

Ю.Д. Овчинников, М.Ю. Холодков

*Кубанский государственный университет физической культуры,
спорта и туризма (г. Краснодар, Россия)*

ИНТЕРНЕТ - МЕМ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Интернет-мемы рассматриваются как явление современной информационной и аудиовизуальной культуры. Мем – способ выражения собственных чувств, с помощью популярной фразы или персонажа. Явление набирает популярность в молодежной среде, что и определяет необходимость изучения этого явления как средства социализации.

Интернет-мемы, аудиовизуальная культура, информационная культура, интернет-среда, Интернет.

Интернет-мем (англ. *Internet-meme*) - новое явление современной информационной и аудиовизуальной культуры. Обычно под интернет-мемом понимают некую информацию, выраженную словесно, графически, аудиовизуально, порой бессмысленную, но спонтанно приобретающую популярность в интернет-среде. И, поскольку, интернет-мемы распространяются по электронной почте, в мессенджерах, на форумах, в блогах, этим термином обозначают также явление спонтанного распространения такой информации.

Считается, что это явление вошло в употребление в середине первого десятилетия XXI века.

Ю.В. Шурина [6] полагает, что термин «мем» появился в 1976 году, приписывая его авторство Р. Докинзу, автору книги «Эгоистичный ген». Р. Докинз использовал данное понятие как «единицу культурной информации», которая способна быстро «размножаться». Причем сам Докинз опирался на греческое «μίμνημα» - «подобие».

В русском языке прижилось написание и произношение «мем» и его производные (меметика, интернет-мем); многие ошибочно считают, что первоосновой термина «мем» является английское «memo» - «память».

В 1994 году вышла в свет книга Д. Рашкоффа «Медивирус» [5], который отмечал, что мем – это медиа-вирус, идея, образ или любой другой объект нематериального мира, который передаётся от человека к человеку вербально, не вербально, через интернет или как угодно ещё. Пишущие об интернете журналисты быстро подхватили этот термин, и он так и прижился в интернет-среде.

Для многих мем – способ выражения собственных чувств, с помощью популярной фразы или персонажа. При общении с друзьями и коллегами

многие используют «вирусные» фразы из популярных комиксов, пытаются хоть как-то изобразить персонажей [2].

Итак, мемами могут быть любые сегменты интернета, высказывания, картинки, видео или звукоряд, который имел значение и распространился во всемирной паутине.

Анализ источников по проблеме [2; 4] позволяет выделить несколько больших групп мемов.

В первую группу входят слова и фразы. Пожалуй, один из самых известных мемов в этой категории - это ИМНО (аббревиатура от английского In My Humble Opinion - по моему скромному мнению), которую иногда пишут русскими буквами и расшифровывают как «Имею Мнение».

Вторая группа - это интернет-мемы, представляющие собой медиа файлы (видеоролики и песни). К примеру, ролик с выступлением Эдуарда Хилия, известного советского эстрадного певца, разошелся по интернету под названием «Мистер Трололо». Еще два примера таких мемов - это финская «Полька Евы» («Як цуп цоп») и шведская песня «Caramelldansen», пущенная в ускоренном темпе и сопровождаемая узнаваемой анимацией в аниме-стиле.

Третья группа - интернет-мемы в виде картинок. К примеру, изображение человека, закрывающего лицо рукой, называется Facepalm и означает стыд. Часто на картинке изображен капитан Пикард, персонаж сериала «Звездный путь: Следующее поколение». Встречаются и другие персонажи. Примечательно, что вместо картинки можно просто написать facepalm.jpg или «facepalm» и вас поймут. Еще к таким мемам относятся фотографии с подписями. Например, фото белой совы, как бы вопрошающей: «O RLY?» (искаженное «Oh, really?» - «Действительно?»). Сюда же относятся эдвайсы, демотиваторы и прочие «серийные» интернет-мемы.

Исследователями отмечается [4], что некоторые интернет-мемы представляют собой персонажей. Их нельзя отнести к какой-то из трех групп, потому что такой персонаж может быть героем картинки или видео, даже существовать «в текстовом виде». Скажем, если в интернет-беседе помянули Капитана Очевидность (К.О., кэпа), значит, кто-то поразил всех откровением из серии «Ребята, а трава-то зеленая!» или «А небо-то голубое!». Иногда мемами становятся даже реальные люди, скажем, очень популярен в интернете Анатолий Вассерман, которого завсегда и Сети называют панибратски - Онотоле. Или безымянный Свидетель из Фрязино - мужчина в кожаной куртке и спортивных штанах, запечатленный на фото рядом с молодоженами напротив Фрязинского ЗАГСа.

Отношение к мемам разное: кто-то считает интернет-мемы информационным мусором, кто-то с радостью подхватывает каждый новый мем, однако они стали неотъемлемой частью интернет-общения, своеобразным жаргоном, знание которого помогает стать «своим», облегчает общение в сети [2].

Итак, в современной интернет-среде существует несколько видов мемов:

- *графические*; они не требуют подписи и зачастую даже не имеют какого-то названия. К примеру, это японские мемы Яо Мин, Me Gusta и Слоупок. Они имеют названия, но в изображениях не используются.

- *текстовые*. Эти мемы можно назвать «демотиваторами». Здесь подразумевается картинка и соответствующая под ней подпись.

- *комплексные*, предполагающие использование популярного изображения с подписью к нему. Примечательно, что мемы, которые изначально могли употребляться с одной картинкой и одним текстом, могут использоваться по отдельности: и текст, и изображение как самостоятельные мемы.

Анализ литературы [1; 2; 4] позволяет говорить о том, что интернет-мемы проживают свою жизнь, которая состоит из нескольких этапов.

Создание мема и первоначальная реакция. Это происходит в одном месте, на сайте, форуме или в блоге, где возникает странная, абсурдная, порой поэтическая фраза, которая вызывает живое обсуждение.

Распространение мема. Далее фраза перемещается на другие площадки, причём начинает пробовать новые контексты и ситуации. Этот период называется креативной зоной, потому что мем видоизменяется, стараясь захватить больше коммуникативного пространства. Это время коммуникативной экспансии.

Использование мема. Дальше наступает период стабильности, когда мем используется достаточно активно. На закате стабильности мем теряет энергию, но, по инерции продолжает использоваться и, тем самым, существовать.

Угасание мема или изменение статуса. Он исчезает, потому что перестаёт быть интересен, - мода всегда преходяща - или сохраняется, но перестаёт быть мемом, входит в плоть языка или коммуникации.

Сегодня использование интернет-мемов становится популярным, особенно в молодежной среде, поскольку представляет собой весьма разнообразный спектр, как профессиональных занятий аудиовизуальными технологиями, так и увлечений на уровне хобби. Сказанное определяет необходимость исследовать это явление как средство социализации в современных социокультурных условиях.

Список использованной литературы

1. *Зиновьева Н.А.* Анализ процесса конструирования смысла интернет-мема // *Дискуссия*. 2013. - № 9. - (39). - С. 133-137.
2. *Кашина С.В.* Мем как единица передачи культурной информации языковыми и неязыковыми средствами // *Вестник Московского государственного лингвистического университета*. - 2013.- № 20 (680). - С. 243-249.
3. Мемы и герои интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://deab.ru/internet-memu/> (Дата обращения 14 марта 2015).
4. Мемы в интернете: опыт деконструкции [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:<http://elementy.ru/lib/431893> (Дата доступа: 16.03.2015).

5. *Рашкофф Д.* Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Пер. с англ. Д. Борисова. — М.: Ультра.Культура, 2003. — 368 с..
6. *Шурина Ю.В.* Интернет-мемы как средство межкультурной коммуникации // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2013. - № 6 (81). - С. 34-38.

Сведения об авторах

Овчинников Юрий Дмитриевич - доцент кафедры биохимии, биомеханики и естественнонаучных дисциплин Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма, кандидат технических наук, доцент (г. Краснодар, Россия).

Адрес для корреспонденции: 161, ул. Буденного, 350015, г. Краснодар, Россия.

Телефон: +7(8612) 59-66-95.

E-mail: yurij.ovchinnikov@inbox.ru

Холодков Максим Юрьевич - студент факультета педагогики и психологии Кубанского государственного университета физической культуры, спорта и туризма (г. Краснодар, Россия).

Адрес для корреспонденции: 161, ул. Буденного, 350015, г. Краснодар, Россия.

Телефон: +7(8612) 59-66-95.

E-mail: mxolodkov@mail.ru

Yury Ovchinnikov, Maxim Holodkov

Kuban state university of physical culture, sport and tourism (Krasnodar, Russia)

THE INTERNET - THE MEME AS THE PHENOMENON MODERN INFORMATION CULTURE

Internet memes are considered as the phenomenon of modern information and audiovisual culture. A meme – a way of expression of own feelings, by means of the popular phrase or the character. The phenomenon gains popularity in the youth environment, as defines need of studying of this phenomenon as means of socialization.

Internet memes, audiovisual culture, information culture, Internet environment, Internet.

Author's Data

Ovchinnikov Yury Dmitriyevich - Associate Professor, Department Biochemistry, biomechanics and natural-science disciplines, Kuban state university of physical culture, sport and tourism, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor (Krasnodar, Russia)

The address for correspondence: 161, Budyonny Str., 350015, Krasnodar, Russia.

Phone: +7(8612) 59-66-95.

E-mail: yurij.ovchinnikov@inbox.ru

Holodkov Maxim Yuryevich – Student, Faculty of Pedagogic and Psychology, Kuban state university of physical culture, sport and tourism (Krasnodar, Russia)

The address for correspondence: 161, Budyonny Str., 350015, Krasnodar, Russia.

Phone: +7(8612) 59-66-95.

E-mail: mxolodkov@mail.ru