

**МЕМ КАК ЕДИНИЦА КУЛЬТУРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В КОНТЕКСТЕ
ФОРМИРОВАНИЯ ИМ ЗНАКОВОЙ СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИИ
MEM AS A UNIT OF CULTURAL INFORMATION IN THE CONTEXT OF
THE FORMATION OF A SIGN COMMUNICATION SYSTEM ON THE
INTERNET**

Аннотация: В статье анализируются мемы, их наличие и использование в электронных средствах массовой информации Казахстана в условиях формирования ими знаковой системы коммуникации.

Ключевые слова: мем; цифровая культура; знаковая коммуникация.

Abstract: The article analyzes the memes, their existence and use in the online media resources of Kazakhstan in the conditions of the formation of a sign communication system.

Keywords: meme; digital culture; sign communication system.

Мемы стали вездесущей онлайн-формой единиц культурной информации в современной жизни. Интегрируясь в широкий спектр социальных практик, они отражают новейшие графические способы общения и самовыражения общества. Несмотря на это, подобные артефакты цифровой культуры не всегда находят адекватное отражение их значимости.

Если обратиться к истории возникновения данной дефиниции, то необходимо отметить тот факт, что данная категория впервые была введена в употребление английским учёным – биологом Ричардом Докинзом еще полвека назад, в 11 главе книги «Эгоистичный ген» [5]. В своей попытке опровергнуть уникальность и исключительность человеческого гена и ДНК, Р. Докинз выдвинул гипотезу, что мемы – базовые единицы, тоже формирующие культурную информацию и обладающие свойством последующей репликации.

Спустя десятки лет, мемы рассматриваются в первую очередь как текстовые и визуальные объекты, созданные, переданные, отредактированные и вновь переданные через интернет-пространство. Они могут быть банальными и философскими картинками, причудливыми фразами, видеочелленджем и в то же время могут выступать в качестве протеста или увековечивать стереотипы. Например, за последние пару лет мемические реакции на политику становятся все более популярной формой протестов пользователей в сети. Это введение в меметику как науку дает нам актуальный контекст, необходимый для понимания потенциала мемического творчества в формировании ими знаковой системы коммуникации в интернете. В то же время научный интерес к этой теме заметно растет, так как

все больше и больше молодых исследователей акцентируют внимание на всемирной паутине и социальных сетях, потому что интернет-мемы являются отличительным продуктом современной цифровой культуры и характеризуют многие из ее основных качеств.

Если западные ученые рассматривают феномен культурного наследия мемов (Ричард Докинз) или приводят отличительные характеристики мемов от других интернет-трендов (Лимор Шифман) [6], то ученый и техносociолог из Турции Зейнеп Туфекчи напоминает нам, что важной характеристикой мемов является пародия и юмор. По словам турецкого исследователя, политическая критика, молодежная культура и юмористические сайты слились и стали частью большой сетевой публичной сферы. Эта пронизанная юмором, но резко политическая мемкультура перекликается с сотнями лет традиций, когда поэты и шуты использовали иронию и сарказм, чтобы критиковать то, что казалось неприкосновенным [7]. Казахстану указанная тенденция близка и отражается в айтысе, древнейшей традиции, сохранившейся по сей день, – состязании двух акынов (поэтов) в форме импровизации с разнообразной тематикой.

В нынешнюю цифровую эру электронные СМИ, которые затрагивают почти каждую часть современной повседневной жизни, также признаются в качестве важных элементов того, как мы будем интерпретировать современную жизнь для будущих поколений. В этом смысле следует рассматривать мемы как часть этой среды. Они поддерживают социальные движения в мире и выступают как инструмент для повышения осведомленности о важных проблемах.

Гипотеза исследования заключается в том, что если мемы на данный момент – это способ быстрого привлечения внимания, освещения, интерпретации и массификации информации, то качественное использование их в онлайн-изданиях и прессе должно заинтересовывать аудиторию больше, чем рядовая новость, представленная в традиционном формате. Вследствие этого публикации могут возыметь большой успех и должную обратную связь, если самую заурядную новостную заметку разнообразить подходящим мемом. Логичной представляется постановка вопроса: если мем формирует знаковую систему коммуникации, как обернуть его действие в свою пользу? Шутливые «пикчи» загружаются в интернет день за днём, и довольно часто авторство остаётся неизвестным, и через время аудитория про них забывает, а самые тонкие и остросоциальные пародии подхватываются моментально.

Так, например, в России активно функционирует медиаплощадка «Лентач», совмещающая в себе новости, авторскую позицию, сарказм и юмор, а главное – мемы. «Лентач» пользуется популярностью в твиттере и фейсбуке, но, к сожалению, в Казахстане нет аналогичной онлайн-платформы, которая регулярно размещала бы контент на языке мемов. Из этого мы можем сделать вывод, что в казахстанском медиапространстве мемы традиционно прокладывают путь в новостные ленты через паблики в социальных сетях или конкретных авторов, не приравненных к СМИ.

Изучив в сети материалы ведущих казахстанских изданий, мы нашли несколько занимательных прецедентов, где мем – это инфоповод. В конце сентября

прошлого года несколько электронных СМИ Казахстана, в числе которых информационные порталы «Tengrinews.kz» [4], «Vnews.kz» [1], а также «Kursiv.kz» [3], опубликовали материалы о реакции акима Астаны Бахыта Султанова на народный мем в его честь. Добравшееся до верхов мем-изображение представляло Б. Султанова и прежнего градоначальника Асета Исекешева на лодках, переplывающих затопившие ливнями улицы столицы. Последний из них изрекает фразу: «Удачи, бро!» Базовые команды фоторедактора и простая в визуальном содержании картинка, но на самом деле она передаёт два значимых события: смену руководства города и полную неустроенность ливневой канализации центрального мегаполиса страны. Мем вышел настолько удачным, что главный его герой лично прокомментировал ситуацию. Б. Султанов предпочел отнестись ко всему с позиции юмора, однако в известном народном творчестве разглядел для себя серьёзный приоритет грядущей работы: улучшение инфраструктуры города. Гражданам подобный отклик власти показался убедительным, в комментариях царили положительные, местами хвалебные мнения. Таким образом, мы приходим к выводу, что одно мем-изображение способно набрать популярность в обществе и тем самым привлечь внимание чиновников высокого ранга к насущным проблемам столицы и даже мотивировать их на скорейшее решение оных. Но для постоянного успеха разовых акций мало, мем как подход в коммуникации требует определенной систематичности.

Возможно привести и другой пример, говорящий о поддержке аудитории Костанайского областного еженедельника «Наша газета», подвергнувшегося блокировке сайта в ноябре 2018 г. без видимых на то причин. Возмутившиеся читатели газеты размещали в социальных сетях высмеивающие руководство области и произошедшее обстоятельство мемы, лучшие из них редакторы позже выложили на сайт газеты. Подобные ответы в виде мемов от общества, на наш взгляд, следует интерпретировать как неконфликтную форму протеста, несогласие с происходящим вокруг и желание перемен. Сегодня можно не тратить время на написание длинного поста в социальных сетях, мало кого привлекают тирады на несколько страниц в комментариях. Мем же минует эти преграды, при этом не теряя информационной содержательности.

Известное среди казахстанской молодежи лайфстайл-издание «The Steppe» летом 2018 года выпустило большой материал об эволюции отечественных мемов с хронологией примеров и собственной классификацией [2]. В очередной раз мем выступил поводом для публикации, но не визуальным её воплощением. Несмотря на это, в ходе исследования нами был обнаружен один случай применения мем-изображения в качестве мультимедийного расширения контекстуальности в подаче новости. Инстаграм-сообщество о жизни Костаная «Kostanay news» в декабре 2018 года выставило пост о пенсионной реформе в Казахстане [6]. Текст сопровождается фотографией улыбающегося пожилого мужчины, получившего широкую известность в интернет-пространстве как мем «Гарольд, скрывающий боль» или «улыбка через боль». Исчерпывающее название мем-изображения подкрепляет нерадостное известие и придаёт ему заметный иронический тон. При всей популярности указанного мема среди сотни комментариев к новости имеются замечания о причине столь широкой улыбки мужчины на фото.

Не все пользователи узнали интернет-персонажа и отнеслись к посту с долей самоиронии, но это лишь подтверждает низкую изученность выбранной темы.

Проанализировав вышеприведенные парадигмы употребления мемов в онлайн-медиа, можно отметить, что мем-культура – молодое явление для интернет-практики Казахстана, которое формируется в течение последних нескольких лет. В казахстанском медиaprостранстве мем сравнительно недавно задействован как единица культурной информации в контексте формирования им знаковой системы коммуникации.

Резюмируя, можно отметить, что мемы создают новые способы и формы участия в различных дискуссиях, функционируя в качестве инструмента для граждан, стремящихся активно и дискурсивно участвовать в цифровой публичной сфере. Контент, публикуемый в социальных сетях, может завоевать невообразимую популярность и внимание, а также преодолеть временные, пространственные и географические границы во всем мире. С нашей точки зрения, на данный момент медиаконтент становится похожим на вирус в глобальной сети, а пользователи являются ключевыми его распространителями.

Библиографический список

1. Кузекбай, А. Бахыт Султанов прокомментировал мем с его участием в соцсетях / А. Кузекбай // Vnews.kz. – 2018. – <https://u.to/omWNFA>.
2. Наурызбай, Г. Эволюция казахстанских мемов / Г. Наурызбай // The Steppe. – 2018. – <https://clck.ru/F5W7n>.
3. Покидаев, Д. В каждом меме есть доля истины / Д. Покидаев // Kursiv.kz. – 2018. – <https://clck.ru/F5W54>.
4. Сатаева, А. Новый аким Астаны прокомментировал мем с лодкой / А. Сатаева // Tengrinews.kz. – 2018. – <https://tn.kz/uMbqj>.
5. Dawkins, R. The Selfish Gene / R. Dawkins. – Oxford, England : Oxford University Press, 1989.
6. [Kostanay_news] Инстаграм-сообщество Kostanay_news. – 2018. – <https://www.instagram.com/p/BrXIerTgEZ6sKN-h-СMgjNujUj4FEGe1A9OiiE0/>.
7. Shifman, L. Memes in Digital Culture / L. Shifman. – Cambridge, Massachusetts : The MIT Press, 2014.
8. Tüfekçi, Z. Twitter and Tear Gas. The Power and Fragility of Networked Protest / Z. Tüfekçi. – London : Yale University Press, 2017.