Шомова Светлана Андреевна, доктор политических наук, профессор департамента медиа Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия; e-mail: sshomova@yandex.ru

РАЗВЛЕКАТЬ И ВЛАСТВОВАТЬ: ОБРАЗЫ РОССИЙСКОЙ ВЛАСТИ И ОППОЗИЦИИ В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ[1]

Политический интернет-мем принадлежит к числу малоисследованных феноменов современной цифровой культуры. Понимаемый как единица передачи культурной информации в Сети, такой мем может рассматриваться, с одной стороны, как спонтанный продукт творчества масс, механизм политического участия, а с другой – как инструмент политических PR-технологий, способ «завышения» или «занижения» имиджа политического лидера. Новизна предлагаемой статьи, посвященной результатам исследования мемов, размещенных в социальных медиа России в 2017–2019 гг., заключается в том, что в ней впервые предпринята попытка проследить особенности формирования образов российской власти и оппозиции, воплощаемых в меметических конструкциях. С помощью методов коммуникативных исследований (прежде всего, семантического, семиотического, компаративного анализа), с учетом данных экспертного интервью, в работе решается главная задача: выявляются ведущие разновидности политических мемов Рунета, а также семантические характеристики мемов, формирующих имидж российских политиков. Одним из важнейших выводов можно считать то, что наиболее эффективными с точки зрения потенциала их вирусного распространения и возможности быть замеченными аудиторией в Рунете являются «негативные», агрессивные политические интернет-мемы (то есть мемы, работающие на «занижение» имиджа политической персоны/идеи/события).

Ключевые слова: *новые медиа, интернет-мем, политическая коммуникация, власть, оппозиция, политический имидж.*

Svetlana A. Shomova, Doctor of Political Sciences, Professor of the Media Department at the National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia; e-mail: sshomova@yandex.ru

TO ENTERTAIN AND DOMINATE: IMAGES OF RUSSIAN POWER AND OPPOSITION IN INTERNET MEMES

The political Internet meme is one of the little-studied phenomena of modern digital culture. Understood as a unit of transmission of cultural information in the network, such a meme can be viewed, on the one hand, as a spontaneous product of the creative work of many people, a mechanism of political participation and, on the other, as a tool of political PR technologies, a way to "overstate" or "understate" the

image of a political leader. The novelty of the proposed article, which is devoted to the results of the study of the memes posted on Russian social media in 2017–2019, is in the fact that it describes the first attempt to trace the formation of the images of Russian power and opposition embodied in memetic constructions. Using the methods of communication research (primarily those of semantic, semiotic and comparative analysis), as well as relying on expert interview data, the author of the article solves the main task of identifying the leading varieties of Runet's political memes as well as the semantic characteristics of the memes that form the image of Russian politicians. One of the most important conclusions could be the observation that from the point of view of the potential of their viral spread and the possibility of being noticed by the Runet audience the most effective Internet memes are "negative", aggressive political ones (the memes that work to "understate" the image of a political persona /or idea /or event).

Key words: *new media, Internet meme, political communication, power, opposition, political image.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.3.2019.2343

Глубоко проникающие, взаимные тенденции медиатизации политики и политизации современных медиа, процессы насыщения политических месседжей символическими и образными смыслами давно и хорошо изучены современными теоретиками (см., например: Mediated Politics... 2001; Засурский, 2001 и др.). Однако в последние годы этот феномен обретает новые черты. Как формулируется в аннотации к книге А. Черных «Медиа и демократия» (2011), «собственно политический процесс происходит ныне в инсталляциях массмедиа, а его основой оказывается *politainment* – представление политического как единства новостей, рекламы и развлечений. Перенос "места" политического действия из парламента на ТВ означает вытеснение политической репрезентации эстетической – имиджем политика, что ведет к "передаче" политиков и политики в руки медиадизайнеров и маркетологов, презентирующих их как марку товара». Соглашаясь с высказанным мнением по сути, мы добавили бы к упомянутому здесь телевидению еще (и прежде всего) Интернет; именно в сетевом пространстве, в его развлекательных пабликах и каналах сегодня наиболее ярко ощутим феномен политейнмента, именно здесь формируются новые подходы к конструированию имиджей политиков, а шире – образов политической власти и оппозиции в целом. И при этом «неотъемлемой частью политейнмента в пространстве новых медиа становятся интернет-мемы» (Gambarato, Komesu, 2018: 86).

В то же время приходится констатировать, что, несмотря на детальную проработку общих закономерностей формирования образов политики и политиков как со стороны политологической науки, так и со стороны *Media Studies* (см.: Гринберг, 2018; Шестопал (ред.), 2004 и др.), особенности восприятия их *новыми цифровыми* поколениями, привыкшими получать новостную информацию из социальных медиа (уровень пользования которыми в России, по данным социологов, постоянно растет – «60% россиян используют социальные сети. Треть россиян (36%) заходит в социальные сети ежедневно или практически ежедневно»[2]), пока еще не получили должного освещения в гуманитарной теории. Между тем фиксируемая опросами практика медиапотребления уже показывает, что молодые россияне формируют свои представления о политической новостной повестке дня, выборах, власти и оппозиции, действующих политиках и т. д. во многом из российской мемосферы. Петербургское интернет-издание «Бумага», поговорив с 18-летними петербуржцами об их первых выборах, не случайно в результате вынесло в заголовок материала утверждение о том, что они узнают о кандидатах из мемов[3]. Вот цитаты из этой публикации: «Сейчас все подвергается меметизации – взять даже «А что Титов?»... Как по мне, это позитивная тенденция: политика становится интересной молодежи» (Никита, студент СПбГУ); «Часть их <кандидатов в президенты> мне привычна, а о других до агитации я и знать не знал. Грудинин, разве что, но это потому, что мемы, разумеется» (Эдуард, студент ЛГУ). Эти и другие подобные высказывания молодежи заставляют вновь и вновь задумываться о том, что же такое современный интернет-мем, какую роль он играет в политической имиджелогии и какие именно образы власти и оппозиции формирует российская национальная мемосфера.

И месседж, и язык (подходы к определению понятия и методология исследования)

Начиная разговор о феномене мема в политической имиджелогии и *PR*, следует признать, что от классического определения Р. Докинза, введшего в обиход сам интересующий нас термин и подразумевавшего под ним единицу передачи культурного наследия, своеобразный культурный месседж – от модного словечка до рецепта сооружения арок (Докинз, 1993: 173), современное понимание явления, тем более в его интернет-варианте, ушло довольно далеко. Ин-

тернет-мемы сегодня определяют как артефакты культуры цифрового участия (Wiggins, Bowers, 2014); как ироничное, шутливое высказывание, получившее широкое распространение в онлайн-среде (Davison 2009: 122); как короткий фрагмент информации (слово, фраза, изображение и т. п.), мгновенно ставший модным и активно воспроизводящийся в интернете, в том числе в новых контекстах или ситуациях (Словарь языка... 2016: 200). Мы в данной работе отталкивались от определения, понимающего под интернет-мемом «специфический тип сообщений в сети, объединяющий разножанровые и многообразные по семиотической природе краткие высказывания на актуальные для сетевого сообщества темы и обладающий при этом – благодаря яркости, броскости смыслового содержания и/или визуальной "упаковки" – вирусной природой» (Шомова, 2018: 18).

Посвященные мему многочисленные исследования не только рассматривают его как значимое явление традиционной, массовой и цифровой культуры (Blackmore, 1999; Brodie, 1996; Hofstadter, 1986; Shifman, 2014; Савицкая 2013 и др.), но даже считают одной из практик «новой грамотности» (Lankshear, Knobel, 2006). Для нас это означает, что мемы становятся и одним из новых языков политической и массовой коммуникации, частью электорального (в частности, предвыборного) дискурса – тем языком, на котором с аудиторией социальных сетей говорят политики, имиджмейкеры, специалисты в области рекламы и паблик рилейшнз.

В связи с этим в рамках нашего исследования нам особенно интересны работы, изучающие политическую разновидность интернет-мема и его роль в формировании имиджа политиков. Однако если труды, посвященные мему как методу формирования новостной повестки дня, форме политического участия, инструменту *PR,* существуют уже и в западной, и в отечественной научной традиции (Milner, 2013; Plevrity 2014; Ross, Rivers, 2017; Квят, 2013; Столяров, 2014; Шомова, 2015), то российские работы, которые специально рассматривали бы интернет-мемы в качестве механизма конструирования образов власти и оппозиции, нам не известны. Между тем за рубежом в наши дни достаточно часто выходят исследования, посвященные репрезентации властных структур, партий, политиков в национальной мемосфере социальных медиа – например, испанской (Martínez-Rolán, Piñeiro-Otero, 2016), бразильской (Gambarato, Komesu, Tenani 2018), американской (Anderson, Sheele, 2014) и иных. В последней из названных статей дается любопытное определение имиджа политика, учитывающее новые реалии цифрового

мира и сетевой коммуникации: «Образ кандидата – это гиперреальная совокупность различных фрагментов имиджа, генерируемых самим политиком, его или ее коммуникационной кампанией, сформированной новостной повесткой дня и политической попкультурой. В век Интернета, однако, имидж политика все чаще формируется неэлитными дискурсами, такими, какие генерируются на сайтах *Twitter* и *Tumblr*» (Anderson, Sheeler, 2014: 225). Именно поэтому изучение мемов Рунета как способа репрезентации российской власти и оппозиции представляется назревшей и актуальной исследовательской задачей.

Главной целью предпринятого в 2017–2019 гг. исследования стало выявление семантических и семиотических особенностей данных коммуникативных единиц, формирующих образы российских политиков, власти и оппозиции. Основные исследовательские вопросы, поставленные в ходе работы, были связаны с прояснением тематических векторов *имиджевых* мемов Рунета (какие именно события, связанные с политическими лидерами, вызывают отклик производителей и распространителей мемов), а также с выявлением ведущих разновидностей данных единиц (как по функциональным, так и по жанровым признакам). Полученные результаты частично опирались на авторские исследования 2015–2016 гг. и сравнивались с предыдущими итогами. Эмпирическая база работы оказалась объемной: это не только сообщения популярных сообществ социальных сетей и мессенджеров («Лентач», «Настоящий Лентач», «Абстрактные мемы для элиты всех сортов», *MDK* и другие паблики «ВКонтакте», каналы *Telegram* – /po, Политота и т. д.), но и контент персональных страниц социальных медиа (*Facebook, Twitter* и иных); общее количество проанализированных интернет-мемов составило около двух тысяч. Помимо собственно меметического контента, значимой частью проанализированной эмпирики стали результаты социологических опросов, публикации средств массовой информации, а также данные экспертных интервью, проведенных автором с представителями интернет-индустрии – редакторами сообществ «Лентач», «Настоящий Лентач», «энциклопедии мемов» «Мемепедия» и некоторых других ресурсов. Среди тем, предложенных экспертам, были вопросы, связанные с сущностью политического интернет-мема, возможностью (или невозможностью) сконструировать успешный мем искусственно и иные.

Достаточно широкой оказалась и палитра исследовательских методов, примененных в работе; прежде всего, следует упомянуть

включенное наблюдение за процессом генерации и распространением мемов политической тематики в социальных сетях (какие именно меметические конструкции набирают значительное количество лайков и репостов и сколь быстро это происходит; какова семантика и семиотика мемов, получивших высокую вирусную активность, и т. д.); методы дискурс-анализа, семантического анализа, семиотического анализа, компаративного анализа и уже упомянутого выше экспертного опроса. Забегая вперед, скажем, что одна из главных рабочих гипотез исследования, связанная с предположением, что наиболее распространенными, наиболее эффективными – с точки зрения потенциала их вирусного распространения и возможности быть замеченными аудиторией в Рунете – являются *негативные*, агрессивные политические интернет-мемы (то есть мемы, работающие на *занижение* имиджа политической персоны/идеи/события), вполне подтвердилась в ходе предпринятого нами анализа.

«А еще владычица морская…» (репрезентация образов российской власти в мемах Рунета)

Сравнивая представления российской аудитории о властных структурах в нулевых и начале десятых годов XXI в. и отмечая, что «наиболее важными качествами идеальной власти остаются “забота о народе”, “справедливость”, “законность”, “неподкупность, некоррумпированность”, “честность”», социологи исследовательской группы «Циркон» утверждают, что основные модели восприятия идеальной власти долгое время оставались для россиян неизменными: это власть-отец и власть-менеджер («Качества власти...», 2011: 125, 132). «Забота о народе», с одной стороны, и «компетентность, дальновидность, законность», с другой, воплощают в себе запрос российского общества на патерналистские и профессиональные качества политических элит.

Однако реальные представители власти, прежде всего политической, достаточно далеки от идеальных представлений. Критически заостренное восприятие образов этих политиков россиянами отражается в различных формах коммуникации – от межличностной до массовой, и в том числе, в интересующих нас новых медиа. Напомним, что зарубежные исследователи относят интернет-мемы к такому феномену, как *LOLitics* (термин, полученный из смешения слов *политика* и *LOL* – интернет-аббревиатура, обозначающая смех, веселье; *LOLitics* – это цифровые тексты, представляющие собой проявления политического

юмора); при этом чаще всего *LOLitics* являются «откликом на новостные события или оплошности, совершенные политическими деятелями» (Tay, 2014: 46). И именно эту особенность репрезентации политики мы обнаруживаем в интересующих нас мемах Рунета.

Поскольку «почти 10% респондентов ассоциируют власть с президентом, причем в большинстве случаев — с действующим» (Шестопал, 2005: 142), рассмотрим, в первую очередь, каким предстает перед нами в мемах Рунета образ В. Путина. Следует сразу отметить, что, в силу масштабности властного поста и долговременности пребывания на политической арене, эта фигура является одной из центральных в национальной мемосфере. Можно сказать, что В. Путин сам по себе стал «мемплексом», многосоставным комплексом меметических сообщений, объединенных единой тематической доминантой. Какие же виды месседжей и какие семантические акценты мы чаще всего встречаем в этом мемплексе?

Прежде всего, речь идет о мемах, которые мы называем «событийными», то есть откликающимися на тот или иной новостной повод, актуальное событие, политический факт. Очевидно, что в 2017–2018 гг. внимание пользователей Рунета к В. Путину было вызвано не только его повседневной деятельностью на посту главы государства, но и его участием в очередных президентских выборах. Реагируя мемами – гифками, демотиваторами, коллажами и т. д. – на все этапные моменты избирательной кампании Путина (от объявления на встрече с работниками ГАЗа о решении баллотироваться в президенты и до завершающего аккорда – инаугурации), российская аудитория, судя по проанализированному нами массиву эмпирики, особенно активно конструировала и распространяла мемы в двух семантических полях: *безальтернативность* политика на посту президента и его *несменяемость* в течение многих лет на посту главы государства. Раздражение пользователей Сети первым фактором российской политической реальности (и одновременно подчеркнуто *особым* положением данного политика в ходе выборов) *выплеснулось*, например, в активном мемотворчестве по поводу избирательного бюллетеня, утвержденного ЦИК в феврале 2018 г.; особенностью этого документа стало то, что рядом с фамилией действующего президента – единственной в ряду других кандидатов – не оказалось подробных сведений (место работы, биография и т. д.), только максимально лаконичные несколько фраз. «Крутым парням не нужны лишние слова», «Царь, просто царь» – так реагировали пользователи социальных сетей на этот важнейший документ...[4] Что касается вто-

рого семантического поля – несменяемости лидера страны, то приведем в пример трехчастный коллаж из *Telegram* (7.12.2018), в левом сегменте которого расположено портретное фото Путина с надписью «Что-то модно», в центре – фото Медведева, подписанное «Что-то вышло из моды», и, наконец, справа – снова та же фотография Путина со слоганом «А что-то вечно...». Другой месседж на подобную тему – картинка из комментариев к посту «Настоящего Лентача» со слоганом: «Все, кто пропустил инаугурацию президента России Владимира Путина, не расстраивайтесь, посмотрите в следующий раз» (9.05.2018) – набрал 255 лайков уже за первый час публикации.

Однако личность В. Путина привлекает внимание интернет-аудитории и вне таких крупных событий, как президентские выборы; зачастую мемами *прорастают* вполне рядовые или же кажущиеся случайными события его политической и частной жизни – и в этом случае можно говорить о персонажной разновидности интересующего нас сетевого феномена, когда определяющим фактором интереса пользователей становится сама личность, а не масштаб события. Так, именно Путин стал героем одного из главных мемов Чемпионата мира по футболу – 2018, когда во время награждения победителей в Москве хлынул дождь и зонтом оказался укрыт лишь президент России (в отличие от стоявших рядом президентов Франции, Хорватии и т. д.). Вирусным стал уже сам документальный кадр события, быстро разошедшийся затем на фотожабы (то есть мемы, видоизменяющие фото и добавляющие к нему те или иные детали). Еще большую популярность получили затем различные месседжи, обыгрывающие эту тему. В прежние годы весьма популярными становились также мемы, репрезентирующие и такие фрагменты биографии В. Путина, как его купание в проруби на Крещение; полет со стерхами; слезы на митинге после объявления предварительных результатов президентских выборов 2012 г. и т. д.

Помимо событий политической жизни, очень часто основой для мемов в Рунете становятся и вербальные выступления или *проговорки* политика. Много сетевых шуток, например, породило его высказывание о том, что некие заинтересованные службы собирают биоматериал россиян (о механизме превращения этой фразы в мем см.: Шомова, 2018: 100–104); а совсем недавнее (январь 2019 г.) признание президента в том, что он получил звание лейтенанта как артиллерист, стало основой для множества мемов, сконструированных в качестве продолжения фразы «Путин признался, что он...» (волшебник, «парень из тех, кто просто любит жизнь» и даже Владычица

морская)[5]. Таким образом, мы видим, что российская аудитория весьма *чувствительна* практически к любой фразе или поступку национального лидера, будучи готова воссоздать в визуальных и вербальных мемах – чаще всего с ироническим оттенком – тот или иной, даже малозначительный, связанный с ним новостной повод, поведенческую реакцию, словесную или эмоциональную оплошность. Не случайно зарубежные исследователи отмечают, что мемы как проявление *LOLitics* «весьма часто нацелены на конкретных политических деятелей» (Tay, 2014: 51).

Не стоит думать, однако, что репрезентация образа В. Путина в мемосфере Рунета ограничивается агрессивно настроенными коммуникативными единицами; нередко можно встретить и позитивно окрашенные месседжи, выполняющие функцию мемов-*протекторов*, то есть апологетов данной политической фигуры. Многие известные фотокадры, ставшие популярными в СМИ и массовой культуре (например, Путин с оголенным торсом во время занятий верховой ездой; Путин за штурвалом истребителя или в ходе тушения лесного пожара и т. д.), послужили шаблонами для визуальных мемов, не иронизирующих над явным *продвижением* в этих кадрах позитивного имиджа политика, а, напротив, использующих их для конструирования образа лидера нации – как человека волевого, сильного, воплощающего в себе множество мужских качеств, оказывающего влияние на мировую политику и президентов других стран. Так, вполне характерными можно считать, например, двухчастный коллаж из *Telegram*, в нижней части которого использован снимок Путина, отдыхающего на рыбалке, а в верхней – фотография Трампа с задумчивым лицом, сопровождающийся слоганом «Почему он мне не звонит?» (15.07.2018, около тысячи просмотров); или мем, размещенный в одном из аккаунтов *Facebook* в разгар кризиса в Керченском проливе: Путин и Порошенко с телефонными трубками в руках (опять-таки документальные кадры), разделенные вертикальной чертой, играют в морской бой: «Б-4» – «Ранил...» (28.11.2018, 200 лайков, 81 репост). Предметом массового тиражирования в мемах (с разными коннотациями) стал и известный документальный кадр, изображающий В. Путина в темных очках, – этот снимок в мемах часто сопровождается надписью «Уважай!».

В то же время политические психологи давно предупреждают, что «электоральная привлекательность Путина сегодня зависит уже не столько от его обаяния и умения произвести впечатление на аудиторию, сколько от положения дел в стране» (Шестопал,

2005: 147). Значительно серьезнее, нежели простая ирония по поводу неосторожного высказывания или спонтанного поступка, в наши дни начинают выглядеть мемы, использующие образ президента страны, если речь в них идет не просто о Путине-политике, а о Путине, персонифицирующем и воплощающем российскую власть. Например, популярным в паблике «Абстрактные мемы для элиты всех сортов» стал мем (12.03.2018), выполненный в стилистике советского плаката: Путин, отстраняющий от себя толстую книгу с наименованием «Права человека в России», со слоганом «Зачем эти формальности?». Другой пример – демотиватор из комментариев к посту «Настоящего Лентача», быстро получивший более 300 лайков и основанный на известном кадре из фильма «Собачье сердце» (ставшем шаблоном для множества мемов), где профессор Преображенский в комическом отчаянии опирается лбом на руку, а Шариков говорит ему: «Хорошо, что Путин опять победил. Он наведет порядок, а то 18 лет в стране бардак и коррупция...» (23.03.2018). В данном случае мы видим в мемотворчестве пользователей Сети подтверждение наблюдениям современных социологов, замечающим по результатам масштабных опросов, что «ввиду общего глубокого недоверия населения к сегодняшним властным институтам особую актуальность приобретает тема коррупции, беззакония, злоупотребления властью» («Качества власти...», 2011: 134).

Впрочем, следует признать, что значительно чаще, нежели в мемах, репрезентирующих образ В. Путина, эти темы звучат, когда речь заходит о другом представителе российской власти – Д. Медведеве. Отметим, что семантика мемов Рунета, посвященных этому персонажу российского истеблишмента, довольно зримо отличается в разные этапы его пребывания на высоких постах. Так, в период его президентства мемы были полны скорее мягкой иронии, нежели жесткого сарказма, и чаще всего репрезентировали вторичную роль политика в тандеме с В. Путиным (в данном случае пользователи Рунета вновь точно *попадают* в тему, отмечаемую политическими психологами после масштабных офлайн-опросов населения России: «Президентство Медведева было отмечено таким странным типом лидерства, как тандемократия, показавшим, что в России личности политиков более значимы, чем их формальные политические роли: рокировка президента и премьера, произошедшая в начале президентства Медведева, не превратила последнего в самого влиятельного политика, коим

оставался Путин» (Шестопал, 2019: 12–13). Постоянным вектором сетевых *LOLitics* стали также шутки над известной страстью Д. Медведева к социальным сетям и нанотехнологиям – как, скажем, популярный демотиватор с его портретом: «Твиттрий Нанотольевич. Четыре года позитива» (см.: Шомова, 2015). Но если до 2012 г. отклики сетевой аудитории отражали, главным образом, достаточно невинные детали образа Медведева, то на посту премьер-министра лидер дал россиянам значительно более серьезные поводы для мемотворчества (при этом мемов-протекторов, посвященных данному политику и при этом популяризирующих эту фигуру, нам обнаружить в исследуемый период почти не удалось).

В частности, целый комплекс популярных мемов связал образ Д. Медведева с российским протестным движением 2017–2018 гг. Одним из символов протеста стал игрушечный утенок, воплощающий в себе намек на специальный *домик для уточки* в плесской резиденции премьера, о котором рассказал в своем нашумевшем расследовании ФБК А. Навального. Сам мем *уточка Медведева* мало-помалу превратился в своеобразное напоминание о непозволительной роскоши чиновника, в вечный *знак вопроса* по поводу возможной коррумпированности высокопоставленного политика. Кстати, и фильм-расследование сам по себе тоже был назван мемотической конструкцией «Он вам не Димон», отразившейся позже во многих фотожабах и демотиваторах (о длительной истории этой фразы рассказывала, в частности, российская «энциклопедия мемов» *Memepedia*[6]).

Другое важное семантическое поле мемов Рунета, связанное с Д. Медведевым, – это его длительная деятельность на посту премьер-министра. Оно объединяет комплекс тем, варьирующихся от общих проблем эффективности работы правительства – типичные примеры: персонажные мемы на фоне портрета политика со слоганом «Мы вам обещаем, обещаем, а вам все мало» («Настоящий Лентач», 23.03.2018) или же «Смертности на дорогах не будет, если не будет дорог» (*Telegram*, 25.01.2018) – до принципиального вопроса его пребывания на должности. Последняя тема особенно актуализировалась после президентских выборов 2018 г., когда тысячи просмотров и репостов стали получать в Сети мемы, обыгрывающие интригу назначения нового председателя правительства. Так, вирусной стала шутка, упомянутая, в частности, в комментариях «Настоящего Лентача» 8.05.2018, в день нового назначения

премьера: «Выбери Путина четыре раза – Медведев в подарок». И целых 324 тысячи просмотров, 12 900 лайков, 392 репоста получила в этот же день в сообществе «Лентач» картинка, выполненная в стилистике заглавного кадра фильма «Он вам не Димон», снабженная слоганом «Он вам опять премьер!».

Напомним, что и главные мемы, связанные с образом Д. Медведева, репрезентируют не просто отношение к нему как к политику, а, скорее, восприятие его как персонифицированного воплощения российской власти. Речь идет, например, о получившей высокую вирусную активность фразе «Денег нет, но вы держитесь», сказанной премьером на встрече с пенсионерами в Крыму. «Фраза немедленно стала крылатой и породила не только огромное количество шуток в Интернете – особенно визуальные мемы с изображением самого политика, – но и пародийные иллюстрации с различными героями массовой культуры; юмористические песни (в исполнении С. Слепакова); антирекламные обращения, обыгрывающие мем (такие, в частности, появились в Екатеринбурге и были направлены против «Единой России») и т. д.» (Шомова, 2018: 40).

Мы можем продолжать рассматривать мемы, связанные с конструированием образа представителей российской власти в новых медиа (например, глав регионов; губернаторов и мэров городов страны; высокопоставленных чиновников и т. д.), однако общий вывод уже понятен. За исключением очень ограниченного круга российских политиков, привлекающих внимание не только своей должностью, но и личной харизмой (прежде всего, речь о В. Путине), большинство *виртуальных образов* представителей власти формируются на основе спонтанных ассоциаций данных политических персонажей с их должностными обязанностями, экономическими и социальными проблемами государства, а также в связи с их публичными выступлениями – особенно дающими основания для сетевых шуток. Хотим мы того или нет, но молодая аудитория узнает о государственных программах, законодательных актах и политических событиях, главным образом, из пабликов социальных медиа. И это значит, что образы власти, формируемые мемами, долго будут опережать по своей устойчивости и активности *рукотворные* имиджи, создаваемые специальными усилиями *PR*-специалистов.

«И тогда пришел Навальный» (образы российской оппозиции в мемах Рунета)

Активно карнавализируя в своем мемотворчестве образы *властей предержащих*, аудитория Рунета с не меньшим критицизмом смотрит и на представителей российской оппозиции, и на политиков, борющихся – с разной степенью успешности – за выборные должности. Например, основной темой меметических сообщений, посвященных в последние годы политической деятельности Г. Явлинского, являются длительность и малая результативность его борьбы за президентское кресло. Выдвинув в ходе последней избирательной кампании лозунг «Поверь в будущее. Поверь в себя», – который, на наш взгляд, был бы более органичен для молодого, впервые идущего на выборы политика, – Явлинский стал героем множества портретных мемов с вербальной частью, представляющей собой вариации на тему «Прощальные гастроли» (например, *Telegram*, 1.01.2018). Чуть раньше в этом же мессенджере (4.12.2017), в телеграм-канале /ро, появилась шутка на данную тему, с аллюзией на известный факт из истории мировой литературы, быстро собравшая около 800 просмотров: «Однажды Эрнест Хэмингуэй поспорил, что напишет рассказ из шести слов, который растрогает любого...». Вот только дальше, вместо всем известного мини-рассказа Хэмингуэя, шла запись: «Явлинский снова попытается стать президентом России».

Зримо обнаруживаются в мемах Рунета и детали виртуального имиджа других акторов российской политики. По классификации зарубежных исследователей, мемы, связанные с тем или иным лидером, чаще всего могут «касаться черт характера политической фигуры» (которые зачастую «подвергаются физическому или психологическому преувеличению»); особенностей его внешности; словесных оплошностей лидера, даже имеющих случайный или малозначимый политический характер, и т. д. (Tay, 2014: 51). И действительно, мы видим, что в комплексе мемов, например, посвященных К. Собчак, довольно значимый процент занимают коммуникативные единицы, связанные с особенностями ее внешности. Когда речь идет о В. Жириновском, интернет-месседжи вовсю эксплуатируют такую деталь его личности, как склонность к скандалам и эпатажному поведению, и т. д.

Однако, безусловно, наиболее популярным героем мемов Рунета, олицетворяющим собой непримиримую оппозицию власти,

является А. Навальный. Специалисты-практики, работающие с российской индустрией мемов, давно обращают внимание на высокий вирусный потенциал его акций. Так, по мнению А. Кривец, одной из создателей ресурса *Memepedia*, «Алексей Навальный сам по себе ходячий мем – то доширак поест, то с золотой кнопкой ютуба обнимется, то выйдет из СИЗО... Все эти моменты – специально сконструированные мемы; Навальный и его команда хорошо понимают в мемах и специально публикуют потенциально меметичные фотографии и видео. И это работает, поскольку аудитория политика – типичные потребители мемов: молодые городские жители, которые много времени проводят в интернете... Навальный постоянно работает с мемами ... – конструирует образ человека-мема, закидывает в народ потенциально меметичный контент»[7].

Исследующие медиаобраз этого политика теоретики, отмечая *неудобство* для многих медиа связанных с оппозиционным лидером тем, делают вывод о том, что «подконтрольные власти СМИ балансируют между установками на игнорирование Навального и его дискредитацию», в то время как интернет-издания и блоги освещают его деятельность более позитивно (Казун 2018: 52, 56 и др.). Наши наблюдения за российской мемосферой в последние годы, однако, свидетельствуют об обратном: пользователи Сети тоже настроены по отношению к этому политику достаточно критически; в общем массиве вирусного контента, связанного с А. Навальным, мемы-протекторы обнаруживаются не слишком часто. Тем не менее они присутствуют в Сети: от лобовых, плакатных демотиваторов «Навальный – наш президент» до, напротив, ироничных и лишь относительно лояльных политику, построенных по принципу *от противного*, вербальных мемов. Среди последних – огромное количество вариантов высказываний, основанных на эррати́вах (то есть намеренно искаженных словах) и содержащих конструкцию «Блэд Нэвэльный». Смысл их – в фиксации стремления переложить свою вину на других; нападая на российскую политическую риторику, бесконечно обвиняющую в бедах страны *внешние силы*, то Обаму, то Навального, эти мемы так или иначе поддерживают самого опального политика, хотя и не могут считаться мемами-протекторами в *чистом* виде. То же самое касается ироничной фразы «Все было хорошо, пока не появился Навальный» (или, в ином варианте, «И тогда пришел Навальный»). Ставшее основой для разнообразных мемов, это речевое

клише используется и сторонниками, и противниками оппозиции, и может означать как издевку над попытками объявить Навального виновником всех российских бед, так и выражением действительной позиции говорящего.

Отметим, что намеренные искажения (как словесные, так и визуальные, изменяющие пропорции и черты, например, лица политика) вообще являются заметной семиотической особенностью интернет-мемов, посвященных А. Навальному. Если же говорить о семантическом анализе этих коммуникативных единиц, то можно выделить следующие основные темы, с которыми связывает сетевая аудитория его политический образ: 1) *митинги и протесты* (и как один из векторов темы – *задержания и тюремные сроки политика*)*;* 2) *политические амбиции оппозиционного лидера* – в частности, его *информационное противостояние с В. Путиным, в том числе в ходе президентской кампании;* 3) тема, которая может условно быть названа *«Он не тот, за кого себя выдает»,* – мемы, намекающие на связь Навального с Госдепом, эксплуатирующие его «сходство» с Гитлером и т. д. Отдельного внимания заслуживают комплексы *ситуативных*, событийных мемов, репрезентирующих те или иные новостные поводы, связанные с политиком – например, его *дуэль* с В. Золотовым или отказ ЦИКа в регистрации оппозиционера в качестве кандидата на пост президента. Из-за невозможности рассмотреть все эти *точечные* мемплексы по отдельности, мы оставим их *за скобками* данной работы.

В силу ограниченности объемов статьи, коснемся вкратце лишь первого из упомянутых семантических полей, ибо тема митинговой активности А. Навального является центральной при конструировании его мем-образа. Высокую вирусную активность в Сети обретают персонажные мемы с мечтательным Навальным (слоган «Когда представил, что митинги проходят каждый день», *Telegram*, 14.11.2017); трагическим Навальным (документальное фото с момента задержания на улице, превратившееся в мем, в силу того что рядом с головой стража порядка пририсован план гипотетически полученной в качестве премии квартиры, «Настоящий Лентач» 28.01.2018); «всеядным» Навальным, готовым зазывать на митинги даже неодушевленные предметы (персонажный мем с надписью «Смогут ли камни ходить на митинг?», различные социальные сети, ноябрь 2018 г.). Отдельной и важной подтемой данного мемплекса в 2017–2018 гг. стало участие несовершеннолетней молодежи в митингах Навального: множество лайков и репостов в Сети

получали как документальные снимки (наибольшую вирусную активность при этом, как несложно догадаться, получали фото, фиксирующие моменты задержания школьников полицией), так и специально сконструированные месседжи. Так, около 7 000 лайков и около 500 репостов получила картинка, опубликованная самим Навальным в его аккаунте в *Facebook* 23 декабря 2017 г. с комментарием «Смешно». На этой картинке – хорошо узнаваемый кадр из мультфильма «Малыш и Карлсон»: мама и папа в комнате Малыша, но на стене портрет Навального, наволочку подушки украшает слоган «Навальный 20!8»; и папа задумчиво произносит: «Все-таки надо было купить ему эту собаку...».

Подводя итоги, скажем, что ровно так же, как в Рунете существуют мемы, характеризующие восприятие аудиторией образа российской власти *в целом*, в Сети немало и мемов, критически осмысляющих обобщенный образ российской оппозиции. Например, о ее разобщенности и политической слабости повествует ставшая популярным мемом и набравшая высокую вирусную активность в *Facebook* (начало марта 2018 г.) профессиональная карикатура С. Елкина «Оппозиция штурмует власть»: стилизованные древнерусские воины, атакующие высокую кремлевскую стену (на которой – фигура российского лидера), лупцуют друг друга мечами и булавами, вместо того чтобы сражаться с весело наблюдающими за ними сверху представителями власти. Так или иначе, рассмотренные интернет-мемы, на наш взгляд, свидетельствуют о том, что молодая российская аудитория здраво и критично смотрит как на *власти предержащие*, так и на противостоящих им представителей оппозиции; никакие ухищрения профессиональных политических технологов, возможно, не способны так сильно дезавуировать образ протеста в глазах молодежи, как это делают любители – производители политических мемов Рунета. А это значит, что с российской мемосферой имеет смысл вдумчиво и серьезно работать профессионалам – не только исследователям и аналитикам, но политическим консультантам, имиджмейкерам, специалистам в области прикладных коммуникаций.

Примечания

[1] Публикация подготовлена по результатам проведения исследования (проект № 18-01-0053) в рамках Программы «Научный фонд Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ)» в 2018–2019 гг.

и в рамках государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации «5-100».

[2] Информационные источники // Левада-Центр. 18.04.2018 Режим доступа: https://www.levada.ru/2018/04/18/informatsionnye-istochniki/ (дата обращения: 1.10.2018).

[3] «Очень печально, что мои первые выборы такие»: 18-летние петербуржцы – о том, за кого будут голосовать, как относятся к Путину и почему узнают о кандидатах из мемов // Бумага. 16.03.2018. Режим доступа: https://paperpaper.ru/photos/first-election/ (дата обращения: 20.03.2018).

[4] *Кривец Н.* В сети обсуждают, как Путин выделился на бюллетене выборов 2018 года // Memepedia. 8.02.2018. Режим доступа: https://memepedia.ru/v-seti-obsuzhdayut-kak-putin-vydelilsya-na-byulletene-vyborov-2018-goda/ (дата обращения: 8.02.2018).

[5] Путин – артиллерист. А еще он владычица морская и Белое Пламя, Пляшущее на Курганах Врагов. Только мемы (недоверчивые) // Медуза. 8.01.2019. Режим доступа: https://amp.meduza.io/shapito/2019/01/08/putin-artillerist-a-esche-on-vladychitsa-morskaya-i-beloe-plamya-plyashuschee-na-kurganah-vragov-tolko-memy-nedoverchivye?fbclid=IwAR2CqO_p3dkUnB68eCDcuB0coF3Q1s78CyQETYlz_AMGF2eu2HBZXxHz2x4 (Дата обращения 8.01.2019).

[6] Он вам не Димон // Memepedia. 6.08.2017. Режим доступа: https://memepedia.ru/on-vam-ne-dimon/ (дата обращения: 28.12.2018).

[7] Материалы экспертного интервью, проведенного автором.

Библиография

Гринберг Т.Э. Политические технологии. М.: Аспект Пресс, 2018.

Докинз Р. Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993.

Засурский И. И. Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2001.

Казун А. Д. «Осветить нельзя игнорировать»: Алексей Навальный в российских СМИ // Полития. 2018. № 1. С. 47–64.

Качества власти: восприятие и представление населения // Полития. 2011. № 4. С. 112–135.

Квят А. Г. Медиамем как инструмент политического *PR*: когнитивный подход // Медиаскоп. 2013. Вып. 1. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/1254#12 (дата обращения: 11.01.2018).

Образы власти в постсоветской России / под ред. *Е. Б. Шестопал*. М.: Алетейя, 2004.

Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры //Культура в современном мире. 2013. № 3. Режим доступа: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf (дата обращения: 22.09.2018).

Словарь языка интернета.ru / под ред. *М. А. Кронгауза*. М.: АСТ Пресс Книга, 2016.

Столяров А. А. Политические мемы эпохи «Фейсбук-революции» как способ конструирования медиареальности // Медиаскоп. 2014. Вып. 3. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/1590#13 (дата обращения: 11.01.2019).

Черных А. И. Медиа и демократия. М.: Университетская книга, 2011.

Шестопал Е. Б. Новые тенденции восприятия власти в России // Полис. Политические исследования. 2005. № 3. С. 137–151. Режим доступа: https://www.civisbook.ru/files/File/Shestopal-2005-3.pdf (дата обращения: 11.01.2019).

Шестопал Е. Б. Проект длиною в четверть века. Исследование образов власти и лидеров в постсоветской России (1993–2018) // Полис. Политические исследования. 2019. № 1. С. 9–20.

Шомова С. А. Мемы как они есть. М.: Аспект Пресс, 2018.

Шомова С. А. Политический интернет-мем: сущность, специфика, разновидности // Бизнес. Общество. Власть. 2015. № 22. С. 28-41. Режим доступа: https://www.hse.ru/mag/27364712/2015--22/148970323.html (дата обращения: 11.05.2017).

Anderson K., Sheeler K. (2014) Texts (and Tweets) from Hillary: Meta-Meming and Postfeminist Political Culture. *Presidential Studies Quarterly 44 (2):* 224–243.

Bennett W. L., Entman R. M. (eds.) (2001) *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge University Press.

Blackmore S. (1999) *The Meme Machine*. Oxford University Press.

Brodie R. (1996) *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. Seattle.

Burroughs B. (2013) FCJ-165 Obama trolling: memes, salutes and an agonistic politics in the 2012 presidential election. *The Fibreculture Journal* 22: 258–277.

Davison P. (2009) The language of Internet memes. In Mandiberg M. (ed.) *The social media reader*. New York and London: New York University Press. Pp. 120–134.

Gambarato R., Komesu F. (2018) What Are You Laughing At? Former Brazilian President Dilma Rousseff's Internet Memes across Spreadable Media Contexts. *Journal of Creative Communications 13 (2)*. Pp. 85–103.

Gambarato R., Komesu F., Tenani L. (2018) 'I will not become an Internet meme': visual-verbal textualization process in the study of the power and resistance in Brazil. *Acta Scientiarum Language and Culture* 40 (2). Pp. 1–11.

Hofstadter Douglas R. (1986) *Metamagical Themas. Questing for the Essence of Mind and Pattern*. New York.

Lankshear S., Knobel M. (2006) *New Literacies. Everyday Practices and Classroom Learning. Second Edition*. Open University Press, McGraw-Hill Education.

Martínez-Rolán X., Piñeiro-Otero T. (2016) The use of memes in the discourse of political parties on Twitter: analysing the 2015 state of the nation debate. *Communication & Society* 29 (1): 145–159.

Milner R. M. (2013) Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication* 7: 2357–2390.

Plevrity V. (2014) *Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement. The University of Varwick*. Available at: https://warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/research/publications/madiss/ccps_13-14_vasiliki_plevriti.pdf (accessed: 4.02.2018).

Ross A., Rivers D. (2017) Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media* 16: 1–11.

Shifman L. (2014) *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: MIT Press.

Tay G. (2014) Binders Full of LOLitics: Political Humour, Internet Memes, and Play in the 2012 US Presidential Election (and beyond). *The European Journal of Humour Research* 2 (4): 46–73.

Wiggins Bradley E., Bowers Bret G. (2014) Memes as Genre: a Structurational Analysis of the Memescape . *New Media & Society* 11 (17): 1886–1906.

Notes

Informatsionnye istochniki (2018) [Information Sources]. *Levada-Tsentr.* 18.04.2018. Available at: https://www.levada.ru/2018/04/18/informatsionnye-istochniki/ (accessed: 1.10.2018).

«Ochen' pechal'no, chto moi pervye vybory takie»: 18-letnie peterburzhtsy – o tom, za kogo budut golosovat', kak otnosyatsya k Putinu i pochemu uznayut o kandidatakh iz memov (2018) [«It is very sad that my first election is like this»: 18-year-old Petersburgers – about who they will vote for, how they feel about Putin and why they find out about the candidates from memes]. *Bumaga*. 16.03.2018. Available at: https://paperpaper.ru/photos/first-election/ (accessed: 20.03.2018).

Krivets N. (2018) V seti obsuzhdayut, kak Putin vydelilsya na byulletene vyborov 2018 goda [The Web Discusses How Putin Stood Out on the 2018 Election Bulletin]. *Memepedia*. 8.02.2018. Available at: https://memepedia.ru/v-seti-obsuzhdayut-kak-putin-vydelilsya-na-byulletene-vyborov-2018-goda/ (accessed: 8.02.2018).

Putin – artillerist. A eshche on vladychitsa morskaya i Beloe Plamya, Plyashushchee na Kurganakh Vragov. Tol'ko memy (nedoverchivye) (2019) [Putin is an artilleryman. And Also He Is the Mistress of the Sea and the White Flame, Dancing on the Mounds of the Enemies. Memes Only (the Incredulous)]. *Meduza*. 8.01.2019. Available at: https://amp.meduza.io/shapito/2019/01/08/putin-artillerist-a-esche-on-vladychitsa-morskaya-i-beloe-plamya-plyashuschee-na-kurganah-vragov-tolko-memy-nedoverchivye?fbclid=IwAR2CqO_p3dkUnB68eCDcuB0coF3Q1s78CyQETYlz_AMGF2eu2HBZXxHz2x4 (accessed: 8.01.2019).

On vam ne Dimon (2017) [He Is Not Dimon to You)]. *Memepedia*. 6.08.2017. Available at: https://memepedia.ru/on-vam-ne-dimon/ (accessed: 28.12.2018).

References

Anderson K., Sheeler K. (2014) Texts (and Tweets) from Hillary: Meta-Meming and Postfeminist Political Culture. *Presidential Studies Quarterly 44 (2):* 224–243.

Bennett W. L., Entman R. M. (eds). (2001) *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge University Press.

Blackmore S. (1999) *The Meme Machine*. Oxford University Press.

Brodie R. (1996) *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. Seattle.

Burroughs B. (2013) FCJ-165 Obama Trolling: Memes, Salutes and an Agonistic Politics in the 2012 Presidential Election. *The Fibreculture Journal* 22: 258–277.

Chernykh A. I. (2011) *Media i demokratiya* [Media and Democracy]. Moscow: Universitetskaya kniga Publ. (In Russian)

Davison P. (2009) The Language of Internet Memes. In M. Mandiberg (ed.) The Social Media Reader. New York and London: New York University Press. Pp. 120–134.

Dokinz R. (1993) *Egoistichnyy gen* [The Selfish Gene]. Moscow: Mir Publ. (In Russian)

Gambarato R., Komesu F. (2018) What Are You Laughing at? Former Brazilian President Dilma Rousseff's Internet Memes across Spreadable Media Contexts. *Journal of Creative Communications* 13 (2): 85–103.

Gambarato R., Komesu F., Tenani L. (2018) 'I Will not Become an Internet Meme': Visual-Verbal Textualization Process in the Study of the Power and Resistance in Brazil. *Acta Scientiarum Language and Culture* 40 (2): 1–11.

Grinberg T. E. (2018) *Politicheskie tekhnologii* [Political Technologies]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Hofstadter Douglas R. (1986) *Metamagical Themas. Questing for the Essence of Mind and Pattern*. New York.

Kachestva vlasti: vospriyatie i predstavlenie naseleniya (2011) [The Qualities of Power: the Perception and Comprehension of the Population]. *Politiya* 4: 112–135. (In Russian)

Kazun A. D. (2018) «Osvetit' nel'zya ignorirovat'»: Aleksey Naval'nyy v rossiyskikh SMI ["It is Impossible Either to Cover or to Ignore It": Alexey Navalny in Russian Media]. *Politiya* 1: 47–64. (In Russian)

Krongauz M. A. (ed.) (2016) *Slovar' yazyka interneta.ru* [Dictionary of the Internet]. Moscow: AST Press Kniga Publ. (In Russian)

Kvyat A. G. (2013) Mediamem kak instrument politicheskogo PR: kognitivnyy podkhod [The Media Meme as a Tool of Political PR: the Cognitive Approach]. *Mediaskop* 1. (In Russian). Available at: http://www.mediascope.ru/node/1254#12 (accessed: 11.01.2018).

Lankshear S., Knobel M. (2006) *New Literacies. Everyday Practices and Classroom Learning. Second Edition*. Open University Press, McGraw-Hill Education.

Martínez-Rolán X., Piñeiro-Otero T. (2016) The Use of Memes in the Discourse of Political Parties on Twitter: Analysing the 2015 State of the Nation Debate. *Communication & Society* 29 (1): 145–159.

Milner R. M. (2013) Pop Polyvocality: Internet Memes, Public Participation, and the Occupy Wall Street Movement. *International Journal of Communication* 7: 2357–2390.

Plevrity V. (2014) *Satirical User-Generated Memes as an Effective Source of Political Criticism, Extending Debate and Enhancing Civic Engagement*. The University of Varwick. Availble at: https://warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/research/publications/madiss/ccps_13-14_vasiliki_plevriti.pdf (accessed: 4.02.2018).

Ross A., Rivers D. (2017) Digital Cultures of Political Participation: Internet Memes and the Discursive Delegitimization of the 2016 U.S. Presidential Candidates. *Discourse, Context & Media* 16: 1–11.

Savitskaya T. E. (2013) Internet-memy kak fenomen massovoy kul'tury [Internet Memes as a Phenomenon of Mass Culture]. *Kul'tura v sovremennom mire* 3. (In Russian). Available at: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvm-s3.pdf (accessed: 22.09.2018).

Shestopal E. B. (2005) Novye tendentsii vospriyatiya vlasti v Rossii [New Trends in the Perception of Power in Russia]. Polis. *Politicheskie issledovaniya* 3: 137–151. (In Russian). Available at: https://www.civisbook.ru/files/File/Shestopal-2005-3.pdf (accessed: 11.01.2019).

Shestopal E. B. (ed.) (2004) *Obrazy vlasti v postsovetskoy Rossii* [Images of Power in Post-Soviet Russia]. Moscow: Aleteyya Publ. (In Russian)

Shestopal E. B. (2019) Proekt dlinoyu v chetvert' veka. Issledovanie obrazov vlasti i liderov v postsovetskoy Rossii (1993-2018) [A Quarter-Century Project. A Study of the Images of Power and Leaders in Post-Soviet Russia (1993-2018)]. *Polis. Politicheskie issledovaniya* 1: 9–20. (In Russian)

Shifman L. (2014) *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: MIT Press.

Shomova S. A. (2018) *Memy kak oni est'* [Memes as They Are]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Shomova S. A. (2015) Politicheskiy internet-mem: sushchnost', spetsifika, raznovidnosti [A Political Internet Meme: Essence, Specifics, Varieties]. *Biznes. Obshchestvo. Vlast'* 22: 28-41. (In Russian). Available at: https://www.hse.ru/mag/27364712/2015--22/148970323.html (accessed: 11.05.2017).

Stolyarov A. A. (2014) Politicheskie memy epokhi «Feysbuk-revolyutsii» kak sposob konstruirovaniya mediareal'nosti [Political Memes of the "Facebook Revolution" Era as a way to Construct Media Realities]. *Mediaskop* 3. (In Russian). Available at: http://www.mediascope.ru/node/1590#13 (accessed: 11.01.2019).

Tay G. (2014) Binders Full of LOLitics: Political Humour, Internet Memes, and Play in the 2012 US Presidential Election (and Beyond). *The European Journal of Humour Research* 2 (4): 46-73.

Wiggins Bradley E., Bowers Bret G. (2014) Memes as Genre: a Structurational Analysis of the Memescape . *New Media & Society* 11 (17) 11: 1886–1906.

Zasurskiy I. I. (2001) *Rekonstruktsiya Rossii. Mass-media i politika v 90-e* [Reconstruction of Russia. Mass Media and Politics in the 90s.]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ. (In Russian)

Поступила в редакцию
04.02.2019