

**Санкт-Петербургский государственный университет**

На правах рукописи

Зиновьева Надежда Андреевна

**ТРАНСЛЯЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНЫХ КОДОВ В СОЗДАНИИ  
ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОДУКТА:  
АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ**

Специальность 22.00.06 - Социология культуры

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата социологических наук

**Санкт-Петербург 2016**

**Работа выполнена на кафедре социологии культуры и коммуникаций  
факультет социологии ФГБОУ «Санкт-Петербургский  
государственный университет»**

**Научный руководитель:** доктор философских наук,  
профессор, Кафедра социологии  
культуры и коммуникаций  
Василькова Валерия Валентиновна

**Официальные оппоненты:** **Тульчинский Григорий Львович** –  
доктор философских наук, профессор,  
Кафедра прикладной политологии  
Национального исследовательского  
университета «Высшая школа  
экономики»

**Биккулов Александр Сергеевич** –  
кандидат социологических наук,  
начальник Отдела содействия  
проектной деятельности  
подразделений Санкт-Петербургского  
национального исследовательского  
университета информационных  
технологий, механики и оптики

**Ведущая организация:** ФГАОУ ВО «Уральский федеральный  
университет имени первого  
президента России Б.Н. Ельцина».

Защита состоится 18 октября 2016 года в \_\_\_\_\_ часов на заседании  
Совета по защите докторских и кандидатских диссертаций Д 212.232.06  
при Федеральном государственном бюджетном образовательном  
учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский  
государственный университет» по адресу: 191124, Санкт-Петербург, ул.  
Смольного, д. 1/3, 9 подъезд, ауд. \_\_\_\_\_

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке им.  
М.Горького Санкт-Петербургского государственного университета  
(Университетская набережная, д. 7/9).

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

Ученый секретарь совета Д 212.232.06 \_\_\_\_\_ С.Д.Савин

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** Человечество всегда стремилось преодолеть барьеры в распространении информации, поскольку свободная трансляция сообщений во времени и пространстве способствует решению проблем, связанных с улучшением образования, накоплением экономических ресурсов, политическим участием, творчеством и т.д. Появившиеся в конце XX в. технологии связи внесли свой вклад в оптимизацию процесса коммуникации, но породили и проблемы. С одной стороны, мы имеем возможность общения, не взирая на время и пространство, нам доступно большое количество информации и палитра точек зрения, мы можем не только получать, но и быть авторами тиражируемой информации. Но, с другой стороны, у людей, перенасыщенных информацией, формируется нечувствительность к действительно важным событиям, становится тяжело привлечь внимание к значимым и требующим решения социальным проблемам. Сегодня, для того чтобы быть замеченной, информация должна попасть в зону межличностных коммуникаций, стать передаваемой, обсуждаемой, следовательно, она должна обладать особыми характеристиками. Можно заметить, что актуальным становится изучение новых принципов распространения информации в информационно перегруженном обществе. Феноменами, воплощающими принципы развития информационных процессов XXI-го века, являются мемы и, в частности, интернет-мемы.

Мемы в классическом понимании – это единицы культурной информации, передаваемые от человека к человеку посредством имитации. По сравнению с мемами вообще, интернет-мемы обладают своей специфической формой и каналом распространения – сетью Интернет. Мемы вообще и интернет-мемы в частности уже стали предметом междисциплинарного анализа, однако для социологии это явление до сих пор остаётся малоизученным. Между тем, социологическое изучение мемов и интернет-мемов актуально, так как позволяет по-новому взглянуть на процессы распространения информации в обществе, трансляцию и трансформацию культуры, принципы выделения значимых идей и способов их воздействия на индивидуальное сознание. У социологии есть необходимый понятийный аппарат, позволяющий описывать изменения,

происходящие с обществом и культурой под влиянием новых технологий коммуникации, применение которого к изучению мемов значительно обогатит их исследования.

Актуальность теме диссертации придаёт и выбранный фокус исследования – трансляция социокультурного кода в создании информационных продуктов. Принципы наполнения того или иного информационного продукта смыслом, актуальным для общества настолько, что объект начинает широко распространяться, представляют не только научную ценность, но и практическую значимость. Анализ того, как происходит трансляция социокультурного кода и идей через интернет-мемы, имеет значение для всех специалистов, связанных с информационной и идеологической работой.

Мемы и интернет-мемы – это информационные продукты, обладающие своей спецификой: их социокультурные коды могут трансформироваться, порождать новые интерпретации события, персоны, исторического факта. Такие интерпретации могут полностью изменить изначальный смысл базового изображения (новости, события), поэтому механизм трансформации смысла сообщения посредством изменения его структуры (внедрения интернет-мема) представляется актуальным для изучения. Полученный инструментарий может быть полезен для планирования рекламных и PR-компаний, а так же различных направлений социальной политики.

### **Степень изученности и разработанности проблемы.**

Разработка заявленной темы охватывает целый ряд научных контекстов и исследовательских полей. Само понятие «мема» как феномена репликации единиц информации возникло в середине 1970-х годов (Р.Докинз) на основе эволюционной эпистемологии, поэтому все попытки исследования в этой сфере были связаны с применением биологической и эволюционистской методологии к анализу социальных систем и социальной эволюции. Начинали этим заниматься биологи и этологи, среди которых можно назвать Р.Докинза, Э. Осборна Уилсона, Ч. Ламсдена, Л.Кавалли-Сфорцу и М.Фельдмана и др. С точки зрения психологии мемы анализировали Г.Плоткин, С.Блэкмор, А.Менегетти, К.Грейвз и др. С позиций антропологии мемы рассматривали У.Дюрэм, а

потом Д.Гэверер. С позиций аналитической философии мемы изучал Д.Деннет, с позиции информатики и кибернетики – Р.Броуди, с позиции медиаисследований – Д.Рашкофф. Теорию мемов и меметики как отдельной науки развивали Д.Халл, М.Джефрей, Р.Аунгер, Дж.Залески, С.Ф.Голд, М.Ротелла, К.Дистин. Мем-пуллы рассматривал Д.Гэверер. Эти ученые стали классиками, заложившими основы изучения меметики. Далее эти теории применялись к исследованию организаций и управленческих процессов (И.Прайс и Р.Шау, Е.Вос и Б.Келлехер Дж.Викс и К.Галаник и др.), к исследованию структуры и понятий языка (А.Г.Камхи, С.Кирби, Х.Корниш, К.Смит, Р.Эллот и др.). В социологии эволюционистскую методологию вообще и теорию мемов в частности применяли П.Ван ден Берге, Дж. Барков, Э.Кэмпбэлл, М.Блат, П.Марсден, К.Аоки. К теории инноваций и креативного мышления мемы пытались применить Р.Печ и С.Воелпел, Дж.Голденберг и Д.Мазурский. В России изучением мемов занимались В.Рябухина, В.Березин, Е.Поляков (мемы в СМИ), А.Квят (мемы и политический PR). Анализ феномена мемов с позиции когнитивной социологии опирается на разработки Е.Зерубавеля («ментальное сообщество»), С.Московичи («социальные представления»), Р.Д'Андрада (концепция культуры как процесса и как класса явлений), Т.Шварца (пассивная и активная роли человека в культуре) Г.Игнатова и У.Найсера («перцептивные репрезентации»), К.О'Доэрти и А.Лекутер («ментальные категории»), М.В. Сурарева («распределенная когнитивная модель»). Для разработки когнитивного понимания мема использовались идеи С.Х.Ляпина, З.Д.Попова, Н.Н.Болдырева, М.Минского, Т.Ван Дейка, Дж.Лэнгриша и др. Особенности интернет-мемов изучались в основном филологами и журналистами: М.Кронгаузом, Ю.Щуриной и др.

Проблема кода в культуре, позволившая интерпретировать мем как феномен социокультурной трансляции рассматривалась нами на основе работ Ф.де Соссюра, Р.Барта, У.Эко, Ю.Лотмана и В.Н.Степанова, А.Соколова и др. Концепция знаков в культуре была раскрыта благодаря работам М.Петрова, Ч.С.Пирса. Принципы отражения реальности в знаке были почерпнуты из работ Р.Барта, В.Телия. Модели трансляции закодированных сообщений были почерпнуты из трудов К.Шеннона, Р.Якобсона, С.Холла.

Для выявления способов конструирования и воспроизводства интернет-мемов как информационных продуктов, анализа принципов функционирования, особенностей медиасреды Интернета и роли мемов и интернет-мемов в обществе, важны теории индустрии культуры и вирусного распространения информации. Это в первую очередь работы основателей теории индустрии культуры, среди которых Т.Адорно, М.Хоркхаймер, В.Беньямин, Г.Маркузе. Идею о производстве индустрией культуры и культурой индустрии выдвигали К.Негус, С.Фрит, Г.Андерс, Г.Хезмондалш. Новое понимание массового искусства («пермутационного» искусства), к феномену которого мы относим интернет-мемы, предлагает А.Моль. О создании мозаичной картины мира, которую поддерживают, в том числе, интернет-мемы, пишут З.Бжезинский, Дж.Волф, А.Моль. Исследования массовой культуры и создания культурных символов, к которым относятся интернет-мемы, мы находим у Б.Райена, Д.Рисмена, А.Филера, В.Васильева, Л.Саенковой и др. Рассмотрением особенностей интернет-коммуникаций посвятили свое научное творчество М.Маклюэн, М.Кастельс, Э.Гидденс, З.Бжезинский и др. Опора на их идеи позволила нам описать особенности Интернета как канала распространения интернет-мемов. Теории вирусного распространения информации мы находим у П.Марседена, Н.Христакиса и Дж. Фулера, Н.Ходса и К.Лермана, М.Гладуэлла, И.П.Расторгуева. Принципы анализа визуальной культуры раскрывали Н.Мирзоефф, И.Рогофф, А.Бергер, Р.Арнхейм, П.Штомпка, Р.Прозоров, В.Колодий.

Несмотря на многообразие исследований, такие вопросы, как: связи внутренней кодовой организации интернет-мема с его социокультурным наполнением, принципы трансляции интернет-мемом социокультурного кода, а так же алгоритмы изменения информационных продуктов остались в стороне от пристального научного внимания, что и обусловило выбор темы данного диссертации

**Цель диссертационного исследования** состоит в объяснении способов трансляции социокультурных кодов при формировании интернет-мемов.

Для этого необходимо было решить следующие **задачи**:

1. Проанализировать понятия «мем» и «интернет-мем» в рамках различных дисциплинарных подходов.

2. Выявить специфику интернет-мемов как одной из форм мемов.

3. Рассмотреть мем в качестве коммуникативной знаковой системы, выявляя принципы кодирования информации в меме.

4. Охарактеризовать интернет-мем как информационный продукт с позиции теории индустрии культуры.

5. Описать принципы вирусного распространения интернет-мемов.

6. Определить роль интернет-мемов в трансляции и воспроизводстве культуры.

7. Сформулировать методологические принципы исследования интернет-мемов как продуктов визуальной культуры

8. Выявить принципы конструирования и изменения интернет-мема как визуально-текстовой кодовой структуры

9. На основании эмпирических данных осуществить социологическую интерпретацию трансляции социокультурного кода интернет-мема в связи с социальными событиями.

**Объектом исследования** являются интернет-мемы как информационные продукты.

**Предметом исследования** является процесс кодирования социокультурной информации в интернет-меме.

**Теоретическая и методологическая основа исследования.**  
Диссертационное исследование основывается на следующих подходах:

- Когнитивная социология сосредотачивается на социальной обусловленности мышления, что позволяет анализировать механизмы передачи и получения информации индивидом, принципы её отбора и воздействия в связи с деятельностью той или иной социальной общности. Данное методологическое основание позволяет нам интерпретировать мемы как единицы культуры в её когнитивном понимании.

- Структурный подход к анализу культуры позволяет нам рассматривать культуру как систему информационных кодов, закрепляющих социальный опыт в знаковой форме. Структурный подход к культуре выявляет механизмы преобразования внешних импульсов среды в индивидуальные представления, а также механизмы кодирования

индивидуального опыта в доступные общему пониманию знаки и символы. Данная методологическая установка позволяет нам рассматривать мемы и интернет-мемы как закодированные знаки.

- Семиотический подход представляет социум и культуру как знаковые системы, с помощью которых осуществляется производство, хранение и передача информации. Использование семиотического подхода позволяет нам рассматривать мемы и интернет-мемы как знаки, участвующие в производстве, хранении и передачи информации. Эти знаки имеют сложную внутреннюю структуру, особенностью которой является её постоянное творческое изменение.

- Теория индустрий культуры позволяет рассматривать различные культурные образования как продукты и даже как товары. Анализ мемов и интернет-мемов как информационных продуктов с точки зрения теории индустрий культуры, позволяет актуализировать роль создателя мемов, выявить способы конструирования и воспроизводства мемов, принципы функционирования мемов в обществе, указать особенности масс-медиа как среды трансляции мемов.

- Критический подход позволяет рассматривать социальную реальность как пространство для манипуляций одних социальных групп другими. Используя этот подход, мы исследуем, как социальные технологии используют мемы и интернет-мемы для того, чтобы проникнуть к потребителю и навязать свою идеологию, продать услугу или товар.

- Теория вирусного распространения информации представляет модель, копирования информации в контакте с ее носителем и обязательную дальнейшую передачу от человека к человеку. Эта теория позволяет выделить и описать характеристики, необходимые мемам и интернет-мемам, чтобы запустить волну вирусного распространения в социальной среде, а также причины популярности тех или иных мемов, факторы, влияющие на период их существования.

- Используя теоретические основания визуальной социологии, мы рассматриваем визуальные и креолизованные интернет-мемы как средства визуализации опыта, социально-значимой информации, претендующей на истинность, средства демонстрации фокуса интереса сообщества, средства конструирования новых связей, значений и стереотипов. Исследование



визуальной части мема-изображения позволяет выделить в ней структуру, состоящую из изменяющихся элементов, выявить различные области кодирования, интерпретировать связи между ними.

**Методы и методики исследования.** На основе эмпирического материала, автором было проведено два исследования, первое из которых имело целью выявить принципы конструирования интернет-мемов как информационных продуктов. Для этого на основе синтеза структурного подхода, методов визуальной социологии, а также методики анализа креолизованных текстов была разработана авторская комбинированная методика исследования внутренней структуры визуальных и креолизованных интернет-мемов.

Методика исследования включала следующие шаги.

1. Отбор интернет-мемов в соответствии с параметрами «наследственности» и «изменчивости».

2. Разделение выбранных интернет-мемов на креолизованные и визуальные:

3. Анализ структуры интернет-мемов и ее динамики.

4. Типологизация интернет-мемов в соответствии с их структурными характеристиками.

5. Описание способов конструирования интернет-мемов.

Во втором исследовании конкретных кейсов функционирования интернет-мемов использовался интерпретативный метод. Целью исследования была демонстрация процесса трансляции социокультурных кодов от уже существующих интернет-мемов к новым, а также использования социокультурных кодов мемов для интерпретации различных социальных событий.

**Эмпирическая база исследования.**

Для анализа были использованы визуальные и креолизованные (изображение+текст) интернет-мемы, размещенные в популярных юмористических группах в социальной сети ВКонтакте: «МДК» (<https://vk.com/mdk>) – 7 174 423 подписчиков на начальный момент исследования; «МДК» (<https://vk.com/mudachyo>) – 3 337 013 подписчиков на начальный момент исследования. Выбор в качестве ресурса социальной сети «ВКонтакте» обусловлен тем, что в данной сети зарегистрировано и

активно наибольшее количество русскоязычных пользователей, создающих и потребляющих интернет-мемы. Выбор групп продиктован их наибольшей популярностью, что отражается в количестве подписчиков. Кроме того, эти группы имеют аналоги в других социальных сетях со сходным контентом, что увеличивает аудиторию. Сроки открытия социологического поля – с января 2014 по май 2015 г. За весь период мы отслеживали мутации около сотни наиболее популярных интернет-мемов. Общая совокупность из их мутаций составила более 2000 интернет-мемов.

**Научная новизна данного диссертационного исследования** заключается в следующем:

1. Была выявлена специфика понимания мема в различных дисциплинарных традициях: в социобиологии, в антропологии, в аналитической философии, в психологии, в медиаисследованиях, в маркетинге и рекламе, в менеджменте, в филологии, а также в когнитивной социологии. Показаны достоинства и преимущества когнитивной социологии в изучении структуры и динамики мема как единицы информации.

2. Разработан исследовательский подход, выделяющий два уровня кодовой организации мема на макро- и микроуровнях: социокультурный и структурный. Социокультурный код представляет собой систему символов, ценностей и установок, позволяющую описывать реальность того или иного сообщества. Структурный код представляет собой порядок организации знаков в сообщении, отражает оригинальность и специфику структуры объекта.

3. Разработана методика анализа принципов трансляции социокультурного кода визуальной и визуально-текстовой структур интернет-мемов, использование которой в рамках эмпирического исследования позволило выявить основные принципы трансляции социокультурного кода интернет-мема, а также типологизировать интернет-мемы в соответствии с их структурными характеристиками.

4. Выявлены два основных способа интерпретации социальных событий с использованием интернет-мемов. Первый предполагает интеграцию интернет-мемов, уже ставших известными и понятными, в описание или изображение события; второй указывает на принципы

создания нового интернет-мема из изображения, которое до этого мемом не являлось.

### **Положения, выносимые на защиту:**

1. Междисциплинарная традиция изучения мема включает в себя три этапа: 1) этап социобиологической эпистемологии, когда мем понимался как аналог «гена» в «генофонде» культуры; 2) этап социогуманитарных исследований, когда философские, психологические, филологические и экономические науки предпринимали попытки найти и исследовать мемы в своих областях знаний; 3) этап изучения интернет-мемов, когда мемы стали анализироваться как распространяемые новыми медиа интернет-феномены. Наиболее эвристически перспективным подходом к изучению мемов, на наш взгляд, является когнитивная социология, позволяющая интегрировать идеи социобиологического и гуманитарного этапов.

2. Кодовую организацию мема необходимо рассматривать на двух уровнях. На макроуровне – мем представляет собой элемент культуры, являющийся носителем социокультурного кода, транслирующего социально-значимые смыслы. Социокультурные коды транслируются от мема к мему вместе с его неизменной («наследственной») частью – «ядром» мема. На микроуровне – мем предстает как закодированный информационный объект с внутренней структурой, состоящей из «ядра», «периферии» и связей между ними. Изменения структурного кода интернет-мема создают новый информационный продукт, в котором одни социокультурные коды изменяются, а другие остаются прежними.

3. Интернет-мем – это структурированный информационный продукт, вирусно распространяющийся в сети Интернет, смысловое содержание которого трансформируется в соответствии с изменением актуализирующих его событий. Интернет-мемы сочетают в себе признаки продуктов творчества (эксклюзивность, новация, смысловая глубина) и продуктов индустрии (стандартизованность используемых образов, отсутствие авторства, массовое распространение и доступность для широкой аудитории благодаря Интернету). Это свидетельствует об их принадлежности к особому виду «пермутационного» искусства, основанного на комбинации уже существующих образов с целью открытия в них новых смыслов.

4. Интернет-мемы встраиваются во все виды культурного производства (например, производство социальной мифологии, политической идеологии, культурно-обусловленных норм коммуникации и др.), посредством интеграции своего социокультурного кода в описание интерпретируемых событий и идей. Интернет-мемы транслируют нормы, миропредставление, производят и воплощают актуальные смыслы, социальный опыт и социальные перспективы, вводят модификации языка, организуют досуг индивида.

5. В структуре интернет-мема выделяется: смысловое «ядро», элементы, составляющие «периферию», фон. Структурный код интернет-мемов строится на взаимодействии элементов ядра, периферии и фона, их мутациях и добавлении новых элементов. Типы соотношений между элементами интернет-мема (взаимозависимость, взаимодополнение, слияние, усиление, эквивалентность, противопоставление, вытеснение, замещение, содружество, сосуществование) составляют основу для типологии интернет-мемов.

6. Наблюдаются четыре способа трансформации внутреннего кода интернет-мема – два для креолизованных (изображение+текст) и два для визуальных (изображение без текста) интернет-мемов. Для креолизованного интернет-мема это: 1) изменение текстового элемента (или его части), что влечет за собой изменение или подбор нового визуального элемента; 2) подбор нового изображения и дополнение её подходящим текстовым элементом. Для визуального мема – это 1) трансформация мема-ядра – изменение его внутренней организации, слияние с другими ядрами, замещение других ядер или добавление к нему самостоятельных элементов периферии; 2) внедрение мема-ядра (одного или нескольких) в новые фоны-контексты. Типологизация интернет-мемов возможна на основании выделения различных связей между элементами структуры мема.

7. Создание новых интернет-мемов является следствием интерпретации в среде интернет-сообществ происходящих социальных событий, волнующих идей и социального опыта. Такая интерпретация может происходить двумя способами: во-первых, путем интеграции в описание события интернет-мемов с уже сложившимися комплексами

значений, во-вторых, путем создания новых интернет-мемов из изображений, которые до этого мемами не являлись.

**Теоретическая значимость диссертационного исследования.** Во-первых, к анализу феномена мемов автором была применена методология когнитивной социологии, что вносит вклад, как в расширение предметного поля когнитивной социологии, так и обогащает исследования мемов социологическим пониманием. Во-вторых, интернет-мемы были операционализированы как информационные продукты, обладающие специфическими свойствами (актуальностью, инструментальностью и оригинальностью), что позволяет рассмотреть их как специфические социокоммуникативные технологии. В-третьих, была создана двухуровневая кодовая модель интернет-мема, включающая социокультурный и структурный уровни, позволяющие описать два принципа кодирования информации. В-четвертых, были выделены принципы изменения структурного кода, а также принципы трансляции социокультурного кода в ходе изменения структуры интернет-мема. Кроме того, была создана авторская методика анализа визуальных и креолизованных интернет-мемов, в результате применения которой были исследованы и типологизированы современные интернет-мемы.

**Практическая значимость диссертационного исследования.** Описанные принципы структурной динамики и особенности социокультурного кода в интернет-мемах применимы для разработки коммуникативных технологий, которые могут быть полезны, с одной стороны, идеологам, журналистам, специалистам в сфере PR и рекламы для создания искусственных интернет-мемов, а с другой стороны, исследователям в сфере социологии и медиа для анализа идеологических посланий, заключенных в интернет-мемах. Кроме того, полученные в ходе теоретического и эмпирического исследований данные представляют интерес для специалистов по работе с молодежью, анализирующих особенности взаимодействия молодых людей «цифрового поколения».

**Степень достоверности результатов исследования** обеспечивается теоретико-методологической проработанностью проблемы; тщательной операционализацией изучаемых понятий в соответствии с предметом и задачами исследования; авторской методикой структурного анализа

интернет-мемов, созданной на основе идей социологического визуального анализа изображений и креолизованных объектов, большим объемом проанализированных интернет-мемов (общей совокупностью более 2000) и глубоким анализом конкретных кейсов в рамках проведенного эмпирического исследования, позволившему верифицировать принципы структурной динамики интернет-мемов.

### **Апробация результатов**

Основные результаты диссертационного исследования прошли апробацию на таких научных конференциях, как: Всероссийская научно-практическая конференция, Первые Нижневолжские чтения «Культурное пространство регионов России» Волгоград, 13-16 мая 2012 г.; Всероссийский научно-практический симпозиум «Социальные коммуникации: репертуар и эффективность современных технологий» Санкт-Петербург, 12-13 октября 2012 г.; Международная конференция «Науки о культуре в перспективе «digital humanities» Санкт-Петербург, 3–5 октября 2013 г.; Всероссийской научно-практической конференция молодых преподавателей, учёных, аспирантов и студентов «Интегральная социология Питирима Сорокина и актуальные проблемы современности» Сыктывкар 18 октября 2013 г.; IV Российский культурологический конгресс с международным участием «Личность в пространстве культуры», Санкт-Петербург, 29–31 октября 2013 г.; I Петербургский Международный Молодежный Форум, Санкт-Петербург, ноябрь 2013 г.; Всероссийская научно-практическая конференция VIII Ковалевские чтения. Санкт-Петербург, 15-16 ноября 2013 г.; Всероссийская конференция «Образование. Наука. Культура. Роль в модернизации России» Москва, 2 декабря 2013 г.; Открытый междисциплинарный семинар для молодых ученых «Научная среда» Санкт-Петербург, 12 марта 2014 г.; Международная конференции «Организационная коммуникация» Минск, 25 марта 2014 г.; Школа для молодых ученых «Маркеры неравенства в советских и постсоветских биографиях» Санкт-Петербург, 27 марта 2014 г.; Всероссийская научно-практическая конференция IX Ковалевские чтения «Социология и социологическое образование в России» Санкт-Петербург, 14-15 ноября 2014 г.; XVIII Международная конференция памяти профессора Л. Н. Когана «Культура, личность,

общество в современном мире: методология, опыт эмпирического исследования» Екатеринбург, 19-20 марта 2015 г.; VIII научно-практическая конференция молодых ученых «Социальные коммуникации: профессиональные и повседневные практики». Санкт-Петербург, 15-16 мая 2015 г.; Всероссийская объединенная конференция «Интернет и современное общество». Санкт-Петербург, 22 июня 2015 г.; III Международный гелологический конгресс «Наука о смехе: методология и терминология» Санкт-Петербург, 8-10 июля 2015 г.; V Conference of the Canadian Communication Association (CCA) in Annual Congress of the Humanities and Social Sciences «Capital ideas» organized by the Federation for the Humanities and Social Sciences, Ottawa, Canada 2-5 June 2015; Всероссийский научно-практический симпозиум с международным участием «Социальные коммуникации в культуре: Инновационный потенциал современных креативных индустрий». Санкт-Петербург, 9-10 октября 2015 г.; Десятые Ковалевские чтения «Россия в современном мире: взгляд социолога». Санкт-Петербург, 13–15 ноября 2015 г.; Inter Congress: IUAES 2016: World antropologies and privatization of knowledge: engaging anthropology in public. Dubrovnik, Croatia. 4-9 May 2016; The Futures We Want: Global Sociology and the Struggles for a Better World. 3<sup>rd</sup> ISA Forum of Sociology. Vienna, Austria. 10-14 July 2016.

### **Структура и объем работы.**

Структура и объем диссертации определена поставленными задачами и порядком их решения. Диссертация состоит из введения, четырех глав (по три параграфа в каждой), заключения, списка литературы и двух приложений – общим объемом 169 страниц. Список литературы, включает 275 наименований на русском и английском языках.

## **II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Во **Введении** обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, показывается степень ее научной разработанности, формулируются объект и предмет диссертационного исследования, его цель и задачи, теоретико-методологическая основа. Представлены научная новизна, а также положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость диссертационного исследования.

**Первая глава «Проблематизация понятия мема в контексте междисциплинарного подхода»** посвящена развитию понятия «мем» и поиску его определений в различных науках; в ней также дается рабочее определение мема, раскрываются его признаки, важные для диссертационного исследования.

**В параграфе 1.1 «Понятие мема в междисциплинарном дискурсе»** автор дает характеристику подходов к феномену мемов в контекстах разных наук с учетом их методологического своеобразия. Истоки интереса ученых к мемам лежат в области социобиологических теорий, экстраполирующих данные из биологии, генетики и этологии в поле социально-культурных наук. Мемы описываются в числе сходных категорий, обозначающих единицы передачи культуры в обществе, таких как «культургены» и «cinfo». Мемы именуются «культурным репликатором», определяются как «единицы передачи культурного наследия или единицы имитации», позволяющие проследить эволюцию культуры. Меметика определяет мемы как единицы отбора в любой эволюционирующей системе. Далее даются определения мема с позиций антропологии, аналитической философии, психологии, медиаисследований, маркетинга и рекламы, менеджмента, филологии.

**В параграфе 1.2 «Анализ феномена мемов в социологических исследованиях: когнитивная компонента»** автор утверждает, что особым значением обладает интерпретация мемов с позиции когнитивной социологии. Когнитивная социология синтезирует эволюционистский и гуманитарный подходы, представляя мемы как единство компонентов информации и процесса её передачи через обучение. Понятие мема может быть соотнесено с социологическими понятиями концепта («кванта знания») и фрейма (структурированной единицы знания). Мемы встраиваются в ментальные репрезентации того или иного поля деятельности или идеи, становятся их атрибутами. Воздействие мемов на сообщество состоит в распространении определенных ментальных моделей на широкую аудиторию. Когнитивная социология, по мнению автора, приводит нас к выводу о том, что мем должен иметь сложную внутреннюю структуру и смысловую наполненность, а также о том, что



идея мема связана с социальным и культурным знанием, то есть несет в себе социокультурный код.

**В параграфе 1.3 «Операционализация понятия «интернет-мем»: мемы в интернет-культуре** автор выделяет специфические свойства и характеристики сети Интернет и компьютерных технологий, позволяющие мемам перейти на новый уровень их развития и создающие благоприятную среду для создания и передачи интернет-мемов. Автор операционализирует понятие «интернет-мем» как структурированный информационный продукт, вирусно распространяющийся в сети Интернет, смысловое содержание которого трансформируется в соответствии с изменением актуализирующих его событий. Интернет-мем представляет собой мультипликацию и повторение фразы, изображения, мультимедийного фрагмента, творчески переделанных пользователями на новый лад. Автор отмечает, что под интернет-мемом может пониматься как изображение или мультимедийный объект целиком, так и его отдельная часть, смысловое ядро, которое может быть перенесено в другие контексты. Интернет-мемы обладают свойствами преемственности и изменчивости, подвержены отбору, распространяются вирусно. Автор приводит типологии интернет-мемов, основывающихся на источниках их происхождения, особенностях медиа объектов-носителей, содержании интернет-мемов, выделяя в каждой из них достоинства и недостатки.

**Вторая глава «Мем как коммуникативная знаковая система: принципы кодирования информации в меме»** посвящена объяснению роли мема в трансляции культуры.

**В параграфе 2.1 «Социокультурный код в меме: уровни анализа»** представлен обзор концепций изучения культурных и социокультурных кодов. Делается вывод о том, что код может пониматься на макроуровне – как социокультурный, в чьи задачи входит структурирование и упорядочивание основных представлений общества о себе и окружающем мире, – и на микроуровне – как структурный, отражающий внутреннюю организацию информационного сообщения, его структуру, элементы и правила их сочетания. Эти выводы экстраполируются на кодовую систему мема, в которой выделяются соответствующие – социокультурный и структурный – уровни кодирования. Изменения в меме происходят как на

уровне социокультурного кода, так и на уровне изменений в порядке кодовой организации его структуры, при этом они взаимосвязаны.

На макроуровне социокультурный код мема позволяет ему вписываться в макроструктуру культуры, кодировать часть реальности, означая соответствие между идеей, социокультурными смыслами и конкретной формой воплощения (изображении, видео, аудио, артефакте). На микроуровне код мема как информационного объекта представляет собой структуру отношений между разными элементами мема – ядром и периферией.

В параграфе 2.2 «Мем как кодовая структура» подробнее рассматриваются выделенные выше кодовые уровни мема. В качестве носителя социокультурного кода мем описывается как особый вид знака, означающего ту или иную идею благодаря отношениям сигнификации, детонации и коннотации. Социокультурный код передается от мема к нему без значительных изменений и обуславливает свойство «наследственности» или преемственности в меме.

Как объект, имеющий внутреннюю кодовую структуру, мем описывается с точки зрения отношений между «ядром» и «периферией». «Ядро» является носителем социокультурного кода мема. «Периферия», фон, обрамляющий мем-ядро – это некий «адаптивный комплекс», позволяющий адаптировать смысловое ядро мема к описанию новой реальности. Автор утверждает, что в каждом новом меме происходит деконструкция знаковой системы и реконструкция новой – изымается или изменяется один элемент и на его место ставится другой. Эти структурные трансформации создают различные типы мемов.

В параграфе 2.3 «Модели трансляции мемов как трансформации кодов» представлены информационная и семиотическая модели трансляции мемов как закодированных сообщений. Подчеркивается, что информационная модель дает общее представление о способе передачи мема от автора или ретранслятора к реципиенту, его основных элементах и возможных помехах в этом процессе. Код в информационной модели понимается как порядок организации знаков в сообщении. Основная функция кода в информационной модели – выступать переводчиком

сообщения в сигнал и обратно, быть связующим звеном между коммуникатором и реципиентом.

Семиотические модели помогают раскрыть внутреннюю кодовую организацию (социокультурный код) мема, которая должна быть понятна и адресанту и адресату. Кроме того, вводится понятие метакода, несущего руководство как именно, в каком контексте или, исходя из каких знаний, нужно выбирать код для раскодирования сообщения. Метакод может играть роль уточнения смысла сообщения или привносить в сообщение идеологическое послание.

Мемы, таким образом, можно интерпретировать, используя информационные модели, как информационные сообщения, код в которых будет отражать порядок взаимодействия элементов ядра и периферии. Анализ мемов с позиций семиотических моделей позволяет выделять смыслы, которые кодируются в меме благодаря языковым и социокультурным кодам и метакодам.

**Глава 3 «Особенности функционирования и воспроизводства мема как информационного продукта»** посвящена анализу мемов с позиции индустрий культуры.

**В параграфе 3.1 «Характеристика мемов как продукта индустрии культуры: искусственные и натуральные мемы»** анализируются две разнонаправленные тенденции в создании и использовании мемов в зависимости от целей авторов, которые маркируются «натуральными» мемами и «искусственными» мемами. Натуральные мемы создаются пользователями Интернета как часть описания и интерпретация актуальных тем и новостей. Искусственные мемы запускаются с целью популяризации той или иной идеологии, продажи тех или иных товаров и услуг. Кроме того, заинтересованные медиа технологи пытаются адаптировать и использовать натуральные мемы в коммерческих целях. Выделяются характеристики, связывающие мемы с продуктом индустрии (стандартизованность образов, отсутствие авторства, массовое распространение) и с продуктом творчества (эксклюзивность, новация, смысловая глубина). Делается вывод о принадлежности мемов к «пермутационному» искусству. Доказывается,

что мемы являются одновременно и продуктами индустрии, и продуктами художественного творчества.

Механизм воспроизводства мемов в контексте индустрий культуры действует с использованием основных характеристик медиапродукта: стереотипность формы и содержания мема-образа, массовость трансляции, создающей мультипликационный эффект обсуждения, тиражирование и «сериальность» идеи мема в разных объектах (фразах, визуальных образах, аудио и видео). Интернет-мемы как результат художественного творчества обладают такими свойствами, как эксклюзивность, новация и смысловая глубина.

Показано, что в ходе своего функционирования интернет-мемы реализуют некоторые важные характеристики индустрии культуры: интеграцию сообщества, дифференциацию личной картины мира, направленность на развлечение.

**В параграфе 3.2 «Особенности Интернета как канала трансляции информационных продуктов: вирусное распространение информации»** рассматриваются особенности Интернета как среды распространения информации. Показано, каким образом благодаря Интернету и компьютерным технологиям в интернет-мемах реализуются три основных свойства мемов: наследственность, изменчивость, отбор.

Автор останавливается на анализе принципов вирусной передачи информации и выделяет характеристики, которыми должен обладать интернет-мем для того, чтобы породить волну вирусного распространения, а именно: содержание интернет-мема должно быть одновременно понятным (включающим социокультурный код, раскодируемый реципиентами) и интересным, «(за) цепляющим» внимание, мем должен попасть к активным распространителям информации, мем должен быть актуален в тот момент времени и для той среды, где он должен начать распространение, мем должен перешагнуть определенный порог известности, после которого его станут передавать только потому, что он популярен. Благодаря внедрению своего социокультурного кода в другие объекты, а также пластичности и изменчивости своего социокультурного кода, мем-вирус «заражает» те объекты, в которых появляется. Автор делает вывод, что продолжительность популярности мемов вообще и

интернет-мемов, в частности, зависит от идеологической емкости их социокультурного кода, а именно от того, насколько широко его можно применить для описания тех или иных событий и объектов.

В параграфе 3.3 «Роль интернет-мемов в трансляции и воспроизводстве культуры» исследуется воздействие мемов на процесс культурного воспроизводства. Основываясь на теории А.Я. Филера, автор приводит разные аспекты общественного производства, производства «человека культурного», производства культурных продуктов. И каждый аспект раскрывает с точки зрения функционирования интернет-мемов. Интерпретируя эти позиции с точки зрения интернет-мемов, автор диссертации приходит к следующим заключениям.

- Интернет-мемы не производят нормы, но транслируют их на аудиторию.

- Интернет-мемы выступают трансляторами новых идей или альтернативного взгляда на известные идеи.

- Интернет-мемы инициируют деятельность двумя способами: непосредственно, демонстрируя какую-то деятельность с заложенным посылом сделать так же или «не делать так», или опосредовано, через трансляцию идеологии, представлений, фреймирующих восприятие новой информации.

- Интернет-мемы участвуют в изменении языка коммуникации и создании «новояза».

- Многие интернет-мемы носят юмористический характер, создаются и потребляются для развлечения.

- Создание и распространение мемов и интернет-мемов способствуют распространению эффекта кристаллизации совместного социального опыта.

- Интернет-мемы отражают актуальные идеи и настроения общества.

Автор перечисляет также ряд функций, которые выполняет интернет-мем как медиапродукт:

- привлекает внимание к событиям или практикам, выделяя их из потока новостей или вводя в публичный дискурс; создает и поддерживает специфические модификации языка и сетевой жаргон;

- поддерживает социальные связи и выполняет функцию интеграции сообщества, социализации его членов;
- развлекает, снимая критические фильтры восприятия;
- разрушает сложившиеся стереотипы, привлекая внимание к насущным проблемам;
- создает иллюзии вовлеченности в социальный процесс, в деятельность, информированности о событиях, перевод социальной активности пользователей в пассивное потребление символической продукции.

Автор приходит к выводу о том, что мемы и интернет-мемы встраиваются в процесс трансляции и воспроизводства культуры, с одной стороны, благодаря своей форме, удобной для вирусного распространения, а с другой – своему социокультурному коду, который позволяет успешно кодировать разные образцы культуры.

**Глава 4 «Социокоммуникативные технологии создания информационного продукта (на примере эмпирического исследования интернет-мемов)»** содержит описание теоретических, методологических и методических оснований эмпирического исследования, а также результатов самого исследования. Полученные данные позволили выделить общие технологии и конкретные алгоритмы изменения кодовой структуры мема и создания новых мемов.

**Параграф 4.1 «Методологические принципы исследования продуктов визуальной культуры»** содержит обзор идей, связанных с методологией анализа визуальных объектов, принципов функционирования изображения в культуре, а также социологического понимания изображения. Визуальные интернет-мемы можно рассматривать как средства визуализации опыта, социально-значимой информации, средства демонстрации фокуса интереса сообщества, средства конструирования новых связей, значений и стереотипов. Восприятие визуальных интернет-мемов задействует визуальные коды узнавания, мемы раскодируются реципиентами, исходя из опыта, знаний, уровня включенности в культуру. Далее интернет-мемы встраиваются в визуальный опыт индивида как часть повседневного опыта, и участвуют в создании нарратива, схемы понимания действительности.

Подчеркивается, что мемом может являться не всё изображение, а только его часть, которая может быть изъята из базового изображения и помещена в другое изображение. Такое перемещение создаёт новый продукт – коллаж, в котором разные части – элементы базового изображения и привнесённый мем – имеют разные социокультурные коды. Воспринимаясь вместе, они создают новые смыслы. Автор делает вывод о том, что актуальным является исследование отношений структурных элементов внутри интернет-мема.

**В параграфе 4.2 «Социокоммуникативные технологии конструирования интернет-мема как визуально-текстовой структуры»** содержится описание авторской методики исследования. Вводится разделение интернет-мемов на «визуальные», содержащие только изображение или коллаж и «креолизованные», содержащие текстовую и изобразительную части. Исследование строится на выделении типов кодовой структуры мема (его ядра и периферии, типа отношений между ними), областей и принципов преемственности и изменчивости, алгоритма создания нового мема. Для анализа использовались интернет-мемы размещённые в социальной сети «ВКонтакте» в двух в популярных юмористических группах «МДК». Общая совокупность из их мутаций составила более 2000 интернет-мемов.

Параграф 4.2 разбит на подпараграфы.

**В подпараграфе 4.2.1 «Социокоммуникативные технологии конструирования креолизованных интернет-мемов»**, содержится обоснование методики исследования креолизованных и визуальных мемов.

Анализ структуры креолизованных текстов строится на выделении знаковых элементов (текста и изображения), расшифровке их значений по отдельности и анализе взаимодействия. Креолизованный интернет-мем можно воспринимать как единство двух элементов – изображения и текста. Каждый из элементов несёт свою смысловую нагрузку. Отношения между текстовой и визуальной частью могут быть взаимозависимыми или взаимодополняющими, и строится по принципу «ядро-фон» или «ядро-ядро». «Ядро» несёт социокультурный код мема. При взаимодополняющих отношениях самостоятельными интернет-мемами являются и изображение, и текст. Каждый из элементов несёт собственный социокультурный код, и

смысл создается благодаря взаимодействию этих кодов. Взаимозависимые отношения создаются при доминировании одного из указанных элементов. Технологию создания нового интернет-мема можно выделить, исходя из данных анализа принципов соотношения элементов текста и изображения в креолизованном интернет-меме.

На основе типологии креолизованных текстов Е.Анисимовой автором выделяются типы креолизованных интернет-мемов:

1. *Нулевая креолизация.* Интернет-мем представляет собой фразу, идиому, часто используемую в интернет-коммуникации. Фраза-мем является ядром, а периферию представляют контекстные текстовые построения. Алгоритм изменения кодовой структуры интернет-мема заключается в подборе слов, соответствующих актуальной ситуации или идее.

2. *Частичная креолизация.* Она представлена текстовыми интернет-мемами и иллюстрирующими их изображениями. Между текстом и изображением могут быть и зависимые отношения (алгоритм создания нового интернет-мема основывается на изменении части текста и изменении иллюстрирующей визуальной составляющей) и взаимодополняющие отношения (алгоритм создания нового интернет-мема строится на изменении одного ядра или его части, что влечет замену второго ядра на другое, более подходящее по смыслу).

3. *Полная креолизация.* В интернет-мемах с полной креолизацией текстовый элемент зависит от визуального элемента, отсылает к нему, представляет собой комментарий к мему-изображению. Полная креолизация интернет-мема может порождать отношения двух типов: зависимость (алгоритм создания нового интернет-мема заключается в изменении текстовой части интернет-мема в рамках соответствия образу персонажа) и слияние (алгоритм создания нового интернет-мема заключается в изменении элементов изображения, влекущих за собой изменения в текстовой части).

4. *Изображение с «нулевым» текстом.* Это изображения, элементы которых устойчивы в своем значении и не нуждаются в вербальном комментировании. Ядром будет являться изображение персонажа или значимого объекта, а фоном – контекст, в котором оно появляется



**В подпараграфе 4.2.2 «Социокоммуникативные технологии конструирования визуальных мемов»** выделяются и анализируются 7 типов (с подтипами) визуальных мемов.

1. *Интернет-мемы с трансформацией ядра.* Если интернет-мем состоит из одного элемента, то, как правило, это мем-персонаж. Каждый такой мем-персонаж является самостоятельным завершенным «ядром». Алгоритм создания нового интернет-мема, состоящего из одного «ядра», основывается на сохранении его общей узнаваемой структуры элементов и социокультурного кода, и творческом изменении некоторых характеристик: цвета мема, формы персонажа.

2. *Интернет-мемы с трансформацией фона.* Помещение мема-ядра в другое изображение вводит в код интернет-мема новый элемент – фон. Фон может быть недифференцированный (дневное небо, космос и проч.) или включающий собственные элементы, имеющий собственный код построения, собственное ядро и периферию.

3. *Интернет-мемы со слиянием ядер.* Ядром является объект нового типа, образованный слиянием двух ядер – интернет-мема и ядра изображения. Алгоритм создания такого интернет-мема заключается во встраивании характерных черт ядра интернет-мема в ядро изображения, слияние ядер.

4. *Вытеснение интернет-мема в периферию.* Интернет-мем может быть вытеснен в фон ядром другого изображения. Здесь есть два подвида: интернет-мемы с вытесненным мемом-персонажем (алгоритм создания такого интернет-мема предполагает замену части интернет-мема на объект-изображение, передающий идею автора) и интернет-мемы с двойным кодированием (алгоритмом создания такого интернет-мема является мультипликация ядра базового и встраивание его в элементы структуры мема).

5. *Добавление элементов.* При неизменном ядре-меме и его фоне в мем-изображение могут проникать отдельные цельные элементы, трансформирующие его структурный код. Алгоритмом создания нового интернет-мема является добавление нового элемента периферии, перестраивающего общую организацию кодовой структуры интернет-мема.

6. *Взаимодействие двух и более ядер.* Между мемами-ядрами выстраиваются сложные отношения: соотнесения, содружества, взаимного усиления, слияния.

7. *Взаимовлияние ядер и фона.* Несколько независимых интернет-мемов, помещенных на чужое им изображение, могут образовывать связи, опосредованные фоном. Связь каждого из них с фоном будет крепче, чем связь друг с другом. Между ядрами и фоном могут складываться отношения взаимозависимости и взаимодополнения.

По итогам анализа изменений структурных кодов интернет-мемов, автор выделяет четыре основных технологии создания интернет-мемов.

В параграфе 4.3 «Трансляция социокультурного кода интернет-мема в интерпретации социальных событий» автор утверждает, что появление новых интернет-мемов является следствием осознания интернет-сообществом событий прошлого, актуальных социальных изменений, событий, а также социального опыта. Интерпретация происходит благодаря включению мема в описание события.

Трансляция социокультурного кода от старого интернет-мема к новому происходит благодаря: 1) использованию одного и того же структурного кода интернет-мема с разными текстовыми вариациями; 2) включению в новое изображение узнаваемого ядра интернет-мема, несущего социокультурный код; 3) соответствию форм ядер популярного интернет-мема и нового изображения.

Раскодирование получившегося коллажа происходит на основе совмещения социокультурных кодов мема и изображения или изображения и текстовой части. Совмещение разных областей кодирования в одном коллаже создаёт построение типа «текст в тексте» и является основой для создания новых смыслов, в том числе, юмористических. Автор делает вывод о том, что использование социокультурного кода интернет-мема для интерпретации событий порождает интеллектуальную игру, создаёт мифы и новые интерпретации.

В «**Заключении**» подводятся общие итоги и основные выводы диссертационного исследования, а также намечаются перспективы для дальнейшего исследования.

## Список опубликованных по теме диссертации работ

Основные положения диссертационного исследования отражены в 13 публикациях на русском и английском языках, из них 3 статьи опубликованы в рецензируемых научных журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

*Статьи в рецензируемых научных журналах,  
рекомендованных ВАК РФ:*

1. *Зиновьева, Н.А.* Анализ процесса конструирования смысла Интернет-мема. / Н.А. Зиновьева. // Журнал «Дискуссия». 2013. №9 (39) октябрь. С. 133-138;

2. *Зиновьева, Н.А.* Создание Интернет-мема как социокоммуникативная технология в медиапространстве / Н.А. Зиновьева. // Вестник Санкт-Петербургского Университета. 2014. Сер. 12. Вып. 4. С.177-184;

3. *Зиновьева, Н.А.* Воздействие Интернет-мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов / Н.А. Зиновьева. // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 178-184.

*Публикации в других изданиях (тезисы)*

4. *Зиновьева, Н.А.* Особенности распространения Интернет-мемов в Интернет-среде / Н.А. Зиновьева // Материалы Всероссийской научно-практической конференции Первые Нижневолжские чтения «Культурное пространство регионов России», май, 2012. – Волгоград, 2012;

5. *Зиновьева, Н.А.* Перспективы изучения Интернет-мемов в анализе Интернет-культуры / Н.А. Зиновьева // Науки о культуре в перспективе «digital humanities»: Материалы Международной конференции 3–5 октября 2013 г., Санкт-Петербург. – СПб.: Астерион, 2013. С.268-272;

6. *Зиновьева, Н.А.* Воздействие Интернет-мемов на мировосприятие пользователей / Н.А. Зиновьева // Восьмые Ковалевские чтения. Материалы научно-практической конференции 15-16 ноября 2013 года. – СПб., 2013. С.437-439;

7. *Зиновьева, Н.А.* Технологии создания и использования Интернет-мемов как ресурсы культурной интеграции общества / Н.А. Зиновьева Н. //Тезисы всероссийской конференции «Образование. Наука. Культура. Роль в модернизации России». 2 декабря 2013 г. – М., 2013. С. 412-417;

8. *Зиновьева, Н.А.* Роль интернет-мемов в конструировании образов политических деятелей / Н.А. Зиновьева // Организационная коммуникация: материалы международной научно-практической конференции, 23–24 апреля 2014 г. – Минск, 2014. С. 189-192;

9. *Зиновьева, Н.А.* Роль Интернет-мемов в воспроизводстве Интернет-культуры / Н.А. Зиновьева // Девятые Ковалевские чтения. Материалы научно-практической конференции 14-15 ноября 2014 года. – СПб., 2014. С. 667-669;

10. *Зиновьева, Н.А.* Интернет-мемы как зеркало кризисных тенденций / Н.А. Зиновьева // Десятые Ковалевские чтения. Материалы научно-практической конференции 13–15 ноября 2015 года. – СПб., 2015. С. 1260;

11. *Зиновьева, Н.А.* Функции Интернет-мемов в обществе. Социологический взгляд. / Н.А. Зиновьева // Интернет и современное общество: сборник тезисов докладов. Труды XVIII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2015), Санкт-Петербург, 22 – 25 июня 2015 г. – СПб, 2015. С. 54-56;

12. *Vasilkova V., Zinovyeva N.* The problem of preservation of nature in the modern Internet-folklore (internet memes analysis) / V. Vasilkova, N. Zinovyeva // Inter Congress: IUAES 2016: World antropologies and privatization of knowledge: engaging anthropology in public. 4-9 May 2016. Dubrovnik, Croatia. Abstract book. P. 272-273;

13. *Vasilkova V., Zinovyeva N.* Internet Memes in Designing of New Meanings: Structural Transformations and Social Interpretations ) / V. Vasilkova, N. Zinovyeva // The Futures We Want: Global Sociology and the Struggles for a Better World. 3<sup>rd</sup> ISA Forum of Sociology. Vienna, Austria. 10-14 July 2016. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://isaconf.confex.com/isaconf/forum2016/webprogram/Paper81547.html> (Дата обращения: 26.05.2016).