

Филология: научные исследования

*Правильная ссылка на статью:*

Ван Т. — Фольклор в социальных сетях (на примере Twitter и Telegram) // Филология: научные исследования. – 2023. – № 2. DOI: 10.7256/2454-0749.2023.2.39253 EDN: HJEFIP URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=39253](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=39253)

## Фольклор в социальных сетях (на примере Twitter и Telegram)

Ван Тинянь

аспирант, кафедра русского языка и методики его преподавания, Российский университет дружбы народов (РУДН)

117198, Россия, г. Москва, ул. Ул. миклухо-Маклая, 6, 6

✉ 1042218032@rudn.ru



[Статья из рубрики "Литературоведение"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0749.2023.2.39253

### EDN:

HJEFIP

### Дата направления статьи в редакцию:

25-11-2022

**Аннотация:** Фольклор – очень давнее явление, которое претерпело большие изменения за весь период своего существования. Телекоммуникационная революция значительным образом изменила нашу жизнь, такие же изменения претерпел и фольклор, который проник в пространство цифровых коммуникаций, социальные сети. Это актуализировало изучение данной тематики в современной лингвистической науке. В соответствии с высокой актуальностью данной темы объектом исследования статьи стал фольклор в таких социальных сетях, как Twitter и Telegram. В процессе работы использовались общенаучные методы индукции, дедукции, синтеза, абстрагирования, а также частные методы лингвистического исследования – описательный метод, типологический метод, метод формализации и метод логического сопоставления. Посредством проведенного исследования удалось выяснить, что современный фольклор перешел в сферу цифровых коммуникаций, где он получил активное развитие, появилось множество новых форм фольклора и каналов для его распространения. Результаты работы могут быть использованы в качестве теоретической базы, содержащей в себе систематизированный спектр трудов на тему фольклора, а также в качестве базы для практического применения при работе в сфере интернет-коммуникаций, связей с общественностью, СМИ, журналистики. Вместе с развитием общества, развивается и язык, появляются новые формы выражения, благодаря средствам массовой информации их стало намного

проще создавать и распространять. Фольклор в этом смысле не является исключением – он стал одним из средств коммуникации, выражения эмоций для описания нынешней ситуации в интернете, пандемия – яркий тому результат. Она стала основой темой современного фольклора начиная с 2020 года.

### **Ключевые слова:**

Фольклор, социальные сети, Интернет, пандемия, коронавирус, цифровизация, интернет-фольклор, мем, мифотворчество, медиавирусы

Одним из признаков национальной идентичности народов является его устное народное творчество, которое иначе называется фольклор. В этом творчестве отражены особенности быта людей, черты их характера, поэтому для сохранения самобытности народов важно уделять особое внимание их устному народному творчеству.

В Словаре русского языка С. И. Ожегова «фольклор» означает народное творчество или совокупность народных обрядовых действий [\[7\]](#). В Советской исторической энциклопедии под редакцией Е. М. Жукова «фольклор» обозначался как поэзия от народа, как устное народное творчество широких масс населения, совокупность этих видов творчества. По мере развития общества в нем возникали новые формы и разновидности, которые отражали интересы различных социальных слоев населения, либо социально-бытовые особенности той или иной группы людей (производственный, социально-организующий, обрядовый, игровой, эстетический, познавательный жанры и т. д.). Развитие письменности повлияло на возникновение новых, ранее не существовавших форм фольклора, таких как эпос, сказка, песня и т. п. [\[11\]](#). По мнению В. Н. Поклонской, несмотря на постоянные изменения и появление новых форм и разновидностей фольклора, ему были всегда присущи некоторые характеристики, которые отличают его от других форм народного творчества. Среди них: *устность, коллективность, народность, вариативность, сочетание слова с художественными элементами других искусств*. Эти характеристики могут немного меняться, но, в целом, они более или менее стабильны в трудах российских исследователей, изучавших фольклор [\[9, с. 210-211\]](#).

На взгляд современных авторов, фольклор – это реакция людей на то или иное событие, происходящее в их жизни. Такие события дают нам представление о том, что содержится в восприятии человеком того или иного происшествия в его жизни [\[8, с. 145-157\]](#).

Одним из главных событий XXI века стало распространение Интернета и цифровых средств связи, что отразилось на образе жизни людей. Если изначально фольклор создавался и транслировался по большей мере через устное народное творчество, то сегодня основной платформой для творческой деятельности по созданию произведений народного творчества стала интернет-коммуникация различных групп. Так, например, в социальной сети Telegram существует множество каналов, участниками которых являются люди, объединенные одним интересом. Таким каналом может быть «Ковид сопротивление», который является одной из самых крупных платформ генерации и тиражирования фейков о пандемии Covid-19. В них тиражировались различные высказывания на тему фольклора, которые получали огромное количество реакций: «Сделал прививку – гуляй смело!»; «Каждый сам кузнец своих антител»; «Рим не за один день привился»; «Рука руку моет, желательно секунд тридцать».

Интернет как неотъемлемая часть жизни большей половины населения является как

носителем произведений народного творчества, так и его создателем. В первом случае речь идет о сайтах социальных сетей, форумах, каналах, группах, чатах, в которых хранится информация. Во втором случае речь идет о тех же платформах, но теперь уже понимаемых как средство активной коммуникаций и творчества человека, в котором уже создается нечто новое. Сегодня мы постоянно можем наблюдать как те или иные социальные, политические и экономические события вызывают бурное обсуждение в социальных сетях, общественный резонанс. К примеру, таким событием может быть пандемия Covid-19, которая вызвала бурную реакцию общества, особенно в период введения локдауна и спровоцировала появление огромного количества фольклорных текстов. Так в социальных сетях писали: *«Власти – вводят локдаун на неделю; россияне – Гена, я в Египте»*; *«Личный уровень локдауна – перестал делить футболки на домашние и не домашние»*; *«Тот самый момент, когда коронавирус никак не заканчивается, а локдаун все продлевается и продлевается»*.

Народное творчество в социальных сетях в трудах различных авторов получило свое название. К примеру, А. Архипова считает, что правильнее всего называть данный феномен **«интернет-фольклором»**. Такую точку зрения разделяют и другие авторы, такие как О. К. Мельникова, Т. И. Суслова и А. В. Савченко [\[6, с. 50-56; 10\]](#).

По мнению А. В. Колистратовой, правильнее фольклор в Интернете называть **«сетевым фольклором»**, поскольку именно «сетевые связи» в Интернет-среде позволяют народному творчеству не просто зарождаться в рамках цифровых платформ, но и распространяться с огромной скоростью, что возможно именно благодаря коммуникативным возможностям социальных сетей [\[5, с. 36-41\]](#). А.В. Колистратова пишет, что Интернет дает три основных преимущества пользователям, которые позволяют фольклору формироваться и с огромной скоростью распространяться из малых сообществ сети на широкие группы населения, среди них: *виртуальность, коммуникативность, анонимность*.

Существуют также и другие смежные понятия, которые являются детерминантами фольклора в Интернете. К примеру, таким понятием может быть **«мифотворчество»** или **«фейкмор»**. Их исследовала отечественный автор М. В. Загидуллина [\[4, с. 37-42\]](#). Множество мифов и выдумок существовало в обществе в период разгара пандемии, особенно часто они касались темы вакцинации. Так, например, самым популярным фейком и мифом того времени являлась ничем не доказанная информация о том, что вакцинация – это массовая акция «чипирования» людей, которую проводят под прикрытием пандемии члены «тайного мирового правительства». Стоит отметить, что этот миф не просто существовал, в него охотно верила огромная часть населения. Также в социальных сетях активно тиражировались мифы о том, что курящие люди меньше подвержены заражению; алкоголь помогает бороться с коронавирусом; лимон, имбирь и чеснок помогают лечить коронавирус.

Таким образом, сегодня «мифотворчество» и «фейкмор» стали крайне актуальными, Интернет – это почва для огромного числа фейков, можно даже сказать, что в нем проще найти сегодня недостоверную информацию, чем нечто проверенное.

Е. В. Выровцева пишет, что фольклор в социальных сетях – это преимущественно **«медиавирусы»**, а именно, опасные явления коммуникации, которые «несут в себе риски инфицирования коммуникативного поля» [\[3, с. 125-130\]](#).

Д. Акарали считает, что главным инструментом формирования фольклора в социальных сетях являются **«ботнеты»**, так называемые инструменты для продвижения контента,

которые могут выступать в качестве дистрибьютеров различной информации, в том числе фольклора [\[12, с. 1-15\]](#). Так, к примеру, у сервиса Яндекс есть специальная платформа «Контекст», с помощью которой можно создавать рекламу, которая будет высвечиваться пользователям поиска Яндекс при введении каких-либо запросов. Яндекс Контекст используют не только рекламщики, но и обычные люди, которые хотят продвинуть ту или иную информацию. С помощью платформы можно продвигать и другую информацию, например о ковиде. Так продвигалась информация о вакцинации, продвигались пункты, где можно сдать анализ на Covid-19, продвигалась реклама о необходимости ношения масок, перчаток и других средств защиты, наконец, продвигались просьбы о соблюдении социальной дистанции.

Существует еще один вариант исследования фольклора в интернете – **«мем»**. Данные категории стали основным объектом исследования Е. М. Александровой, которая считает, что стремительный рост визуальной информации повлиял на восприятие и мышление человека, людям стало легче воспринимать именно визуальный материал. Мем – это визуализированная шутка, анекдот, который создается пользователями социальных сетей и ими же распространяется на широкую аудиторию. Именно мемы, по ее мнению, сегодня и стали основной формой Интернет-фольклора [\[1, с. 65-69\]](#). Так, например, популярным стал мем с изображением героев фильма «Назад в будущее», один из которых говорит: «Док, мне нужно в 2020-й», а второй ему отвечает: «Хммм, пожалуй, не стоит, Марти».



Рисунок 1. Мем про Covid -19 из фильма «Назад в будущее»

Еще один популярный мем с фотографией разочарованного Уилла Смита и подписью «Люди в 2020-м, которых уже нечем удивить:».



Рисунок 2. Мем про Covid -19 с Уиллом Смиттом

И еще один популярный мем с двумя вариантами героя фильма «Аквамен»: первый выглядит сильным и подтянутым, под данной картинкой подпись «Мои планы на 2020»; на второй картинке тот же человек, но уже прибавивший большое количество лишних килограммов с подписью «Моя жизнь в 2020».



Рисунок 3. Мем про Covid -19 с героем фильма «Аквамен»

Таким образом, мы видим, что сегодня исследования интернет-фольклора представляют собой довольно разобщенный пласт научных исследований. Сам Интернет – это довольно широкий термин, в нем есть множество структур, объединений, свойств, характеристик. В науке сегодня не существует консолидированных исследований на тему фольклора в Интернете, а все теоретические наработки на эту тему скорее связаны с изучением того или иного свойства социальных сетей, которое и влияет на формирование народного творчества. В то же время Интернет – это целостный феномен, который необходимо изучать в совокупности со всеми его формами и характеристиками, только тогда можно будет получить полноценную и многогранную картину того или иного явления, коим является в нашем случае фольклор.

## Библиография

1. Александрова Е. М. Креолизованный мем как новая форма бытования языковых анекдотов // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 8-2 (74). С. 65-69.
2. Архипова А. С. Зачем рассказывать анекдоты. От корпусного анализа к социологии фольклора // Методы и концепции в фольклористике и культурной антропологии

- (конец XX – начало XXI века): материалы XVI Международной школы-конференции по фольклористике, социолингвистике и культурной антропологии. М.: РГГУ, 2016. С. 37-39.
3. Выровцева Е. В. Стилистические особенности текстов печатных СМИ как формы медиавируса // Вестник Челябинского государственного университета, 2013. № 21 (312). С. 125-130.
  4. Загидуллина М. В. Мифотворческая функция слухов в рамках фольклета: к вопросу о расширении классической теории фольклора // Вестник Челябинского государственного университета, 2009. № 34. С. 37-42.
  5. Колистратова А. В. От архаики до сетевого фольклора: некоторые итоги лингвосемиотического анализа фольклорных явлений как знаков культуры // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета, 2011. № 3 (15). С. 36-41.
  6. Мельникова О. К. Жанрово-видовая дифференциация языкового творчества в Интернете и Рунете // Казанский лингвистический журнал, 2018. № 3. С. 50-56.
  7. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / Под ред. проф. Л.И. Скворцова. М.: Мир и образование, 2014. 1376 с.
  8. Павлюк Т. П., Дубинец З. А. Особенности концептуализации понятия «карантин» в современном интернет-фольклоре // Филология и человек, 2021. № 3. С. 145-157
  9. Поклонская В. Н., Крикливец Е.В., Голубович Н. В., Лапунов С. В., Шумко В. В. Фольклористика. Мифология. Литература (учебно-методический комплекс) Под ред. В. Н. Поклонской. – Витебск: Издательство УО «ВГУ им. П. М. Машерова», 2009. 245 с.
  10. Суслова Т. И., Савченко А. В. Интернет-фольклор как средство коммуникации // Журналистский ежегодник, 2015. № 4. С. 123-127.
  11. Советская историческая энциклопедия: В 16 т. М.: Государственное научное издательство «Советская энциклопедия», 1976. 1232 с.
  12. Acarali D. et al. Survey of approaches and features for the identification of HTTP-based botnet traffic // Journal of Network and Computer Applications. 2016. № 76. P. 1-15.
  13. Яндекс.Контекст URL: <https://contest.yandex.ru/>
  14. Главные мемы 2021 года по версии «ВКонтакте» URL: <https://daily.afisha.ru/news/58407-glavnye-memy-2021-goda-po-versii-vkontakte/>

## Результаты процедуры рецензирования статьи

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Представленная на рассмотрение статья «Фольклор в социальных сетях (на примере Twitter и Telegram)», предлагаемая к публикации в журнале «Филология: научные исследования», несомненно, является актуальной, ввиду рассмотрения устного народного творчества, которое выражается в наших днях в публикациях в виртуальном пространстве.

Как утверждает автор, фольклор – это реакция людей на то или иное событие, происходящее в их жизни. А в современных реалиях часть жизни проходит в виртуальном пространстве, а социальные сети играют большую роль в жизни людей. Автор предпринимает попытку описать новые элементы виртуального пространства, которые стали частью жизни людей. Автор приходит к выводу, что сегодня исследования

интернет-фольклора представляют собой довольно разобщенный пласт научных исследований.

Статья является новаторской, одной из первых в российском языкознании, посвященной исследованию подобной тематики в 21 веке. В статье представлена методология исследования, выбор которой вполне адекватен целям и задачам работы. Автор обращается, в том числе, к различным методам для подтверждения выдвинутой гипотезы. Используются следующие методы исследования: логико-семантический анализ, герменевтический и сравнительно-сопоставительный методы. Данная работа выполнена профессионально, с соблюдением основных канонов научного исследования. Исследование выполнено в русле современных научных подходов, работа состоит из введения, содержащего постановку проблемы, основной части, традиционно начинающуюся с обзора теоретических источников и научных направлений, исследовательскую и заключительную, в которой представлены выводы, полученные автором. Отметим, что вводная часть не содержит исторической справки по изучению данного вопроса как в общем (направления исследования), так и в частном. Отсутствуют ссылки на работы предшественников. Кроме того не понятны задачи и цель исследования, что не позволяет соотнести их с полученными выводами. К сожалению, автор не приводит информации об исследуемом корпусе. Также непонятен объем и принципы выборки языкового материала, на котором зиждется исследование.

Библиография статьи насчитывает 14 источников, среди которых теоретические работы как на русском языке, так и на английском языке.

К сожалению, в статье отсутствуют ссылки на фундаментальные работы, такие как монографии, кандидатские и докторские диссертации. В общем и целом, следует отметить, что статья написана простым, понятным для читателя языком. Опечатки, орфографические и синтаксические ошибки, неточности в тексте работы не обнаружены. Высказанные замечания не являются существенными и не влияют на общее положительное впечатление от рецензируемой работы. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов в процессе преподавания вузовских курсов по текстологии, фольклористике, теории текста. Статья, несомненно, будет полезна широкому кругу лиц, филологам, магистрантам и аспирантам профильных вузов. Статья «Фольклор в социальных сетях (на примере Twitter и Telegram)» может быть рекомендована к публикации в научном журнале.