The research was supported by the grant of the President of the Russian Federation for young scientists-PhDs МК-2592.2022.2 “Digital Anthropology: Theoretical and Applied Aspects”.

Информация о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов

Declaration of Conflicting Interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Список литературы

Бергер, 1995 – *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

Институт философии РАН, 2021, web – Горюнова О. Цифровой субъект: абстракции данных, поэтика идеализации и эстетика признания (теоретический семинар) // *Институт философии РАН*, 20 мая 2021. URL: https://iphras.ru/20_05_2021.htm (дата обращения: 09.02.2022).

Лемпий, 2014 – *Лемпий А. О.* Я сам и мой гаджет: к вопросу о влиянии персональной техники на идентичность личности // *Идеи: Философское списание*. 2014. № 2. С. 24–29.

Ним, 2017 – *Ним Е.* (Не)социальное конструирование реальности в эпоху медиатизации // *Социологическое обозрение*. 2017. №3. С. 409–427.

Couldry, 2016 – *Couldry N., Hepp A.* The Mediated Construction of Reality. Cambridge: Polity Press, 2016. 256 p.

Goriunova, 2019 – *Goriunova O.* The Digital Subject: People as Data as Persons. Theory, Culture and Society. 2019. Vol. 36. No. 6. P. 125–145. doi:10.1177/0263276419840409.

Grosman, 2014, web – Grosman L. Inside Facebook's plan to wire the world // *Time Magazine*, December 15, 2014. URL: <http://time.com/facebook-world-plan> (дата обращения: 09.02.2022).

Segev et al., 2015 – Segev E., Nissenbaum A., Stoler N., Shifman L. Families and networks of Internet memes: The relationship between cohesiveness, uniqueness, and quiddity concreteness // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2015. Vol. 20. No. 4. P. 417–433. doi:10.1111/jcc4.12120.

van Dijck, 2013 – van Dijck J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. N. Y.: Oxford University Press, 2013. 240 p.

van Dijck, 2015 – van Dijck J. After connectivity: The era of connectication // *Social Media and Society*. 2015. Publ. online April 2015. <https://doi.org/10.1177/2056305115578873>.

References

Berger, P.L., Luckmann, T. *Sostialnoe konstruirovaniye realnosti* [The Social Construction of Reality] / transl. from Engl. Moscow: Medium Publ., 1995. (In Russian)

Couldry, N., Hepp, A. *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity Press, 2016.

Goriunova, O. “The digital subject: People as data as persons”, *Theory, Culture and Society*, 2019, vol. 36, no. 6, pp. 125–145. doi:10.1177/0263276419840409.

Goriunova, O. “Tsifrovoy subjekt: abstraktsii dannyykh, poetika idealizatsii i estetika priznaniya” [Digital subject: Data abstractions, poetics of idealization and aesthetics of recognition]: theoretical seminar, *Institute of Philosophy RAS*, May 20, 2021. Available at: https://iphras.ru/20_05_2021.htm (accessed on February 2, 2022). (In Russian)

Grosman, L. “Inside Facebook's plan to wire the world”, *Time Magazine*, December 15, 2014. Available at: <http://time.com/facebook-world-plan> (accessed on February 9, 2022).

Lempiy, A.O. “Ya sam i moy gadzhet: k voprosu o vliyaniy personalnoy tekhniki na identichnost lichnosti” [Me and my gadget: on the question of the influence of personal technology on personal identity], *Idei: Filosofskoe spisaniye* [Ideas: Philosophical Revocation], 2014, no. 2, pp. 24–29. (In Russian)

Nim, E. “(Ne)sotsialnoe konstruirovaniye realnosti v epokhu mediatizatsii” [(Un)social construction of reality in the era of mediatization], *Sotsiologicheskoye obozreniye* [Russian Sociological Review], 2017, no. 3, pp. 409–427. (In Russian)

Segev, E., Nissenbaum, A., Stoler, N., Shifman, L. “Families and networks of Internet memes: The relationship between cohesiveness, uniqueness, and quiddity concreteness”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2015, vol. 20, no. 4, pp. 417–433. doi:10.1111/jcc4.12120.

van Dijck, J. “After connectivity: The era of connectication”, *Social Media and Society*, publ. online April 2015. doi: 10.1177%2F2056305115578873.

van Dijck, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. New York, NY: Oxford University Press, 2013.

Поступила в редакцию: 08.03.2022