

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра философии

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ / В.И. Кудашов

« _____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

47.03.01 Философия

Юмор в сети интернет: философский анализ.

Руководитель темы  _____ доцент, канд. филос.наук А.А. Груздев

Выпускник  _____ А.А. Мамон

Красноярск 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЙ «ЮМОР» И «ЮМОРИСТИЧЕСКОЕ»	7
1.1 ЮМОР И КОМИЧЕСКОЕ: ОТ АНТИЧНОСТИ ДО XX ВЕКА	7
1.2 ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОНИМАНИЯ ЮМОРА	17
2 ЮМОР В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»	25
2.1 ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЮМОРА В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»	25
2.2 ИНТЕРНЕТ-ЮМОР: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ	37
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	45
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	47
ПРИЛОЖЕНИЕ А	52

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность.

Современный этап развития гуманитарных наук обусловлен тем, что в центре внимания ученых оказались явления и процессы, которые ранее не привлекали к себе внимание академического сообщества. В частности, речь идет о таких феноменах как юмор и комическое, которые занимали и занимают особое место в духовной жизни общества на любом этапе его развития: от архаичного периода, где смех был частью игры или обряда, и не нес интеллектуальной нагрузки, до XXI века, когда юмор является неотъемлемой частью любой сферы жизни социума.

Актуальность исследования данной дипломной работы обусловлена тем, что в настоящее время, благодаря развитию техники и технологий, стремительно меняется структура социо-культурной реальности, которая выражает основополагающие для жителей современности социальные и аксиологические установки, определяющие особенности современного мировоззрения.

С 1990-ых годов, человечество начинает активно использовать информационные технологии, где социальные коммуникации получили новое пространство реализации, называемое всемирной сетью «Интернет». Активное пользование Всемирной информационной сетью открыло для человека принципиально новые возможности для осуществления своих творческих и интеллектуальных потребностей. Традиционное общение перешло в виртуальное, с преобладанием медиа формата передачи информации, и юмор как часть коммуникации претерпел некоторые трансформации, которые и будут рассмотрены в данной работе.

С переходом в digital пространство (цифровое пространство), юмор меняет свою форму на виртуальную: он становится по большей части визуальным, и с каждым годом обретает всевозможные виды представления. Феномен интернет-юмора появился относительно недавно и до

действительного момента не получил философское осмысление – это также подтверждает актуальность данной работы. Отметим необычайную популярностью исследований, так или иначе посвященных интернет сфере, количество которых за последнее десятилетие увеличивается в геометрической прогрессии: стремительное развитие виртуальной среды расширяет проблемное поле для ученых и всех интересующихся данной тематикой, в том числе и нашего исследования.

Безусловно, интернет-юмор поглотил внимание современной молодежи, отчасти потому, что границы дозволенного были стерты вместе с возможностью вести виртуальную деятельность без авторства. Юмор сейчас имеет наибольшее распространение за всю историю информационной деятельности человека. Данный факт сразу выводит на вопрос об аксиологическом аспекте юмора в сети «Интернет», о его месте и роли в системе ценностей современных людей, а также о его влиянии на социальные практики человека. Чему и будет посвящено данное исследование.

Объектом исследования данной дипломной работы является юмор и комическое.

Предметом исследования выступает репрезентация юмора в интернет пространстве.

Проблема исследования состоит в неясности влияния интернет-юмора на социокультурную реальность. Выразаясь иначе, проблему исследования можно выразить вопросом: «Какое влияние интернет-юмор оказывает на социальную и культурную реальность?»

Цель заключается в исследовании влияния интернет-юмора на социокультурную реальность.

Для реализации поставленной цели предполагается решение следующих **задач**:

1) представить концепции и историческое развитие эстетических феноменов «юмористическое» и «комическое»;

2) представить анализ и классификации основных подходов к феномену юмора в современной культуре;

3) выявить и проанализировать характерные особенности интернет-юмора, а также определить его сущностное содержание в контексте современной культуры, в контексте трансформации современной культуры под влиянием постмодернизма;

4) выявить и проанализировать аксиологический и социальный аспекты интернет-юмора.

Теоретико-методологической основой исследования являются эстетические, аксиологические и социальные основания проявления юмористического в современной культуре. Работа выстраивалась с опорой на основные теоретические концепции, представленные в истории философии. Теоретическую базу составили концепции Аристотеля, Платона, стоиков.

Особенное внимание уделено традиции исследования феноменов юмора и комического, представленной в трудах эмпирических психологов XIX века: Г. Спенсера, Т. Липса, а также в работах З. Фрейда и представителей неклассической философии: А. Шопенгауэра, Ф. Ницше, Н. Гартмана, А. Бергсона. В основу эстетического осмысления юмора легли концепции теоретиков романтизма, таких как: Ф. Шлегель, А. Шлегель, Ф. Шеллинг.

Теоретическую основу данного исследования дополнили так же современные работы, посвященные проблемам междисциплинарного исследования теорий и практик современной культуры, таких авторов как: Худоведрова, Е. С. Чемодакова, А. А. Сергеев, М. И. Станкин, Ю. Б. Борев, Ю. Г. Тамберг, В. П. Шейнов, С. С. Мельников.

Методы, использованные в данной работе:

Метод концептуального анализа применялся для пояснения и анализа эстетических категорий в истории их философского осмысления.

Метод экстраполяции использовался при анализе и оценке эстетических, аксиологических и социальных оснований современной интернет-культуры, а также выявления и аналитики юмора как части интернет-культуры.

Феноменологический метод использовался при оценке примеров современного интернет-юмора с целью выявления их сущности, а также обнаружения, фиксации и описания их специфических особенностей.

Структурно работа состоит из двух глав. Первая глава состоит из двух параграфов, вторая глава разбита на два параграфа, работа также включает содержание, введение, заключение, список использованных источников и приложений.

Количество страниц в целом составляет 61, из которых 39 приходится на основную часть, 5 – на введение, 2 – на заключение, 10 - на приложения и 5 на библиографическую справку.

1 ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПОНЯТИЙ «ЮМОР» И «ЮМОРИСТИЧЕСКОЕ»

1.1 ЮМОР И КОМИЧЕСКОЕ: ОТ АНТИЧНОСТИ ДО XX ВЕКА

Задачи данного параграфа будут заключаться в обобщении и развитии концептуализации; историко-философской реконструкции осмысления таких эстетических феноменов, как юмор и комическое.

Важно отметить, что мы можем поставить такую задачу благодаря тому, что в настоящее время в сферу исследования философии входят феномены, которые ранее определялись как «незаслуживающие» изучения научным сообществом. Однако, в отношении некоторых «маргинальных» объектов, так или иначе присутствующих в повседневной жизни общества, наука стала менять свое отношение в середине XX – начале XXI веков, благодаря развитию программы исследования повседневности посредством культурологических методов. Благодаря этому, в поле научного восприятия попали объекты, которые ранее отвергались академической наукой, а также классической философией по причине своей «низменности».

Сейчас юмор и комическое всё активней проникают в науку, где данные феномены становятся конкретными объектами исследования, «захватывая» умы ученых и специалистов в разных областях гуманитарного знания.

Как отмечает эстонский и советский философ Л. Н. Столович: «с легкой руки сборника «Физики шутят» и затем «Физики продолжают шутить» последовала серия книг, обнаружившая, что и другим профессиям не чуждо юмористическое: «Знаменитые шутят», «Журналисты шутят», «Психологи тоже шутят», «Математики тоже шутят», «Геологи шутят...и не шутят», «Химики еще шутят», «Смешное в шахматах и жизни» [1].

Философия тоже не «отставала» и в 2010 году для русскоязычной публики была переведена книга «Философия с шуткой. О великих философах и их учениях» испанца Педро Госалеса Калеро [2], ставящая перед собой задачу

рассмотреть историю философии с юмористического ракурса, посредством обращения к историческим анекдотам, благодаря которым философы обретают доступ к «конкретно-чувственным образам, чтобы нагляднее представить свои мысли и концепции, притом, подчас не без юмора». В этом смысле, П. Калеро придерживается мысли о том, что юмор – это неотъемлемый элемент философии, позволяющий ей «производить» саму себя в тексте, характерной чертой которого, является «ироническое остроумие и тонкий юмор» [2]. Заметим, что согласно ученому, «философское остроумие схватывает комические противоречия и выявляет их через образ, парадокс, притчу и афоризм».

Таким образом, юмор может быть помыслен нами в качестве одного из неочевидных инструментов философского осмысления мира. Этот тезис является обоснованием возможности историко-философской реконструкции описываемого понятия.

Обычно под юмором понимается специфическая интеллектуальная способность субъекта подмечать в явлениях окружающей его действительности смешные. В этом смысле, юмор – основание такой психологической особенности человека, как чувство юмора, сущность которого заключается в способности обнаруживать противоречия в окружающей действительности, а также давать им оценку с позиций комической стороны [3]. Русский лексикограф В. И. Даль дает такое толкование юмору: «веселая, острая, шутливая складка ума, умеющая подмечать и резко, но безобидно выставлять странности нравов или обычаев; удаль, разгул иронии» [4].

Этимология слова «юмор» восходит к древнегреческому языку, где изначально бытует в медицинской сфере. Полагалось, что состояние человека определяется соотношением четырех жидкостей его организма – крови, лимфы, а также желтой и черной желчи, сочетание которых порождало «гумор» [5].

Чуть позже, в период расцвета досократической натурфилософии, юмор постепенно начинает привлекать внимание философов, не обретая при этом последовательного осмысления с категориями в эстетическом плане, а

становясь своеобразным гносеологическим видом процесса миропознания. Так, античный автор Сотион подмечает: «на мудрых вместо гнева сходили – слезы – на Гераклита, смех – на Демокрита» [6]. К слову, последний из упомянутых философов полагал, что смеха достойны абсолютно все человеческие дела, указывая на то, что смех является «специфической концентрацией мудрости».

В этом смысле, досократическая философия, отчасти сама того не осознавая, переносит понятие юмора из гносеологической сферы в антропологическую, задолго до сократического вопроса о человеке, ставя посредством юмора вопрос о сущности того, кто спрашивает о мире. Таким образом, усилиями досократической мысли человек впервые определен не столько в качестве разумного существа, сколько в качестве *animal ridens* [смеющегося животного] – отмечает В. С. Соловьев в своем курсе по истории греческой философии: «человек рассматривает факт, а если факт не соответствует его идеальным представлениям, он смеется. В этой же характеристической особенности лежит корень поэзии и метафизики» [7].

О. В. Николаева отмечает, что юмор «связан с оценочностью суждений, дихотомией плохое-хорошее» [8]. В связи с этим, можем сделать вывод о том, что юмор может быть рассмотрен и в рамках развития этики, открывая себя в качестве категории морального сознания. Такой подход к аналитике рассматриваемого понятия позволяет заметить его двойственность: он обращен сразу в две противоположные по отношению друг к другу онтологические сферы. Иначе говоря, юмор, укорененный в «низменном» – плох, но в тоже самое время его «высота» обусловлена способностью к обобщению «множественной практики и выражению в афористической форме идейной сути целого класса однотипных явлений» [8].

Отметим, что «онтологическая сущность юмора находит свое выражение в юмористической ситуации, представляющей собой некоторое высказывание, имеющее под собой и сокрытый второй смысл». Следовательно, с точки зрения семиотики, юмористическое высказывание справедливо рассматривать в качестве символического знака, отсылающего реципиента к «чему-то более

общему, чем непосредственный предмет шутки. К чему-то неколебимому и известному как стабильное» [8]. Таким образом, онтологичность юмора заключается в его способности быть связующим звеном и посредником между пространством изменяющегося мира, и однотипностью человеческого опыта.

Проявлением и выражением юмора в повседневности является смех. В истории западноевропейской культуры смех и культура смеха, становятся объектами самостоятельного научного изучения в XIX веке, характеризующимся становлением и развитием гуманитарного знания.

Из основного объёма, имеющегося на сегодняшний день научного материала, посвящённого изучению специфики смеховой культуры, отметим лишь работы отечественных исследователей – В. Я. Проппа и М. М. Бахтина, ставших некими «переходными» звеньями от научных изысканий XIX века к междисциплинарным программам XX века.

В работе «Проблемы комизма и смеха» [9] В. Я. Пропп расширяет пространство смешного, привычное для предшествующей эпохи: отныне это не только индивидуальные особенности (физические, моральные и умственные недостатки) того или иного человека или предмета, но и особенности социальных общепринятых укладов, а также особенности некоторых профессий.

По-настоящему новой перспективой исследования культуры смеха стала работа М. М. Бахтина «Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса» [10], обращающаяся к вопросу генезиса смеха от ритуальных практик до атрибута праздничного карнавала, обладающего такими характеристиками, как: всенародность, универсальность и двойственность. М. М. Бахтин приходит к выводу о том, что смех – это «универсальное, мирозерцательное начало, исцеляющее и возрождающее, связанное с вопросами устройства жизни и смерти, которые мыслились только серьёзно» [10].

Возвращаясь к опыту осмысления юмористического в предшествующую эпоху, важно заметить, что анализ исследовательских объектов происходил в

какой-либо отдельной дисциплине и научные изыскания XIX века ещё не носили междисциплинарный характер. В частности, основы психологии смеха и юмора разрабатывают Г. Спенсер и Т. Липпс, определяя объект своего научного исследования в качестве способа «освобождения избытка нервной энергии» [11]. Впоследствии, основополагающие для современной науки основы психологии смеха были сформулированы в работе австрийского психоаналитика Зигмунда Фрейда «Остроумие и его отношение к бессознательному» [12], который полагал, «что механизм комического основывается на специфическом сравнении, обусловленном непреодолимым инфантилизмом субъекта». Фрейд указал на социальную природу юмора, где объектом комического может быть лишь другой человек [12]. Окончательное установление юмора и смеха в пространстве эстетики происходят в работах Н. Гартмана, отказавшегося от рассмотрения психологической сути комического и определившего рассматриваемый вопрос в качестве «наиболее трудной проблемы из области эстетических проблем» [13], закладывая традицию феноменолого-эстетического рассмотрения юмора, все более трансформировавшегося в понятие комическое. Особенность гартмановского подхода к анализу комического заключается в «определении последнего в качестве некой принадлежности предмета, его качества, но существующего только для субъекта» [13]. Н. П. Худаведрова отмечает, что в эстетической теории Н. Гартмана понятие «комического» получило наиболее выстроенное описание, обобщив важнейшие тенденции в исследовании комического, обнаруживаемые в истории западноевропейской философской мысли.

В этом смысле, отметив специфику рассмотрения понятий юмор и смех в истории западноевропейской культуры от досократиков до эстетики рубежа XIX-XX вв., мы можем обратиться к историко-философской реконструкции концептуализации понятия «комическое».

Этимологически категория «комическое» (от др.греч. κωμῳδία, лат. *comodia*) восходит к древнегреческому языку, означая «смешной». В свою очередь слово «смешной» восходит к глаголу, означающему в дословном

переводе «совершать процессию» или «ходить веселой и шумной толпой по городу с музыкой, пением, плясками; пировать, праздновать» [14].

В период расцвета философии Античности одна из первых попыток конкретно эстетического осмысления комического обнаруживается у Платона. В трактате «Государство» он дает негативную оценку комическому, ассоциируя его со смехом безумцев [15], а в диалоге «Филеб» [16] говорит о смешливом человеке как о существе сугубо порочном. Таким образом, для Платона юмор – это отрицательное явление, что обусловлено его происхождением: греческий мыслитель считал, что в основе этого чувства лежат злоба и зависть. В частности, речь идет о насмешках над стоящими ниже в социальной иерархии. Таким образом, Платон в своем эстетическом размышлении не приблизился к разгадке природы комического, оставив для дальнейшего изучения лишь своеобразное предостережение, заключающееся в том, что смех может иметь серьезные последствия, в том числе для жизни целого государства [15].

Морализаторский подход Платона к анализу комического, мы можем объяснить аристократическим происхождением философа, а также педагогическими целями, обусловившими появление его знаменитых диалогов. Кроме того, одним из возможных объяснений негативного отношения Платона к комическому может быть полемика с автором комедий Аристофаном, насмехавшимся в своих произведениях над учителем Платона – Сократом. Данное предположение позволяет заметить, что в эпоху античности философия является далеко не единственным способом концептуализации комического.

Теория комического в Древней Греции и Риме развивалась в рамках дискурса риторики: размышления о комическом и средствах его достижения можно обнаружить в текстах Марка Антония, Квинтилиана, Лукиана, Цицерона, Ювенала, Сенеки [17]. По мнению Н. П. Худавердовой, специфика античной риторики в вопросе рассмотрения комического заключалась в отсутствии понимания различия между комическим как социально-оценочным и с индивидуально-оценочной категорией [17]. Таким образом, несложно понять, что в рамках античной риторики осмысление понятие комического шло

в направлении решения только прикладных задач. В частности, Цицерон в своих работах занимался вопросами стилистики комического, классифицируя его разновидности и понимая под ними разнообразные фигуры речи.

В противоположность Платону, на страницах «Поэтики» Аристотель «определил смешное в качестве некоторой ошибки и безобразия, никому не причиняющего страдания и «ни для кого не пагубное»» [18].

В антиковедении принято считать, что именно с аристотелевского определения смешного начинается самостоятельная и целенаправленная история изучения комического. По мнению Аристотеля, «комедия есть воспроизведение худших людей, однако, не в смысле полной порочности...и без выражения страдания» [18]. Таким образом, комедия представляется как способ изображения низости человека, выявляющейся в конфликтной ситуации, не представляющей ни для кого из участников конфликта опасности. Основу комизма, по мнению Аристотеля, составляет «безобразность» разворачивающейся ситуации, которая приобретая звучание, делает её созвучной смешному. Важно и то, что используя многочисленные отрицания в своем определении комического, Аристотель, как замечает Н. П. Худоведрова, определяет комическое в качестве искаженного идеала, указывая не столько на отрицательные, сколько на позитивные коннотации, присущие этой эстетической категории.

Как отмечает А. О. Кошелев, Аристотель, заложивший основы изучения категории комического, на долгие годы лишил своих последователей возможности открытия, поскольку большинство авторов, писавших по данной теме «лишь конкретизируют сказанное Аристотелем» [19].

Вышесказанное позволяет отметить, что в последующие культурно-исторические периоды – эпоху Средневековья и Возрождения вопросы природы комического смещаются на «вторые роли» философско-эстетических интересов мыслителей, которые занимались более важными теологическими и антропологическими вопросами. Также отметим, что описываемые периоды характеризуются развитием и «добавлениям» различных комических практик,

которые можно обнаружить в средневековых фарсах, творчестве вагантов, а в более поздние времена – в комедиях У. Шекспира, новеллах Дж. Боккаччо и прозе М. Сервантеса.

В начале Нового времени в связи с перестройкой социально-политического уклада жизни европейцев, комическое вновь становится привлекательным объектом исследования. Английский философ Т. Гоббс, вновь возвращается к идеям античной эстетики и полагает, что смех имеет отношение к превосходству над окружающими [20]. Таким образом, смех – это выражение триумфа, вызванного ощущением превосходства над окружающим или над собственным прошлым [20].

Обращаясь к интерпретации Т. Гоббса комического, несложно заметить, что в её основе лежит идея противоречия, которая парадоксальным образом, по мнению Дж. Локка, способны привести людей к некоторому единству [21]. Таким образом, новоевропейская рефлексия комического, возрождая, с одной стороны, наследие античной эстетики, с другой стороны, использует его для решения сугубо социально-политических целей, «предвидя» тем самым эпоху Просвещения, где сатира избрана как оружие Истины, которая разрушает социальные предрассудки. Вместе с тем, в рамках эстетической теории классицизма, комедия определялась в качестве низкого жанра, что наложило определенный отпечаток на постановку и решение рассматриваемого вопроса: в эпоху Просвещения теория комического как таковая не разрабатывалась.

Важной вехой в развитии эстетики комического стала немецкая классическая философия. В «Критики способности суждения» И. Кант не только определяет, вслед за новоевропейскими мыслителями, смех в качестве аффекта [22], но и связывает его с ощущением нелепости, связанным с ситуацией, когда ожидания субъекта не оправдываются.

Благодаря И. Канту, а также другим представителям немецкого идеализма, стало возможно расширение проблематики комического в рамках романтизма: Ф. Шлегель, А. Шлегель, Ф. Шеллинг и другие. Согласно представлениям романтиков, комическое может рассматриваться не только в

качестве художественного метода, но и в качестве принципа мирозерцания, позволяющего поэзии «возвыситься до философии» [11].

Обобщая сказанное, отметим, что в западноевропейском эстетическом дискурсе от Аристотеля до Георга Гегеля комическое рассматривалось в качестве реакции на несоответствие, вызванное противоречием между увиденной безобразностью и внутренним представлением об идеале. А в неклассической традиции философствования верной оказывается интерпретация, согласно которой комическое понимается в качестве взаимоотношения объекта, ассоциируемого со свободой, и субъекта – проявления необходимости. В частности, Артур Шопенгауэр в своей работе «Мир как воля и представление» определяет смех в качестве «неожиданного сознания несовпадения между известным понятием и реальными объектами» [23]. В этом смысле, смех для него – это способ разоблачения иллюзий человеческой жизни, а также критики всеобъемлющей рациональности мира.

В этом же направлении размышляет Фридрих Ницше, предопределивший развитие различных течений интеллектуальной культуры XX века. В работе «Рождение трагедии из духа музыки» философ говорит о комическом как о способе «художественного освобождения» [24]. Таким образом, смех по Ницше – это проявление начала, способного разрешить любую проблему путем ее преодоления, характеризующегося «переходом от мгновенного страха к краткому веселью» [24].

Завершить ход мысли мы можем обращением к работе А. Бергсона «Смех», представляющую собой, мнению Н. П. Худоведровой, одну из самых неординарных работ по теории комического, где понятия смешного и комического у него не разделены [17]. Понимая жизнь в качестве динамичного потока, А. Бергсон ассоциирует подлинное основание комического с ограниченностью там, «где хотелось бы видеть предупредительную ловкость и живую гибкость человека» [25]. Таким образом, смешное для А. Бергсона – это не просто столкновение с глупостью, а встреча человека с собой как не гибким и не динамичным. В этом смысле, уточняет Н. П. Худоведрова, у Бергсона не

существует комического вне человека, а значит, оно не является ни обязательным качеством характера, ни атрибутом определенного типа, а «сохраняет некоторую самостоятельность», оставаясь при этом нелепой гримасой [Худоведрова], призванной не столько менять саму жизнь, сколько корректировать направление движения общества, живущего своей динамичной жизнью.

Итак, обобщая вышесказанное, подведем итоги.

1) На сегодняшний день в эстетической теории выделяются следующие формы комического: юмор и сатира, различающиеся между собой по типу эмоционального отношения к объекту или его части. Промежуточным этапом между юмором и сатирой является ирония, характеризующаяся критическим отношением к обнаруживаемой пустоте, присущей объекту, а также ничтожность, прикрывающейся внешностью, имеющей притязания на содержание и реальное значение.

2) История концептуализации комического в прошлом западноевропейской философии может быть определена как отказ от интерпретации комического в качестве специфического способа освоения мира или реакции на присущие окружающей действительности недостатки, к пониманию комического в качестве психологического феномена или способа видения мира.

3) Современное понимание юмора и комического основывается на интерпретации комического в качестве ощущения недостаточности или отклонением от ожидания с эмоциональным эффектом комического, дающего субъекту чувство удовольствия от переживания этого ощущения и его выражении в смехе.

1.2 ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПОНИМАНИЯ ЮМОРА

Исследовательская задача, стоящая перед данным параграфом, заключается в экспликации, анализе и классификации основных подходов и стратегий исследования феномена юмора в современной культуре.

Решая поставленную задачу важно понимать, что помимо богатой истории теоретико-методологической разработки феноменов юмора и комического, описываемой в предыдущем параграфе, в настоящее время рассматриваемые эстетические категории имеют особое значение для современного этапа развития культуры. Говоря о современной культуре важно отметить, что современный этап её развития характеризуется усилением такой её составляющей, как массовость, преследующей лишь одну цель – удовлетворение потребности человека в развлечении. Таким образом, вслед за Чемодаковой Е.С., признаем, что «юмор все больше приживается в современной культуре (СМИ, реклама, искусство)» [26], являясь не только одним из достижений массовой культуры, но и специфической «возможностью развития и саморазвития личности», а также «системой воздействия на общество» [26].

Обращаясь к истории изучения юмора преимущественно в психологических науках, Е. С. Чемодакова отмечает, что в современном обществе юмор все чаще используется не столько в качестве эмоционального «метаотношения» к реальности [26], рассматриваемого исследователями в качестве одного из проявлений «творческой души человека» [26], сколько в качестве способа утверждения и поддержания своего статуса среди значимых для них лиц [26]. В этом смысле, верно положение о том, что вектор современного академического исследования юмора сдвинулся с когнитивно-эмоционального направления в сторону социально-практического, где более того, юмор рассматривается в качестве одного из способов оказания влияния [27]. Таким образом, на современном этапе своего исследования юмор в качестве социального феномена может помочь в укреплении сплоченности и

чувства групповой идентичности. Кроме того, умелое использование юмора в процессе коммуникации позволяет поддерживать положительные отношения среди участников коммуникативной ситуации, а также снимать стресс в ситуации переутомления [28].

В этом смысле, одна из целей использования юмора в разнообразных коммуникативных ситуациях заключается в том, чтобы приносить в социальную сферу положительные эмоции, создавая с их помощью у большинства участников социального взаимодействия хорошее настроение. Отметим, описываемая цель не является случайным результатом коммуникативного взаимодействия, а принадлежит к одной из базовых психических потребностей человека. В этом смысле назначение юмора в социальной сфере может быть определено в качестве способа преодоления трудных жизненных ситуаций, например, конфликтов. В связи с этим, отмечает М. И. Станкин, в той мере, как люди преодолевают неприятные ситуации в своей жизни – можно с уверенностью признать, что они научились «находить смешное в неблагоприятных ситуациях, что позволяет им быть выше всех проблем» [28].

Выше сказанное позволяет сделать вывод о том, что психологический подход в исследовании юмора в условиях современности продолжает оставаться наиболее актуальным, где формируются основы теоретико-методологической установки междисциплинарного анализа современного понимания юмора. В связи с этим, обратимся к психологической традиции исследования юмора, отметив в ней наиболее важные для современного понимания юмора идеи.

Как отмечалось ранее, важный шаг в направлении отказа от эстетической интерпретации юмора и комического на рубеже XIX-XX веков совершили А. Бергсон и З. Фрейд, положив, во-первых, начало традиции изучения юмора в рамках феномена смеха, а, во-вторых, определив его существование как феномен на границе эстетического и повседневного. Таким образом, у истоков формирования и развития психологической традиции исследования юмора

лежит идея, согласно которой юмор, открывающий себя в образе комического – это «способ развития психики человека в истории» [29].

Обращаясь к анализу взаимосвязи юмора и комического, З. Фрейд показал, что последнее доставляет удовольствие посредством того, что юмор позволяет сохранить некоторое количество нервной энергии и избежать торможения. В этом смысле, проявление комического, согласно австрийскому психоаналитику, напрямую зависит от источника получаемого удовольствия. Логично, что данный психоаналитический тезис стал активно развиваться не только в эстетической теории, но и в практике современной культуры, а именно: литература, кинематограф, публицистика.

Еще одна заслуга З. Фрейда в исследовании юмора и комического заключается в обнаружении двойственности природы юмора, выразившийся в тезисе о том, что юмор дает не только положительный, но и отрицательный результат, провоцируя скрытую агрессию, сохраняя при этом внешнюю видимость приличий и достоинства. Таким образом, комедия – это сильное оружие, позволяющие при помощи сатиры достаточно сильно ранить человека.

Вообще, обобщая заслуги Зигмунда Фрейда в данной сфере, стоит отметить, что он выделял три вида юмористических ситуаций и соответствующих им энергий, которые могут быть представлены следующим образом:

- 1) разрядка энергии вытеснения связана с остроумием;
- 2) разрядка мыслительной энергии осуществляется с помощью комического;
- 3) разрядка эмоциональной энергии соответствует собственно юмору [28].

В условиях современной культуры отметим замечание, высказанное отечественным исследователем Ю. Б. Боревым, отмечающим различие между смешным и комическим. При этом, настаивает Ю. Б. Борев, смешное шире комического, ассоциируя с последним следующие модальности: критика современности, эмоционально насыщенная критика, критическое

противопоставление идеала реальности, а также утверждение радости бытия, неожиданность и оригинальность [29]. При этом пространством обнаружения юмора для Ю. Б. Борева выступает литература. В связи с этим юмор рассматривается им в качестве важного компонента управленческой и педагогической силы, реализующих себя посредством сочетания насмешки и сочувствия. Противоположностью юмора для Ю. Б. Борева является сатира, призванная, по его мнению, высмеивать, а также уничтожать порочные явления социальной жизни, борясь таким способом с недостатками личности и общества.

Большинство психологов, обративших свое внимание на исследования юмора, отмечают, что чувство юмора – это сложноорганизованное свойство личности [29]. Благодаря этому тезису, становится очевидно, что психологическая традиция исследования юмора отличается тем, что каждый из её представителей делает акцент на какой-либо из многочисленных аспектов исследуемой проблемы.

Например, Ю. Г. Тамберг, анализируя юмор и его проявления в контексте современной культуры, относит рассматриваемый феномен к таким структурам как моральная, эстетическая, интеллектуальная и эмоциональная. Полагая, что чувство юмора предполагает наличие у субъекта развитого образного, ассоциативного, а также логического мышления, воображения, наблюдательности смекалки [26].

Описываемая многогранность и многофункциональность юмора в настоящее время рассматривается в качестве самостоятельной научной проблемы, решая которую В. П. Шейнов предложил следующую классификацию функций юмора:

- 1) юмор как специфическое средство общения и взаимодействия;
- 2) юмор как средство совладения со стрессом;
- 3) юмор как индикатор социально значимых проблем;
- 4) юмор как специфическая игра, включающая в себя следующие компоненты: когнитивный, выражающийся в несоответствии смыслов забавных

высказываний или действий людей; эмоциональный, обнаруживаемый манифестации такой эмоции, как радость; поведенческий, находящий свое выражение в смехе; исполнительский, находящий свою реализацию при помощи эффекта внезапности, а также неожиданной развязки [27].

Важно отметить, что на фоне влияния психологической традиции исследования юмора, долгое время в стороне оставались социологические подходы, «восставшие» лишь в конце XX века.

Как отмечает С. С. Мельников, «комплексный анализ феномена юмора в рамках различных исследовательских традиций как российских, так и зарубежных включает взгляд на него сквозь призму трех теорий: разрядки, противоречия [несоответствия] и превосходства» [54]

Рассмотрим указанные теории, отмечая вслед за В. Раскиным, что «все три подхода оценивают такое сложное явление как юмор с различных углов и совершенно не противоречат друг другу – скорее они довольно тонко дополняют друг друга» [30].

Согласно теории разрядки, юмор рассматривается в качестве механизма «освобождения от напряжения», а также своеобразный «предохранительный клапан» [31]. Важно отметить, что под напряжением понимается сугубо то состояние, которое предшествует смеховому акту. Истоки рассматриваемой традиции могут быть найдены в творчестве И. Канта, а также Г. Спенсера, рассматривавшего смех в качестве способа разрядки, обращаясь к поиску биологических механизмов смеха. При этом, несмотря на достаточно богатую историю и внешне логичные утверждения своих представителей, теория разрядки достаточно уязвима благодаря тому, что рассматривает юмор только в качестве финальной точки мыслительного процесса или вообще в качестве способа его преодоления. Таким образом, с точки зрения теории разрядки, юмор – это пустой знак, не имеющий сам по себе содержательных особенностей. Кроме того, юмор в рамках данной теории рассматривается не как акт индивидуального восприятия, а в качестве результата взаимодействия на групповом уровне, «рождающегося» посредством практики постоянных

шуток в дружеской компании, а также шуток, транслируемых через литературу или масс-медиа. Отчасти, именно благодаря этому обстоятельству теория разрядки все еще популярна: юмор мыслится ей в качестве основного способа избавления от общественных условностей, что подтверждается эмпирическими подтверждениями. Например, по данным опроса ВЦИОМ, проведенного в мае 2013 года, в современном российском обществе самым популярным культурным мероприятием продолжают оставаться вечера юмора и сатиры.

Теория противоречия исходит из того, что в основе юмора лежит внутреннее несоответствие. Многочисленные представители данной теории полагают, что именно это внутреннее противоречие служит формой, находящей свое выражение в разнообразных модификациях парного – бинарного содержания: сущность и мнимость, форма и бесформенность, величие и ничтожность [32].

Согласно А. Кестлеру, в основе юмора лежит восприятие ситуации с двух «логичных, но обычно несовместимых или несопоставимых точек зрения» [54]. В этом смысле чувство юмора может быть определено в качестве «когнитивной способности субъекта, заключающейся в возможности перемещения между несколькими когнитивными фреймами».

В настоящее время развитие теории противоречия в исследовании юмора идет по пути более глубокой рационализации юмора из противоречия. В связи с этим американский антрополог Э. Оринг отмечает, что юмор зависит от восприятия «соответствующего несоответствия» [33], которое понимается исследователем в качестве «способа нахождения связи между бинарностями, которые с позиций здравого смысла рассматривались бы в качестве противоречивых». При этом важно отметить, что логическое несоответствие как таковое далеко не всегда может рассматриваться в качестве проявления комического. Таким образом, Э. Оринг констатирует, что соответствующее несоответствие может быть обнаружено лишь в «дефинициях и метафорах» [33], которые воспринимаются реципиентами в качестве смешных благодаря

тому, что соответствующее несоответствие в шутках не основано ни на рациональности, как в дефинициях, ни на схожести образов, как в метафорах.

В этом смысле противоречие, рассматриваемое в рамках данной теории в качестве описательной характеристики юмора, понимается авторами не в качестве проявления индивидуальной смеховой стихии, а в качестве социально обусловленного явления, что указывает на необходимость поиска связи с другими – не комическими способами интерпретации и мира и коммуникации.

Теория превосходства делает акцент в исследовании юмора на самом субъекте, включая в зону своего внимания и его эмоциональные реакции. Таким образом, многие современные исследователи смеха и юмора рассматривают объект своего исследования в качестве негативного феномена, в котором смеющийся или смеющиеся выражает собственное превосходство. Истоки этой теории уходят своими корнями еще в эпоху Античности. На современном этапе исследований, социальный смысл описываемого превосходства, рассматриваемого в качестве субъективной мотивации юмора, обнаруживается в работах австрийского психолога А. Адлера, полагавшего, что смех является инструментом демонстрации превосходства, смеющегося над осмеянным, а также способом группового контроля. Кроме того, А. Адлер полагал, что смех используется конкретными субъектами для достижения компенсаторной цели: подшучивая он привлекает к себе внимание и повышает своей авторитет внутри группы [33]. Причина такого рода стремления ассоциируется А. Адлером с низким положением субъекта в социальной иерархии и стремлением подняться не только на индивидуальном, но и на групповом уровнях.

Обобщая вышесказанное отметим следующее.

1) Академический интерес к юмору на современном этапе развития культуры обусловлен прежде всего развитием и усилением тенденции массовизации культуры, стремящейся удовлетворить в современном обществе потребность в развлечении. Таким образом, юмор рассматривается не только в качестве инструмента достижения поставленной цели, но и в качестве

социально-коммуникативного феномена, обнаруживающего себя в различных жанрах и формах современной культуры, благодаря проникновению масс-медиа во все аспекты жизни.

2) Рассмотрение юмора в качестве социального феномена обусловлено авторитетом психологической традиции его изучения, определяющей юмор в качестве способа разрядки, а также сложного когнитивного и эмоционального феномена человеческой психики, обнаруживающего себя и заявляющего о себе в различных сферах жизни не столько в качестве индивидуальной, сколько в качестве коллективной части коммуникации, утверждающей юмор в качестве специфического внешнего условия, определяя модели поведения всех ее участников.

3) Социологический подход к исследованию юмора заявивший о себе в качестве самостоятельной стратегии исследования современного юмора в конце XX века строится на комплексном сочетании понимания юмора в качестве разрядки, следствия несоответствия и отражения превосходства. При этом социологический подход к изучению юмора выносит за скобки вопросы о статусе юмора в духовных отношениях между людьми, а также вопрос о его роли в процессе осмысления социальных отношений. Устанавливается, что юмор обладает внутренним рациональным содержанием, которое скрывается за оболочками шутки и смеха.

2 ЮМОР В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

2.1 ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЮМОРА В СЕТИ «ИНТЕРНЕТ»

Исследовательские задачи, стоящие перед данным параграфом, состоят в определении и раскрытии характерных особенностей интернет-юмора и дефиниции интернет-юмора в контексте современной философии.

В самом начале исследования сетевого юмора важно отметить состояние юмора в XXI веке вообще. Присущей современному юмору особенностью с конца 1900-х годов является сначала постирония, затем с 2010-х годов метаирония как отголоски постмодернизма и метамодернизма соответственно. На ряду с другими факторами формирования интернет-юмора (речь о которых пойдет далее), данные аспекты оказали в некотором роде определяющее влияние на формирование сетевого юмора в том виде, в котором мы его воспринимаем сейчас.

Метамодернизм [34] (с англ. Metamodernism) – специфичное культурное состояние общества, пришедшее на смену постмодерну с 1900-х годов по настоящее время, для которого характерно «подвешенное» состояние между идеями модернизма и постмодернизма.

Итак, уточним разницу понятий «постиронии» и «метаиронии». Эпоха постмодернизма [35] – это время переосмысления идей модернизма в науке, кино, литературе, искусстве и, конечно, философии, которому присуща массовая культура. Если ирония – это тонкая, аккуратная насмешка, выраженная в скрытой форме, но при этом она очевидна, то постирония – это такая позиция, в которой трудно отличить искренность от иронии, где автор создает некую неопределенность интерпретаций, что придает дополнительную смысловую нагрузку юмору. Постирония высмеивает одновременно иронию над объектом и сам объект [36]. Традиционный юмор, который строится именно на высмеивании какого-либо противоречия, значительно отличается от

представленных выше течений юмора – зачастую в них отсутствует противоречие и достижение комического эффекта происходит путем придания скрытого смысла или же определенного контекста. Возможно, именно поэтому юмор постмодернизма зачастую не понятен старшему поколению, но признан у молодежи.

Сейчас пользуется популярностью юмор с «налетом прошлого», за пример возьмём короткие одноминутные ролики актёра Антона Лапенко, который играет различных персонажей «того самого времени» так знакомых каждому, в которых размыта грань между серьезностью и насмешкой. Рассмотрим ролик, посвящённый расследованию безымянного «журналиста» о деле некой Зины Кашиной, попавшей в техническую трубу и о подозреваемом в этом Игоре Катамаранове [ПРИЛОЖЕНИЕ А]. Здесь отлично передана характерная атмосфера загадочности передач о разоблачениях, транслируемых на телевидении в 80-ых – 90-ых гг. прошлого века: в аутентичной музыке, стиле съемки. Постироничность прослеживается между нарочито важным образом журналиста, говорящего с интонацией и придыханием как у лучших советских дикторов и в тоже время абсурдностью дела, расследуемого им.

Метаирония или пост-пост ирония – это ещё одна «надстойка» над смыслом, которая деконструирует сложившийся формат юмора; это своеобразный ответ на сложившуюся абсурдность постиронии, насмешка над развитием постиронии или как её обозначил французский философ, структуралист и литературовед Роланд Барт - «похищение языка» [37]. В следствии такого увеличения «уровней смысла» образуется довольно-таки запутанный специфичный метаюмор. Исходная точка метаироничной шутки – привычные стереотипы\поведение\и т.д. как и у классической шутки. Отличие в концовке - она может быть абсолютно любой: полностью ломать ожидание слушателя или же наоборот, не иметь противоречия, на котором строится привычная ирония и постирония, то есть технически шутка может быть даже несмешной. Можно сказать, что именно в отсутствии противоречия и заключается юмористический аспект.

Для наглядности рассмотрим на примере [ПРИЛОЖЕНИЕ Б]. Перед нами представлен интернет-мем, на котором слева мы видим подводку к шутке: «под моей кроватью крыса», в традиционном юморе далее бы следовало нечто создающее определенный смысл, из которого бы и получилась шутка, допустим, там был бы Марк Юний Брут (как известно он предал Цезаря) и тогда логически шутка бы состоялась, но мы видим правую часть картинку и на ней изображена реальная крыса. В реальной жизни такая ситуация – обыденность, но в юмористической «системе координат» - абсурд, в этом и заключается смысл. «Если покажется, что метаирония может быть понята только пятилетними детьми или не особо интеллектуальными людьми, то значит вам не показалось» - ещё один пример.

Сделаем небольшой вывод: состояние современного юмора в том числе сетевого – это коллаборация классического юмора, постиронии и метаиронии, которые существуют друг с другом каждый находя своего поклонника. Все же для более молодых пользователей интернета постирония актуальнее нежели обычный юмор, так как в этом случае они сами могут закладывать определенный посыл юмору, совершая некоторый акт творения как части личной реализации.

Для дальнейшего анализа, установления дефиниции «интернет-юмора» и классификации объекта исследования, в первую очередь, необходимо разобраться сам феномен Всемирной сети «Интернет» и его влияние на социальную коммуникацию.

Наш современный мир совершенно немислим без различных современных технологий, окружающих нас. Необычайной популярностью, конечно, пользуется интернет сеть. По данным глобального отчета Digital 2020 о состоянии цифровой среды в мире (данные на январь 2020 года), который каждый год готовят всемирные социологические агентства «We Are Social» и «Hootsuite»[38], в мире насчитывается 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, количество интернет-пользователей во всем мире возросло до 4,54 миллиарда, больше чем 5,19 миллиарда человек используют мобильные

телефоны. Данное исследование дает подтверждение того, что, наверняка, итак очевидно, - различные цифровые технологии и социальные сети в частности есть имманентная часть жизни современного человечества. При этом численность «юзеров» социальных сетей в России на начало 2020 года составила 70 миллионов человек, что примерно равно 48% от всего населения страны. Представленные цифры обуславливают актуальность научных работ, связанных так или иначе с интернет сферой, не исключением является и моя дипломная работа.

В 1957 году в разгар «Холодной войны» американские военные разработали техническую сеть для передачи секретной информации на случай военного конфликта, эта сеть очень отдаленно напоминала интернет в современном его понимании. Сейчас же, пройдя длинный технологический путь, «всемирная паутина» стала глобальной информационной системой связи, объединяющей компьютерные сети по всему миру. Испанский социолог Мануэль Кастельс в своей работе «Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе» описывает интернет как «коммуникационный медиум, который впервые сделал возможным общение многих людей, со многими другими, в любой момент времени и в глобальном масштабе» [39]

Итак, массовое распространение компьютеров с 2000-ых годов и, соответственно, повсеместное распространение интернета привело к «слиянию» всемирной сети с повседневной жизнью человека. Сложившаяся таким образом ситуация напрямую оказала влияние на коммуникацию как между отдельными личностями, так и между человеком и окружающим миром.

Баева Л.В. [40] рассматривает интернет-коммуникацию как вид межличностного общения, опосредованный информационными технологиями, выполняющий как привычные функции «очного» общения, так и реализовывающий новые. Интернет-коммуникация, созданная посредством WEB-технологий, приобрела ряд определенных признаков таких как [41]:

- глобальность (отсутствие территориального барьера);
- высокая степень анонимности;

- низкий социальный и этический уровни общения (как следствие анонимности);
- высокая степень субъективности информации;
- высокая интерактивность пользователей как друг с другом так и в целом с информацией;
- гипертекстуальность (большое количество связанных отсылок разного рода информации, объединяющих разные культурные слои);
- информационный эклектизм;
- свобода выбора контактов;
- некая ограниченность эмоциональности.

Центральная особенность виртуальной коммуникации заключается в качественно различных системах культурных кодов, благодаря которым пользователи получают какую-либо информацию об участниках общения. Отсутствие невербальных знаков речи уравнивают и компенсируют определенные наборы мультимодальных знаков [42], обозначающие конкретные шаблоны поведения, которые невозможно выразить вербально, например, эмодзи (с японского знак и картинка), смайлики, сленг.

Юмор же во всей этой «конструкции» является инструментом, позволяющий симулировать обыкновенное реальное общение. Профессор Университета Стендфорд Джеффри Т. Хэнкок (Jeffrey T. Hancock) отметил, что «онлайн-разговоры часто изобилуют юмором, шутливостью, иронией, игрой слов, каламбурами и т.д.» [43]. Именно поэтому применение сетевого юмора в компьютерном взаимодействии выражает себя как подсказка к более глубокому пониманию личности собеседника, а также раскрытию своей.

Экстраполируя приведенные выше особенности виртуальной коммуникации на интернет-юмор как её части, мы можем выделить особенности исследуемого феномена, так как юмор является отражением какого-либо типа коммуникации [44], а также определить характерные только ему особенности.

Для начала приведем отличительные черты виртуального юмора как компонента, составляющего интернет-коммуникацию.

1) Глобальность и быстрая скорость распространения.

Канадский культуролог и философ Маршалл Маклюэн ввёл такой термин как «Глобальная деревня» [45], метафорично сравнив Интернет с деревней, где информация не просто стремительно разносится по всему Земному шару, но и столь же интенсивно формируются новые взаимосвязи между различными культурами, социальными группами и т.д. В целом формируется особая культурная среда, где юмор не имеет определенной национальной, культурной, гендерной, социальной окраски, что позволяет ему распространяться и ретранслироваться с молниеносной скоростью.

2) Анонимность и как её следствие низкий уровень цензуры контента сетевого юмора.

Благодаря тому, что пользователь может иметь абсолютную свободу выбора себе другой персоналии, возможность публиковать своё «творчество», а также отсутствие контакта «тет-а-тет» между собеседниками, создаются условия в которых отсутствуют моментальная ответная реакция на какие-либо шутки (да и фактически эту реакцию невозможно зачастую выразить конкретному индивиду) и плюс к этому характер юмора носит вседозволенный характер. В сравнении с телевидением или радио, где присутствует достаточно жесткая цензура, интернет дает абсолютную свободу действий, и как следствие низкий уровень самоцензуры авторов юмора в сети. Это ярко характеризуют «волны» черных шуток в связи с какими-то трагическими событиями, обилие нецензурной брани, а также масса шуток на темы расизма\сексизма\шовинизма\ксенофобии и других видов нетерпимости.

3) Мультимедийность.

Непрерывный доступ к социальным интернет-сервисам, например, различным социальным сетям, приложениям, мессенджерам (WhatsApp/Viber/Telegram и т.д.) служит подспорьем для онлайн коммуникации, для которой, собственно, уже не актуальны речевые средства в

классическом понимании со всеми невербальными аспектами и эмоциональным окрасом. Общение же осуществляется посредством мультимедийной формы передачи данных (голос, аудио, видео, фото, документы, файлы и т.д.), где юмористическая составляющая тоже претерпела подобные изменения, получив новые формы воспроизведения комического в нематериальной плоскости. Это позволяет пользователям обогатить способы передачи смысла своего послания, придать эмоциональности и ярче представить предмет обсуждения.

4) Гипертекстуальность.

Исходя из глобальности юмористического в коммуникативном интернет-пространстве, оно не ограничивается какой-либо социокультурной средой, гендерной\этнической\возрастной ограниченностью. Онлайн-юмор будто замкнутая сеть, содержащая в себе множественные отсылки и рефрены между различными культурами, социальными группами (от субкультур до политики), которые стирают границы между коммуникантами, что позволяет более глубоко понять действительность отличных себе индивидов. Благодаря межкультурной коммуникации на сетевой площадке, происходит «заимствование» иностранных шуток, которые будучи переведены на язык конкретного интернет-сообщества полностью ассимилируются и принимают на себя стереотипы и особенности менталитета данного культурного пространства. В дальнейшем, такого рода шутки могут как полностью становиться частью национальной юмористической культуры или же бытовать как заимствованная единица. Эти моменты характеризуют постмодернистский мир, где информация носит вторичный характер и имеет множество отсылок на различные события в разное время.

Далее приведём характерные черты именно интернет-юмора, раскрывающие его феноменальность.

5) Сфера возникновения интернет-юмора, распространения и существования является Всемирная сеть, вне контекста которой он не может быть помыслен. Интернет стал определенной культурной реальностью со своими бытующими кодами, стереотипами поведения и правилами

взаимодействия пользователей. Из этого следует некоторое правило локальности: находясь вне интернет-пространства и вне «включения» в стандарты данной системы, мы не можем даже отчасти понять суть виртуального юмора.

6) Использование в юмористическом-сленге разнообразных англицизмов, семантика которых определяется страной возникновения самой сети, например, слово «LOL» - это сокращение от «Laughing out loud», означающее «очень смешно». Также в каждом виртуальном языковом пространстве присутствует специфичный собственный молодежный сленг как культурный компонент в том числе он коррелирует с юмором. В русскоязычном сетевом пространстве, например, популярны выражения «орать» и «кричать», обозначающие такую реакцию как «сильно смешно».

7) Стихийность.

Мгновенная реакция интернет-сообщества на какое-либо актуальное явление/событие/новость в виде «волн» юмора, которые характеризуются быстрым возникновением и настолько же быстрым спадом. Ярким примером стихийности являются политические события (например, выборы) и массовая циркуляция шуток на данную тематику.

8) Интерактивность.

Лимор Шифман (Limor Shifman) и Дафна Лемеш (Dafna Lemish), подчеркивают, что виртуальный юмор является частью культуры участия, где реципиенты комического могут не только потреблять контент, но и генерировать и передавать юмор, выступая в роли «производителей» и коммуникаторов [46]. Шутки начинают иметь некоторый шаблон или клише, воспользовавшись которыми пользователь имеет возможность поддерживать циркуляцию юмористического в сети. Зачастую юмористическое вне сети имеет некоторую «привязку» к личности (например, стендап комик с определенным репертуаром шуток), но как только шутка попадает в сеть, она приобретает феноменальный статус (существует сама по себе) и имеет дальнейшую ретрансляцию, то есть обезличивает автора. Как уже упоминалось

в части про гипертекстуальность, контент интернет-юмора является отражением различных связанных между собой событий как в настоящем, прошлом и будущем.

9) Появление и развитие новых форм юмора, отличающихся мультимедийностью и сферой распространения.

Традиционные формы юмора такие как: шутка, анекдот, байка, пародия, сатира, ирония, конечно, имеют место быть и даже в интернет-среде. Но сеть породила именно отличающийся электронный формат передачи этих самых форм юмора, а также принципиально новые формы юмора. Например, с 2013-2014 гг. в сети стали популярны шестисекундные юмористические ролики – вайны, публиковавшиеся в мобильном приложении Vine. Их отличительная черта заключается в ограниченности времени, при этом у ролика имеется начало, основная часть и заключение, чаще всего в них отыгрываются какие-то жизненные ситуации.

В основном юмористическое в сети реализуется в нескольких форматах: видео, текст, картинка (мем), аудио или смешанный (мультимедийный) вариант. Наиболее популярная площадка распространения комического в видео формате – это Youtube, комический контент которого максимально разнообразен: от коротких видеороликов, до целых передач, видео как с сюжетом, так и без, как с негативным смыслом (например, видео, где люди получают увечья) или же с положительным (различные видео с животными). Так же для юмористических онлайн-передач, которые пользуются популярностью у молодежи от 14 до 24 лет, зачастую характерно наличие нецензурной брани и обилие черного юмора, например, «Лига плохих шуток» [ПРИЛОЖЕНИЕ В1] с канала Чиккен Карри, где на русский язык адаптирован западный формат bad jokes telling, в котором два знаменитых человека, в жесткой ироничной форме высмеивают другие популярные личности или просто шутят «по-черному». Шоу «ЧТО БЫЛО ДАЛЬШЕ?», где группа комиков в юмористическом ключе со злой иронией пытается продолжить историю приглашённого гостя. [ПРИЛОЖЕНИЕ В2]. Также такие социальные

медиа-площадки как TikTok и Instagram основываются на «коротком» визуальном юморе, где ограничения на длительность видео накладываются функционалом данных приложений. Здесь юмор «в массы» несут так называемые блоггеры, возьмём за пример инстаграм-блоггера Алексея Жидковского. Его страница - это яркий пример, во-первых, нового формата (Алексей делится своей жизнью в онлайн-формате в Stories - 15-ти секундных видеоролики, хранящиеся только 24 часа.), во-вторых, его стиль юмора абсолютно не имеет никакой цензуры и носит весьма резкий характер. На данной странице около миллиона подписчиков, что подтверждает популярность юмора такого формата. [ПРИЛОЖЕНИЕ Г].

Текстовые варианты классических шуток чаще всего можно наблюдать на просторах различных блогов, форумов и комментариев (именно они зачастую оказываются даже смешнее основной шутки – это тоже новая форма юмора).

Отметим также такой современный феномен как социальная сеть, ведь отчасти именно этот фактор стал движущей силой возникновения новых форм сетевого юмора. К началу 2010-ых годов социальные сети как платформы для общения набирали необычайную популярность (первая американская социальная сеть «Facebook» с 2004 г., первая российская «ВКонтакте» с 2006г., сеть для обмена короткими записями «Twitter» с 2006г., для обмена фотографиями «Instagram» с 2010г., видео хостинг «YouTube»).

Специально остановимся на интернет-меме как уникальной отличительной форме сетевого юмора. Итак, мем в привычном, для интернет-пользователя виде – некая картинка с комическим [ПРИЛОЖЕНИЕ Д]. Интернет-мемом может являться любая фраза, строчка из песни, видео, момент из фильма, аудио-нарезка, название или даже человек, образ, и т.д.

Изначально термин «мем» (англ. meme, от греч. mīmeme «имитация») придумал в 1976 году английский этолог и популяризатор науки Ричард Докинз в своем труде «Эгоистичный ген», где в его представлении мем - единица значимой для культуры информации. Но не стоит его путать с интернет-мемом, журналисты, начавшие писать об Интернете быстро провели аналогию между

спонтанно распространявшейся информацией в сети и теорией оксфордского ученого, так и началась история описываемого феномена. В активный обиход данный термин вошел в 2010-ых годах.

Как видим, интернет-мем – это единица информации в медиа-форме, в большинстве случаев имеющая комический, иронический или сатирический характер, спонтанно возникающая, качественно реплицируемая и быстро набирающая популярность, циркулирующая на платформах социальных сетей, различных мессенджеров, приложений, блогов (на всем интернет пространстве).

Можно сопоставить мем-культуру, с фольклором [47] , где выполняются особенности последнего, а именно: анонимность, традиционность (существуют шаблоны для создания мемов), синкретизм (та же гипертекстуальность), импровизация (абсолютна свобода мем-творчества) и изменчивость, а устность заменяется медиа-передачей. Центральной функцией мема для молодежи является придание эмоциональной окраски получаемому сообщению. Поразительно то, как с помощью корреляции между мемом и самоощущением отправителя, получатель способен проявить эмпатию, что актуально в условиях сетевого взаимодействия.

Исходя из вышеуказанных характеристик, можем вывести дефиницию сетевого юмора. Интернет-юмор – это определенный вид комического формирование, распространение и существование которого происходит в интернет-среде, и вне сетевого контекста не может быть понятен, основными характеристиками которого являются глобальность, мультимедийность и анонимность.

Резюмируя все вышесказанное, выделим некоторые моменты.

1) Постмодернистская культура общества напрямую повлияла на юмор, сделав его «вторичным», скептическим и ироничным, в том числе и на виртуальный контент юмористического – это отлично прослеживается через особенность гипертекстуальности. С 2010-ых годов на арену «выходит» метаюмор, со своим во многом нелогичным непонятным стилем изложения,

считаясь юмором «над юмором» - отличительная черта современности комического. Всё это отчасти оформило интернет-юмор в том виде, в котором сейчас используется молодежью как коммуникативным средством.

2) История интернет-юмора началась непосредственно с самим Интернетом и уже в поле коммуникации, изменившейся под его влиянием, началась трансформация юмора как вида коммуникации. Сеть оказала влияние на юмор двумя важными способами: во-первых, подобно другим техническим новшествам (от печати до телевидения\радио и т.д.) Интернет значительно увеличил степень и скорость распространения юмора по всему миру. Во-вторых, привычные нам шутки\анекдоты\байки, традиционно передаваемые нами из уст в уста, со временем претерпевают некоторую эволюцию, интернет же ускоряет и глобализирует этот процесс. Теперь комическое переходит из формата «офлайн» (англ. offline, «отключённый от сети») в «онлайн» формат (англ. online, «присутствующий в сети») и постепенно появляются принципиально новые формы юмора как побочный продукт возможностей технологий, предоставляемых электронными средствами связи (например, общеизвестный и любимый всей молодежью «интернет-мем» есть новая форма юмора). Непосредственно с точки зрения использования языка мировая паутина как бы стерла границы между письменной речью и устным языком, которые ранее были обозначены в межличностном общении.

2.2 ИНТЕРНЕТ-ЮМОР: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ АСПЕКТЫ

Задача, стоящая перед данным параграфом, заключается в выявлении и анализе аксиологического и социального аспектов интернет-юмора.

Всемирная сеть представляет из себя нематериальное единое креативное пространство, где юмористические стратегии общения являются преимущественными, так как влекут за собой положительные эмоции, что просто необходимо для современного «стрессового» общества. Одной из функций Интернета – развлекательная, здесь юмористический компонент имеет высокий процент обращения.

Основной потребитель сетевого юмора – молодежь, которой, во-первых, привычны с детства различные коммуникативные технологии, во-вторых, они быстро адаптируются к изменениям, в особенности к трансформациям в интернет-культуре, ретрансляторами которой в основном является цифровое племя (от англ. Digital Tribe [48]) – понятие, используемое для обозначения социальной группы, входящее в общее интернет-пространство, с определенной системой ценностей, нормами, идеалами и принципами, взросление которых пришлось на активное развитие цифровых технологий (1990-2005 гг. – т.е. современная молодежь). В России на 2019 год проникновение интернета среди молодых людей возрастом от 12 до 34 лет превысило 90%, [49] в то время как среди людей 65+ лет цифры невысокие: лишь 35%.

В данном исследовании будем полагаться на молодежь как на основной ретранслятор и создатель виртуальной культуры.

Интернет-юмор имеет социальную природу, и по сути, актуален в буквально любой ситуации. Например, вышеупомянутый интернет мем – это единица информации, а, следовательно, она есть способ общения. Так как интернет-культура имеет обособленное социальное явление в рамках развития человечества [50], она есть некое опосредованное электронными устройствами общество и, следовательно, имеет особенности и ценности, пропагандируемые

там. Интернет-юмор отражает как общие интернет-социальные ценности, так и ценности каждого пользователя лично, являясь отображением мировоззрения молодежи в целом, позволяющим воссоздать не только социальные, но и аксиологические основания картины мира, носителями которой выступает молодежь.

Интерес к природе ценностей начался еще в античный период, где возникали вопросы о возникновении ценностей, их взаимосвязи с человеком, об их месте и роли в реальности, как самостоятельная философская дисциплина аксиология оформилась в XIX веке. Под ценностью следует понимать такие проявления человека, как действия (например, подвиг), идеи, мысли, принципы или материальный предмет, имеющий позитивную значимость для субъекта. Ценностная картина составляет саму личность человека, его нутро, определяет его мировоззрение, через которое он осмысливает себя в этом мире.

Для нашего исследования актуален вопрос о ценностях, которых несет интернет-культура.

Отметим, что типичные имманентные ценности присущи и виртуальному социуму: творческая самореализация, общение, благотворительность, свобода самовыражения в том числе и своего мнения и т.п., а также специфические: отсутствие в этикете общения грамматических ошибок, до личностных оскорблений в грубой форме, смещение фокуса внимания со своей личности на свой профайл. Человек становится неким товаром, который другие пользователи оценивают «лайками» - знаками одобрения в сети, возможность легкого заработка, получение информации, быть индивидуальностью, самообразование и т.д. На почве изобилия и эклектики разнообразных ценностей может возникнуть проблема самоидентификации личности как человека, как при всем многообразии убеждений, целей и принципов сохранить свою индивидуальность.

Данная проблема остро стоит в постиндустриальном обществе, актуальность её исследования отмечают философы, психологи и культурологи. Интернет-юмор может помочь индивиду в поиске своих особенных ориентаций

для деятельности в жизни, а также в адаптации в виртуальном обществе и не только (этот вопрос глубже рассмотрим после аксиологического аспекта).

Начиная с конца 1990-х, человечество остро переживает информационное пресыщение [51]. Оно характеризуется не только общим увеличением объема поступающей информации, но и её качественным разнообразием. Частно рассматривая комическое в контексте сложившейся в данное время ситуации, можем выделить такую особенность: на юмористическом «поле», со всем его разнообразием жанров, форм, стилей, комиков и всевозможных разноформатных шоу/ ТВ-передач/ радиопрограмм, современный зритель зачастую обращает свое внимание на более «низменный», «черный», циничный юмор с элементами «фриковости» (англ. freak — уродец).

На последнем остановимся подробнее. Отличающиеся от стандарта, иные люди, во все времена вызывали интерес у социума, ещё начиная с Древнего Рима в цирках присутствовали люди с различными физическими отклонениями, у которых были полноценные концертные программы наравне с акробатами и фокусниками. «Золотой век» freak show, так называемых «цирков уродов» пришелся на 1850-1930 годы в Соединенных Штатах [52] – это яркое подтверждение интереса публики к чему-то не несущему особой интеллектуальной нагрузки, данную ситуацию можно сопоставить с сегодняшним днём.

Можно сказать, что сетевой юмор тоже сейчас переживает волну «фриковости», которая занимает широкий пласт юмористического контента. Обратимся к определению слова «фрик» в словаре В. Мюллера – это «человек или явление, выходящее за рамки обычного» [53], такой персонаж обладает неординарным мировоззрением, основанным на отказе от привычных социуму стереотипов. Культура фриков характеризуется эксцентричностью и в этом плане они схожи со средневековыми шутами, которые были частью каждого королевского двора и своим вызывающим поведением, балагурством выводили знатных особ из депрессивного и угнетенного состояния. Шуты оказывали терапевтический эффект на психику, помогали воспрянуть духом при обилии

печальных обстоятельств и богобоязненной позиции. В современном мире шуты «спустились» с базарных подмостков на подмостки сетевые.

Итак, в таких социальных сетях как «Вконтакте», «Instagram», «Youtube» и т.п. в последнее время пользуется успехом контент с уклоном на декаданс личности человека. Можно вывести это из того факта, что совместно с «нормальным» юмором бытует и низкопробный юмор (треш-юмор, от англ. trash – мусор). Безусловно, первый пользуется большим успехом, но, тем не менее, просмотры у второго тоже высоки. Нужно пояснить, юмористическое в таком стиле «технически» возможно и на телевидении, но распространение получает на просторах сети, благодаря отсутствию цензуры, как уже говорилось в предыдущем параграфе. Поэтому феномен фрик-юмора присущ формату виртуального юмора. В свою очередь, из всего странного комичного мы можем выделить два направления: эксцентричное и маргинальное.

В качестве примера эксцентричного направления возьмем упоминаемого ранее Алексея Жидковского и YouTube-блоггера Похитителя Ароматов 2 [ПРИЛОЖЕНИЕ Е]. В своих видеороликах Александр (настоящее имя) в абсолютно бесцеремонной форме высмеивает главные новости всего мира, обсуждает светские события и создает различные женские образы [ПРИЛОЖЕНИЕ Е1]. его ироничная манера речи изобилует различными метафорами и нецензурными выражениями, которые разлетаются на цитаты и видео-мемы.

Многие из представленных в данной работе персон, обрели свою популярность сначала на развлекательных телепередачах таких как «Давай Поженимся», «Пусть Говорят», «Битва Экстрасенсов», «Дом 2» и т.п.

В качестве примера маргинального стиля рассмотрим абаканского блоггера Иришку Чики-Пики, образ которой получил распространенность после выхода в эфир на «Давай Поженимся» [ПРИЛОЖЕНИЕ Ж1]. В социальных сетях Иришка показывает определенные элементы своей жизни, собственно, занимается тем, для чего и предназначены социальные сети [ПРИЛОЖЕНИЕ Ж2]. Она со своим сожителем Безумным Пашей транслируют

некий аморальный образ жизни, со всеми сопутствующими элементами: выпивка, табак, бытовые ссоры, самобытный жаргон с нотками тюремных афоризмов, которые молниеносно разлетаются на цитаты. В этом блоге есть и уроки красоты и кулинарные мастер классы, и советы для укрепления брачных уз. Но при этом она стала популярной как раз-таки из-за того, что возник определенный диссонанс между типичным Instagram-блоггером и образом «быдло». Весь комизм и строится на этом противоречии, здесь прослеживается постиронический смысл: определенно не смешные обстоятельства, которые становятся смешными, только потому, что они не смешные. Под постами нашей героини множество одобрительных комментариев, мы делаем вывод, что такой уклад приобретает позитивную оценку, т.е. деградация личности воспринимается в положительном ключе.

Это далеко не единственные представители фрикового юмора, но для обозначения ситуации достаточно приведенных примеров. Особенно отметим заимствование молодежью различных конструкций речи от подобных авторов, данный факт хорошо прослеживается в неформальной коммуникации, в тех же обсуждениях или личных сообщениях. В лексиконе пользователей наряду со сленгом, существуют и подобные афоризмы, которые зачастую не отличаются грамотностью, этичностью и полны брани и искажения слов. Таким образом, мы видим, что ценность «чистого» языка спускается на ступень ниже.

Привлекательность такого комического стиля обуславливается несколькими причинами: во-первых, при сопоставлении себя и транслятора юмористического, потребитель осознает себя как целостную и положительную личность. Во-вторых, массовому потребителю проще опустить личные культурные рамки в получении информации, и наслаждаться простым, глуповатым юмором, чем вникнуть во что-то более интеллектуальное. Если говорить о выделяющихся, эксцентричных персонажах, то тут прослеживается корреляция между гедонистической идеей «быть единственным и неповторимым» и её исполнением у трансляторов. Такие люди восхищаются своей смелостью и свободной реализацией своего творчества, что отражает

ценность свободы самовыражения в сетевой культуре. «Шуты» же, пусть и виртуальные, «зеркалят» социум и его пороки, проявляют антиценности и подтверждают теорию подмены ценностей.

Отметим, что безграничный современный юмор зачастую не отличается особой толерантностью и «аккуратностью», особенно в сети, и имеет упор на цинизм, сарказм, низкий уровень нравственности. Подтверждением тому служат шутки на «сакральные» для нашего общества темы: смерть, инвалиды, болезни, Великая Отечественная Война и т.п.

Рассмотрим, другой пример как отличную «крайность» описываемого феномена выше – гуманный, лояльный юмор. Для иллюстрации своей позиции, отметим получившего широкую известность в 2019 году, Instagram-блоггера Антон Лапенко (также вышеприведенный), на своей странице выкладывает одноминутные ролики с различными персонажами советской эпохи [ПРИЛОЖЕНИЕ И]. В своем творчестве актёр аутентично передает винтажный стиль эпохи, при этом четких временных границ не наблюдается. Образы работают и раскрываются через ностальгию по советскому времени. Например, телеведущий преподаватель английского языка из США Ричард Сапогов [ПРИЛОЖЕНИЕ И2], в его расчетливости и щегольстве можно уловить нотки капиталистических ценностей, переданных иронично и легко. Гвидон Вишневецкий [ПРИЛОЖЕНИЕ К1]. – художник экспрессионист, философствующий над вопросами бытия и выражающий их в своих картинах, этот образ декламирует духовные ценности, прежде всего познания себя и мира. Наиболее любимый зрителями персонаж интеллигентный, романтичный, порядочный и трогательный сотрудник областного НИИ - безымянный инженер [ПРИЛОЖЕНИЕ К2], который безвозвратно влюблен в свою «особу» и также сильно в свою работу. Через этот образ передаются все ценности советского человека: институт семьи, честность к своей деятельности и государству, традиционность, сострадание и т.д.

С октября прошлого года аудитория Лапенко возросла в 9 раз (с 500 тысяч до 4,5 миллионов за 9 месяцев), данный факт определяет, что

пользователи с большим интересом относятся к такому формату юмора, а значит и транслируемые им ценности принимаются. Возникновение в интернет-пространстве юмористического контента, не содержащего «черного юмора», цинизма и пошлости произвело настоящий фурор, можно даже назвать его юмор нравственным, тем более, если соотносить его с фрик-юмором, да и в целом состояния юмористического в сети. Что говорит о потребности представителей интернет-культуры в ценностно ориентированном юморе, который даёт внутреннее подтверждение своим духовным ценностям.

В результате проведенного анализа можем сделать вывод о том, что ценностная картина интернет-культуры не имеет четкой характеристики. Пользователи сети потребляют разный по ценностному составу контент, так молодое поколение достаточно толерантно к любому юмору, и мы можем наблюдать, как некоторые ценности постепенно нивелируются (например, этика общения и речи), другие занимают первенство (например, потребность в самореализации через творчество). Интернет-юмор отражает изменения общественных ценностей, в том числе и ценностей виртуального социума, с помощью виртуального юмора можно проследить тенденцию становления значимых идей, идеалов и принципов, и тем самым проследить социальные изменения.

Обобщая сказанное, можно отметить, что в настоящее время глобальная сеть представляет собой пространство коммуникации, которая существует в условиях информационного пресыщения, что накладывает на нее ряд особенностей, одной из которых является терапевтический эффект, означающий снятие стресса и создание позитивных установок в общении и поведении у аудитории, потребляющей данный контент.

Целевой аудиторией разнообразных площадок, производящих развлекательный контент, на сегодняшний день является молодежь, отличающаяся от предыдущих поколений толерантностью в собственном мировосприятии. Мы можем увидеть выражение этого в таких интернет феноменах, как: аксиологическое и социальное многообразие производимого

интернет-контента, а также возможность спокойного сосуществования различных жанров и направлений внутри одной площадки, которое означает не отсутствие конкуренции между производителями - популярными блоггерами и авторами другого юмористического контента, а именно: многоаспектность образа современного мышления, а также мировоззренческой установки, примиряющей и сочетающей в себе экстравагантные выходки, которые «обличают» несовершенство современной культуры, а также добродушные юморески, не ставящие перед собой цель задеть или оскорбить кого-либо из участников социального взаимодействия. В этом смысле, интернет-юмор может быть рассмотрен не только с позиций локальной культурной практики, но и в качестве специфической социально-аксиологической модели межличностного взаимодействия, обладающей очевидным терапевтическим эффектом, который реализуется через некоторый «слив» социального насилия и противоречий в виртуальную «надстройку» к реальности – сетевое пространство, где пользователи удовлетворяют свою потребность в развлечении.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги проделанного нами исследования, целью которого было представить и проанализировать особенности репрезентации юмористического во Всемирной сети, мы пришли к таким выводам.

1) Философско-эстетическая аналитика феномена комического имеет богатую историю, уходящую ещё в эпоху Античности. В истории исследования данного феномена возможно выделить периоды, исходящие из принципиально противоположных по отношению друг к другу традиций трактования феномена комического. Долгое время западноевропейская интеллектуальная традиция рассматривала проявления комического исключительно в качестве реакции на противоречие между формой и содержанием. Характерной особенностью неклассического философствования становится трактовка комического, где исследуемый феномен понимается в качестве противоречия, возникающего между свободой и необходимостью. Таким образом, смех как наиболее естественная человеческая реакция на комическое описывается в качестве способа описания и представления имеющего места несовпадения. В свете западноевропейской философской мысли историю концептуализации комического можно определить, как постепенный отход от интерпретации комического в качестве способа миропонимания в сторону психологической реакции субъекта на присущие окружающему миру недостатки и специфическую «преломление» мировосприятия личности.

2) Большое влияние на современное понимание юмора и комического оказала психологическая традиция исследования рассматриваемых феноменов на рубеже XIX-XX веков. Под «комическим» данная традиция понимает такое ощущение мира, при котором сознание субъекта обнаруживает и проявляет некоторую недостаточность или отклонение собственного ожидания с эмоциональным эффектом, производимым на него самой реальностью. Исходя из этого, – юмор в условиях массовизации культуры представляет собой инструмент социально-коммуникативного взаимодействия, который можно

обнаружить в различных жанрах и формах современной культуры, которая, в свою очередь, стремится осмыслить фундаментальные социальные и аксиологические основания картины мира современного человека.

3) Ситуация постмодерна оказала значительное влияние на изменение современной культуры, в частности на юмор посредством метаюмора и постиронии с конца 1990-ых. Следствием описываемых процессов становится ситуация гипертекстуальности, «продвигающая» принципиально новые способы и стили репрезентации юмористического, среди которых особого внимания заслуживает практика юмора над юмором - метаюмор. Таким образом, юмор сегодня – одна из динамичных и потому эффективных коммуникативных практик, которая транслирует некоторый посыл, а также определяет через себя и своими собственными средствами некоторую социальную общность, выступающую одновременно производителем новых смыслов, а также их основным потребителем.

4) Современное общество, оказавшись в ситуации информационного пресыщения, прибегает к юмору не только в качестве коммуникативной, но и терапевтической практики, призванной минимизировать последствия информационного бума, а также выстроить новые основания разнообразных практик межличностной коммуникации. Отметим, что процессы, наблюдаемые сегодня в виртуальном пространстве, всё реже оказываются прямым следствием социальных и антропологических изменений, имеющих место в реальности, но всё чаще начинают изменения в жизни своей целевой аудитории – интернет-пользователей, именно это позволяет нам говорить об аксиологической и социальной значимости описываемых явлений. На данный момент интернет-юмор как определенный вид комического формирования, распространение и существование которого происходит в интернет-среде, выступает способом выражения новой – толерантной и бесконфликтной, «понимающей» парадигмы социального взаимодействия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Столович Л. Н. Философия и юмор // Вопросы философии. – 2011. – №7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vphil.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=352&Itemid=52
- 2 Калеро П. Философия с шуткой. О великих философах и их учениях / пер. с испанского Е. Матерновской. – М.: Лабиринт, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=191181&p=1>
- 3 Психология: Словарь / под ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1990. – 494 С.
- 4 Даль, Владимир Иванович. Толковый словарь живого великорусского языка: 430 С.
- 5 Антисери Д., Реале Дж. Западная философия от истоков до наших дней. Античность и Средневековье / в пер. и под ред. С. Мальцевой. – СПб.: Пневма, 2003. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/philosoph/reale_antiseri-1-2_tom-antic-srednevekovie-2003-81.pdf
- 6 Фрагменты ранних греческих философов. Ч.1. / под ред. А. В. Лебедева. – М.: Наука, 1989. – 576 С.
- 7 Мочульский К. В. Владимир Соловьев. Жизнь и учение // К. В. Мочульский Гоголь. Соловьев. Достоевский– М.: Наука, 1995. – 608 С.
- 8 Николаева О. В. Высокая философия и низменная пактика юмора // *Studia Culturae*. – 2015. – №12. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philosophy.spbu.ru/userfiles/rusphil/Smeh%20v%20Rossii-19.pdf>
- 9 Пропп В. Я. Проблемы комизма и смеха. – М.: Наука, 1999. – 288 С.
- 10 Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. – М.: Наука, 1990. – 542 С.
- 11 Рюмина М.Т. Эстетика смеха: Смех как виртуальная реальность. – М.: Спикер, 2010. – 318 С.

- 12 Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному / пер. с нем. Р. Додельцева. – М.: Алетейя, 2000. – 309 С.
- 13 Гартман Н. Эстетика / пер. с нем. Т. Батищевой. – М.: Наука, 2004. – 692 С.
- 14 Вейсман А. Д. Греческо-русский словарь. – М.: Владимир Даль, 1999. – 686 С.
- 15 Платон Государство. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/plato01/index.htm>
- 16 Платон Филеб. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://psylib.org.ua/books/plato01/index.htm>
- 17 Худаведрова Н. П. Комическое и смех в истории мировой эстетической мысли // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. – 2012. – №2-3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://publishing-vak.ru/file/archive-philosophy-2012-2/6-khudavedrova.pdf>
- 18 Аристотель Риторика. Поэтика. – М.: Лабиринт, 2000. – 220 С.
- 19 Кошелев А. О. О природе комического и функции смеха // Язык в движении. К 70-летию Л. П. Крысина. – М.: РГГУ, 2007. – С.277-326.
- 20 Гоббс Т. Левиафан, или Материя, форма и власть государства церковного и гражданского. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lib.ru/FILOSOF/GOBBS/leviafan.txt_with-big-pictures.html
- 21 Локк Дж. Опыт о человеческом разумении. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.bimbad.ru/docs/locke_essay_concerning_human_understanding.pdf
- 22 Кант И. Критика способности суждения // Сочинения в 6-ти т. Т.5. – М.: Наука, 1966. – 564 С.
- 23 Шопенгауэр А. Мир как воля и представление. – М.: Харвест, 2011. – 848 С.
- 24 Ницше Ф. Сочинения в 2 томах. – М.: Кристалл, 1998.
- 25 Бергсон А. Смех // А. Бергсон, Ж.- П. Сартр, К. Симон – М.: Панорама, 2000. – 608 С.

- 26 Чемодакова Е. С. Современные исследования юмора // Символ науки. - №3.- 2019. – С.96-99.
- 27 Шейнов В. П. Юмор как способ влияния. – СПб.: Питер, 2016. - 170 С.
- 28 Юмор как средство психолого-педагогического воздействия. От смешного до серьезного – один шаг: учебное пособие / М.И. Станкин. – М.: Издательство МПСИ, 2007.- 256 С.
- 29 Юмор в контексте развития / И.С. Домбровская – СПб.: Неформат, 2014. – 280 С.
- 30 Raskin V. Semantic mechanisms of humor – Dordrecht, Holland, 1985. – 284 p.
- 31 Kuipers G. Sociology of humor // The primer of humourresearching. – Berlin, 2008. – P.361-398.
- 32 Дмитриев А. В., Сычев А.А. Смех. Социофилософский анализ. – М.: Альфа-М, 2005. -594 С.
- 33 Oring E. Engaging Humor. – Urbana: University of Illinois Press, 2003. – 210 p.
- 34 Timotheus Vermeulen, Robin van den Akker. Notes on metamodernism // Journal of Aesthetics & Culture. — 2010-01-01. — Т. 2, № 1. — С. 5677.
- 35 Новый философский словарь. Постмодернизм. — Мн.: Современный литератор, 2007. — С.
- 36 BURO. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.buro247.kz/lifestyle/news/chto-za-postironiya.html>
- 37 Барт, Ролан. Мифологии / Р.Барт - Москва: Академический Проект, 2008. С – 251
- 38 Сергеева, Юлия. Вся статистика Интернета на 2020 год – цифры и тренды в мире и России: [Электронный ресурс]: 2020. Режим доступа: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/>
- 39 Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова. – Екатеринбург: У-Фактория, 2004. С. 15.

40 Баева, Л.В. Виртуальная коммуникация: классификация и специфика / Баева Л.В //Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2014. – №4. – С. 5-10

41 Киржаева, Д. П., Половнёв, А. В. Интернет как средство коммуникации и особенности его использования российской молодежью / Киржаева Д. П., Половнёв А. В. // Вестник МГЛУ. Общественные науки. – 2018. – №1. (794) – С. 205-215

42 Проект Ю.Л. Юмор как инструмент взаимодействия пользователей сети Интернет // Информационное общество: образование, наука, культура и технологии будущего. № 3 (Труды XXII Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2019, Санкт-Петербург, 19 – 22 июня 2019 г. Сборник научных трудов). — СПб: Университет ИТМО. 2019. С.190 – 201. DOI: 10.17586/2587-8557-2019-3-190-201

43 Hancock J.T. LOL: Humor Online. Interactions Magazine. 2004. № 11(5). P.57-58

44 Romero E. J., Cruthirds K. W. The use of humor in the workplace. Academy of Management Perspectives. 2006. № 20. P. 58–69

45 Маклюэн, Герберт Маршалл: Галактика Гутенберга : становление человека печатающего . -2-е изд. Москва: Гаудеамус; Москва: Академический проект. 2013. С. - 240.

46 Limor Shifman, Dafna Lemish: Mars and Venus in Virtual Space: Post-feminist Humor and the Internet, Critical Studies in Media Communication. № 28. 2011. P. 253-273.

47 Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры/ Т. Е. Савицкая // Культура в современном мире. — 2013. — № 3. С. 22-37.

48 "Digital Tribes - Creating Behaviour Change in Users - The UX Review". The UX Review. 2013-10-29.

49 Sostav [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/mediascope-kolichestvo-internet-polzovatelej-v-vozraste-64-vyroslo-na-55-38119.html>

50 Суханов Вячеслав Владимирович Сетевая культура - неотъемлемая часть новых ценностей гражданского общества // Russian Journal of Education and Psychology. 2014. №3 (35). С. 17-23

51 Чумакова В. П. Проблема информационной перегрузки в культуре: история вопроса и обзор современных направлений исследования // Международный журнал исследований культуры. 2016. №4 (25) С.136-145

52 Тим Скоренко// Фрик-шоу: цирк уродов/ 2011г. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: URL:<https://www.mirf.ru/science/history/freakshow-cirk-urodov/>

53 Study english words.com /Англо-русский словарь Мюллера [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://studyenglishwords.com/words/freak>

54 Мельников, С.С. Социология юмора: к критике трех фундаментальных теорий смешного / С.С. Мельников // Вестник экономики, права и социологии. – Москва, 2015. – С. 213-218

ПРИЛОЖЕНИЕ А

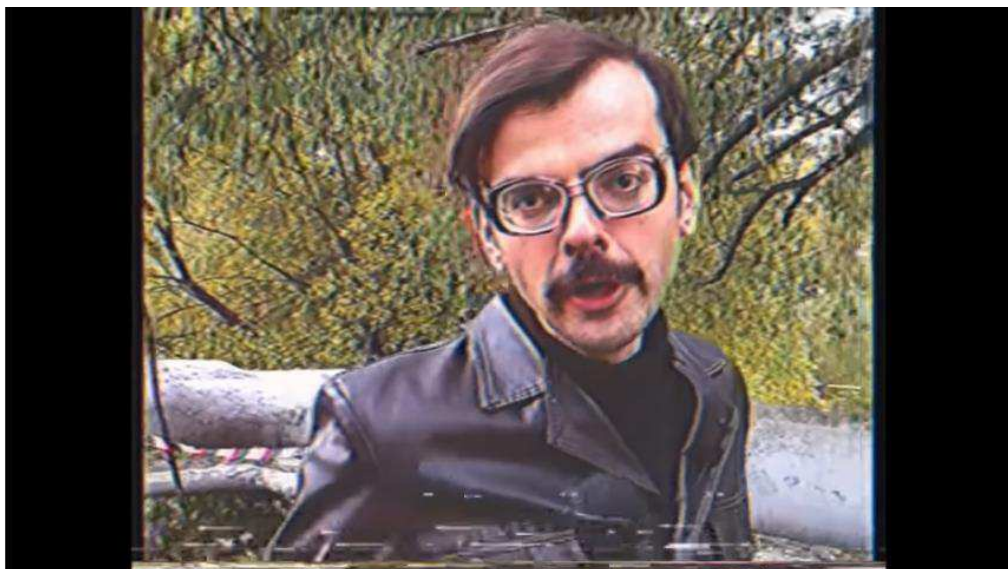
Авторская программа "Загадка дыры" / дело Зинки

[Видео файл] // URL.: <https://www.youtube.com/watch?v=MZuCYRORJiQ>



АВТОРСКАЯ ПРОГРАММА "ЗАГАДКА ДЫРЫ" /дело ЗИНКИ/

Рисунок А1- Снимок экрана видео файла



АВТОРСКАЯ ПРОГРАММА "ЗАГАДКА ДЫРЫ" /дело ЗИНКИ/

Рисунок А2- Снимок экрана видео файла



АВТОРСКАЯ ПРОГРАММА "ЗАГАДКА ДЫРЫ" /дело ЗИНКИ/

Рисунок АЗ- Снимок экрана видео файла

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Пример метамена



Рисунок Б1 - Пример метамена

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Пример формата юмористических передач на YouTube

Лига плохих шуток #5 | Иван Ургант х Иван Дорн

[Видео файл] // URL.: <https://www.youtube.com/watch?v=PJy-HrEGSV0>



ЛИГА ПЛОХИХ ШУТОК #5 | Иван Ургант х Иван Дорн

Рисунок В1- Снимок экрана видео файла

Витя АК х Митя Фомин | ЧТО БЫЛО ДАЛЬШЕ?

[Видео файл] // URL.: <https://www.youtube.com/watch?v=dc0KW15FuXE>



#чтобылодалее #нурлансабуров #ДомаВместе
Витя АК х Митя Фомин | ЧТО БЫЛО ДАЛЬШЕ?

Рисунок В2- Снимок экрана видео файла

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Фрагмент страницы в социальной сети Instagram блоггера Алексея Жидковского

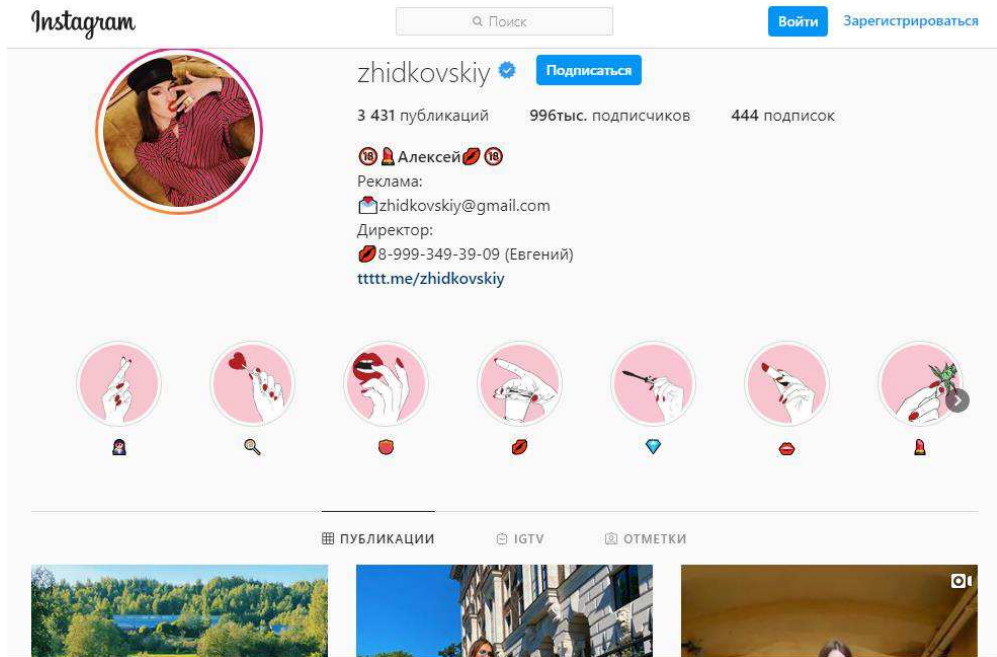


Рисунок Г1- Снимок экрана социальной сети Instagram

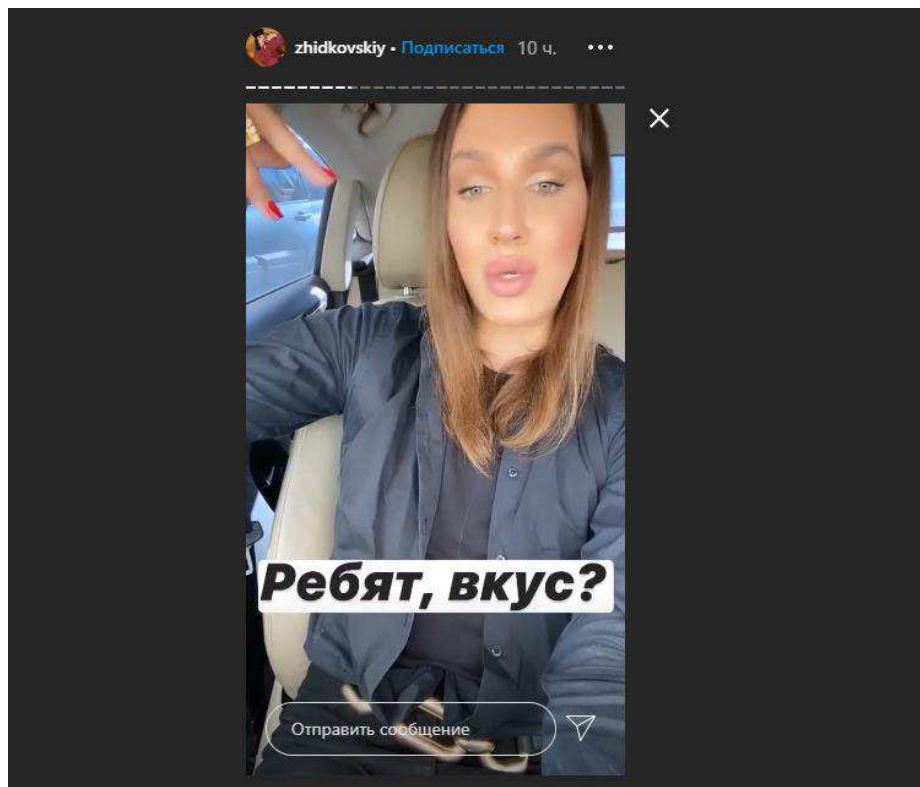


Рисунок Г2- Снимок экрана социальной сети Instagram

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Пример нового формата интернет-юмора



почему люди смеются, когда узнают, что я философ, ведь они просто идеи в моём уме?



Рисунок Д1- Пример МЕМов

одну секунду поработала над дипломом



КОГДА ПОСПАЛ 12 МИНУТ, ВЫУЧИЛ 3 БИЛЕТА ИЗ 60-ТИ И ИДЕШЬ УТРОМ СОБИРАТЬСЯ НА ЭКЗАМЕН



Рисунок Д2- Пример МЕМов

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Фрагмент страницы в социальной сети Instagram блоггера Похитителя

Ароматов 2



Рисунок Е1- Снимок экрана социальной сети Instagram

Шура Стоун торгует обувью на рынке

[Видео файл] // URL.: <https://www.youtube.com/watch?v=MсpгBDHао78&t=111s>



Рисунок Е2 – Снимок экрана видео файла

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

Фрагмент страницы в социальной сети Instagram блоггера Иришки Чики-Пики

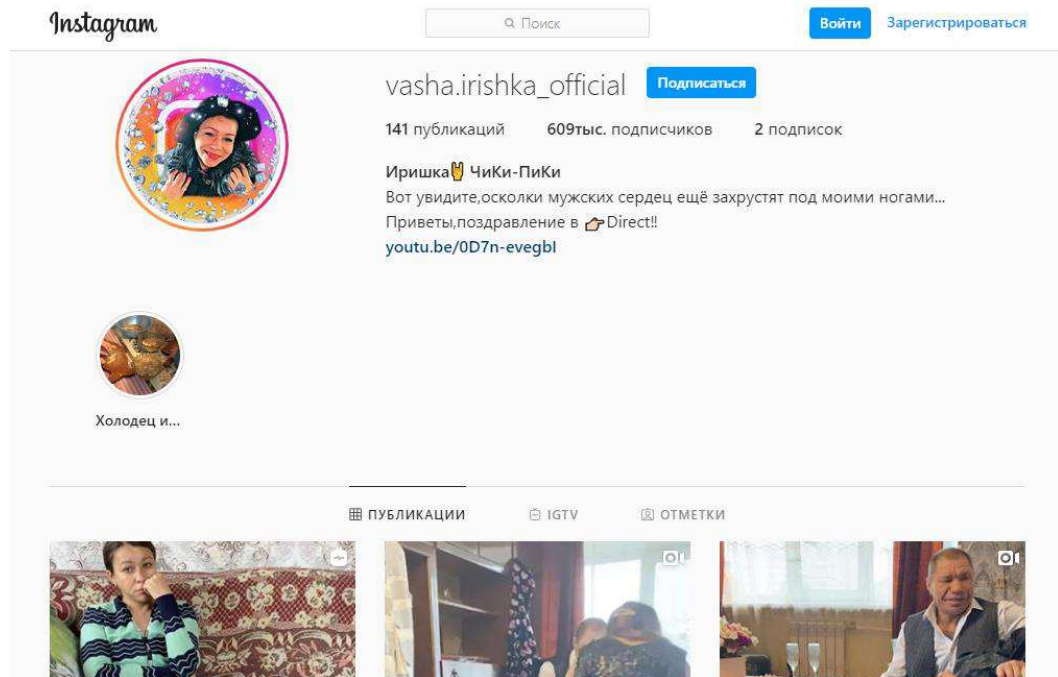


Рисунок Ж1- Снимок экрана социальной сети Instagram

Фрагмент страницы в социальной сети Instagram блоггера Иришки Чики-Пики.

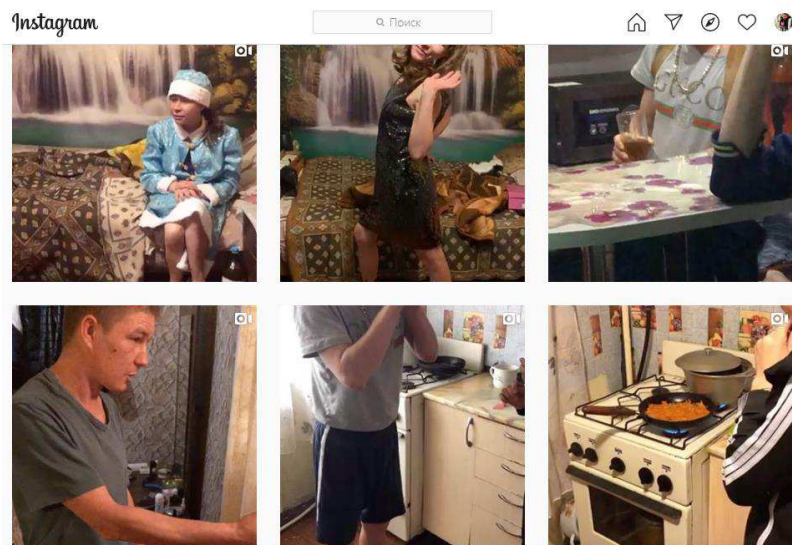


Рисунок Ж2- Снимок экрана социальной сети Instagram

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Фрагмент страницы в социальной сети Instagram актёра Антона Лапенко.

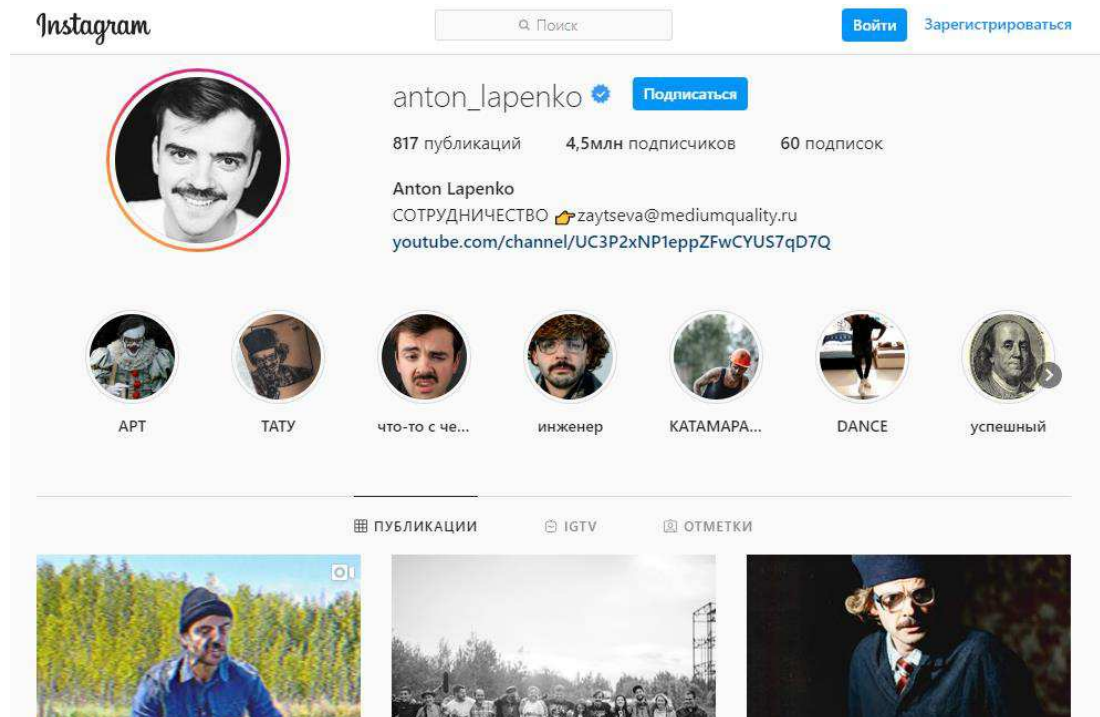


Рисунок И1- Снимок экрана социальной сети Instagram

Пример образов актёра Антона Лапенко

Пример образа: Ричард Сапогов, преподаватель английского

[Видео файл] // URL.: <https://www.instagram.com/p/B-zqJjIHs6x/>



Рисунок И2- Снимок экрана социальной сети Instagram

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Пример образов актёра Антона Лапенко

Пример образа: Гвидон Вишневецкий, художник

[Видео файл] // URL.: <https://www.instagram.com/p/CAvZDpTHu26/>



Рисунок К1- Снимок экрана социальной сети Instagram

Пример образа: работник НИИ, безымянный инженер

[Видео файл] // URL.: <https://www.instagram.com/p/BzSb2RSncAS/>



Рисунок К2- Снимок экрана социальной сети Instagram

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра философии


УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ / В.И. Кудашов

« _____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

47.03.01 Философия

Юмор в сети интернет: философский анализ.

Руководитель темы  _____ доцент, канд. филос.наук А.А. Груздев

Выпускник  _____ А.А. Мамон

Красноярск 2020