Анна Владимировна Гликина

Санкт-Петербургский государственный университет

[st099080@student.spbu.ru](mailto:st099080@student.spbu.ru)

**Этика в интернет-мемах: к постановке вопроса**

В статье рассматриваются современные научные труды в сфере цифровой этики и меметики. 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 поднимаемой проблематики.

Ключевые слова: Интернет-мем, цифровая этика, креолизованный текст, этика журналиста.

В последнее время число ученых, занимающихся изучением такого явления, как интернет-мем, кратно увеличилось. Огромный 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. Они нередко отражают информацию в искаженном или упрощенном виде, часто вызывают ожесточенные споры среди читателей, создают определенное (обычно – отрицательное) отношение к предмету и негативное эмоциональное настроение. В связи с этим изучение этических норм поведения пользователей и журналистов при выборе или создании интернет-мемов становится как никогда актуальным.

Под интернет-мемом мы пониманием креолизованный текст, фактура которого состоит из картинки (реже – видео) и подписи к ней, распространяемый в социальных сетях, форумах, блогах, мессенджерах и т.д. Часто отдельно друг от друга картинка и подпись несут одно значение, а вместе – рождают третий смысл.

«Бум» в исследованиях феномена интернет-мемов пришелся на последние годы. Некоторые ученые связывают это с ускоренным развитием информационных технологий (появление мессенджеров, новых социальных сетей, где информация распространяется в несколько раз быстрее), другие считают, что на рост в исследованиях в области меметики повлияли внешние факторы (различные социальные и политические события). Обе причины сложно оспорить, но можно точно констатировать, что интернет-мемы еще никогда не были так популярны, как сегодня.  
Проанализировав научные труды таких исследователей меметики, как С. В. Канашина, И. П. Кужелева-Саган, О. А. Габриелян и М. В. Гаспарян, В. В. Скоробогатов и Е. С. Сухарева, Д. С. Артомонов и С. М. Фролов, К. Л. Рыжков, Д. А. Костоглотов мы смогли выделить наиболее популярные темы исследований в 2018–2022 гг.:

1) как интернет-мемы воздействуют на картину мира индивида;

2) почему одни мемы быстро обретают популярность и долго обитают в сетевом пространстве, а другие, наоборот, существуют лишь несколько часов;

3) являются ли мемы продуктом культуры или их создают политические технологии.

Из данного анализа мы уже можем видеть, что остается область, которая учеными затрагивается крайне редко – это этика поведения пользователей и журналистов в социальных сетях, которые создают и/или распространяют интернет-мемы.

Чтобы не быть голословными, мы рассмотрели научные исследования за 2018–2022 гг. в области цифровой и журналистской этики таких ученых, как М. М. Курячьева, В. В. Смеюха, Н. И. Чернобровкина, Р. С. Выходец и В. В. Шляпникова, Д. А. Заславнов, О. Ю. Чеботарев и Л. Г. Свитич, С. С. Распопова и выявили основные направления в изучении 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 журналисткой этики, например, как в исследовании С. С. Распоповой о человеке как герое журналистского расследования.

В результате изучения различных источников мы пришли к выводу, что интернет-мемы не затрагиваются учеными, которые занимаются вопросами цифровой и журналистской этики, а те, кто изучает интернет-мемы, не рассматривают вопросы этики в своих трудах. Таким образом, мы выявили существенный пробел в исследованиях в области цифровой этики и меметики. Мы считаем, что необходимо продолжать изучение в данном направлении.

Исходя из выводов в представленных научных трудах: практически все авторы приходят к одной мысли – необходимо повышать медиаграмотность населения.

Литература

1. Артомонов Д. С., Фролова С. М. Интернет-мем в системе социальной мифологии цифровой эпохи // Общество: философия, история, культура. 2020. № 11(79). С. 13–17.
2. Канашина С. В. Интернет-мем как медиатекст // Известия Саратовского ун-та. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. 2019. Т. 19. Вып. 1. С. 107–112.
3. Заславнов Д. А. Отличия правдивой информации от лживой в современных СМИ // Russian Linguistic Bulletin. 2022. № 4(32). С. 1–4.
4. Свитич Л. Г., Чеботарев О. Ю. Международные и региональные журналистские кодексы: контент-аналитическое исследование // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 1(43). С. 158–175.
5. Скоробогатов В. В., Сухарева Е. С. Интернет-мем как механизм формирования общественного мнения о политических явлениях // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 6. С. 26–30.