

МЕМЫ — ФЕНОМЕН ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Е.В. Зюськаина, Г.А. Гиренок

Самарский юридический институт, Самара, Россия

Обоснование. Сегодня уже стало обыденным существование другого пространственного мира — виртуального. Общество воспринимает это как факт, данность. Это наша действительность, которая сильно влияет на формирование массового сознания всего общества, но, в первую очередь, молодого поколения. Виртуальный мир мы часто воспринимаем как специфическое пространство, существующее по своим законам. В этом мире иначе течет время, иначе общаются люди. Это отдельный мир со своим языком, собственными гаджетами и своеобразной манерой общения между людьми [1].

Законы виртуального пространства позволяют каждому участнику напрямую общаться с сотнями, тысячами людей одновременно, делиться информацией, часто передавая свои мысли, эмоции другим людям в форме смешных картинок. Такая текстовая, визуальная или аудиальная информация комического характера, спонтанно репродуцируемая в интернет-пространстве, называется мемом [2].

Цель — определить, что такое мем и раскрыть роль мемов в виртуальном пространстве.

Методы. При написании статьи использованы следующие методы: анализа, индукции, классификации, системный подход.

На сегодняшний день мем воспринимается многими как интернет-шутка. В виртуальном пространстве мемы появились в середине 2000-х годов. Но первое упоминание о них относится к 1976 г., когда профессор из Оксфорда Ричард Докинз в своей книге «Эгоистичный ген» представил мем как «единицу культурной информации, способную размножаться» [3].

Существует несколько видов мемов:

- простая картинка с шуточной надписью;
- мемы-картинки. Есть два основных типа таких мемов. К первому типу относятся весьма узнаваемые изображения, например, «Ждуна» или каких-то иных персонажей. Ко второму типу можно отнести картинки, выполненные в графическом редакторе Photoshop, обработанные фотографии. В этом случае внимание приковывается не только к картинкам, фотографиям, но и, сюжету;
- креолизованный мем. Здесь главное обыграть слово, его многозначность. Считается, что в таких мемах есть два ряда: визуальный и вербальный. При этом визуальный ряд обыгрывает одно значение слова, вербальный — другое;
- мемы — псевдозначения, где происходит переосмысление или разрушение речевых клише.

Результаты. Мемы служат средством, способным повысить настроение, создать положительную мотивацию, настрой, потому что многие из них заставляют людей улыбаться. Мемы можно рассматривать и как своеобразный способ взглянуть на проблемы с другой стороны, вооружившись сатирой и юмором.

В чем особенность мемов? Во-первых, любой человек может стать автором мемов. Во-вторых, не существует особых ограничений для создания мема. В-третьих, отсутствуют определенные правила оформления. Из-за своих особенностей многие называют мемы современным фольклором, то есть это можно отнести к жанру народного творчества, только сетевого. И это выводит нас на понимание мемов как арт-объектов современного виртуального пространства [4].

У мемов есть еще одна специфическая черта. Мемы создают общее культурное пространство. Знание мемов — необходимое условие, чтобы быть своим в определенной социальной группе. Можно сказать, что мемы — это вариант закодированного общения для «своих». Особо актуальны мемы для молодежи, поскольку это способ общения молодежи внутри своей группы. Здесь можно рассматривать мемы как определенный язык общения [5].

Выводы:

- мем — это явление виртуального мира, передающее закодированную информацию в виде шуточных картинок;
- мемы нужны, чтобы поднимать людям настроение и увеличивать позитив в обществе;
- мемы можно рассматривать как вариант современного сетевого фольклора.

Ключевые слова: виртуальное пространство; мем; единица культурной информации; способ общения.

Список литературы

1. Колокольцева Т.Н. Интернет-коммуникация как зеркало основных тенденций развития и функционирования русского языка // Грани познания. 2014. № 4. С. 13–17
2. Эмазнева О.А., Исаева Н.В. Феномен интернет-мема. Москва: Русская речь, 2014.
3. Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н.О. Фоминой. Москва: АСТ; Corpus, 2013.
4. Савицкая Т.Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры // Культура в современном мире. 2013. №3. [дата обращения: 30.07.2022]. Доступ по ссылке: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/2013-03_r_kvms-s3.pdf
5. Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. № 3. (Сер. Филология). С. 160–172.

Сведения об авторах:

Екатерина Владимировна Зюскина — курсант, взвод 1.2. ПД, юридический факультет; Самарский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, Самара, Россия. E-mail: katyxs Klimova191@gmail.com

Галина Анатольевна Гиренок — научный руководитель, кандидат педагогических наук, доцент; доцент кафедры философии и общегуманитарных дисциплин; Самарский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, Самара, Россия. E-mail: girenokgala@mail.ru