

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ КАК СПОСОБ КОММУНИКАЦИИ ЧЕЛОВЕКА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

А.А. Смородина, студент

Научный руководитель: Г.А. Чеджемов, старший преподаватель
Самарский государственный экономический университет
(Россия, г. Самара)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-10975

Аннотация. В статье анализируется популярная единица коммуникации – интернет-мем, рассматривается распространенность интернет-мемов в виртуальной среде, а также роль и функции мемов в организации социального взаимодействия и коммуникации человека.

Ключевые слова: интернет-мем, коммуникация, интернет, мемы в маркетинге, мемы в образовании.

Неотъемлемой частью современного общества является массовая коммуникация, которая охватывает все сферы жизнедеятельности человека, а также международные, межгрупповые и межличностные отношения. Интернет-технологии становятся все более популярными и доступными, способствуют появлению новых возможностей и способов коммуникации. Формируются новые сферы информационного воздействия, новые виды общественных отношений [1].

Темп жизни человека, технологическая база общества XXI века значительно выросли по сравнению с XVIII веком, а значит и способы коммуникации становятся быстрее, точнее и компактнее. По данным статистики Международного союза электросвязи, количество пользователей Интернета во всем мире достигло почти половины населения планеты – 3,9 миллиарда человек, а из них 90% имеют доступ к 3G-связи. Именно поэтому можно смело заявить, что население Земли существует в едином коммуникативном пространстве. В новом обществе коммуникация и Интернет-коммуникация стали неразделимы: мы не задумываемся о том, что постоянно находимся в сети, даже при общении в реальном мире. Зачастую реальное общение переносится в Интернет-пространство, но существует феномен, который проникает из Интернет-коммуникации в нашу повседневную жизнь, – это Интернет-мемы.

Интернет-мем определяется как использующийся в коммуникации знак, имеющий устойчивую форму, которая содержит изменяющийся концепт.

Сами мемы социальны по природе, они создаются для массового просмотра и обмена и существуют, пока передаются. Смысл, который несет в себе мем, конструируется тоже социально, в процессе применения мема к описанию окружающей реальности или общего прошлого. Смысл реконструируется и углубляется с каждым новым коллажем, сохраняя, тем не менее, определенную преемственность [2].

Необходимо отметить те компьютерные технологии, которые создают благоприятную среду для формирования новых мемов:

1. Наличие сайтов и приложений с шаблонами для создания мемов, которые упрощают и делают процесс разработки быстрее;

2. Компьютерные программы, позволяющие встраивать мем в любой другой визуальный контент, создавая тем самым новый продукт;

3. Сайты и форумы, которые объясняют значение мемов, рассказывают их историю, а также формируют мем-рейтинг;

4. Интернет, позволяющий легко копировать и делиться мемами в социальных сетях или мессенджерах;

5. Наличие в Сети большого количества профильных сообществ, в которых встречаются тематические мемы.

Все вышеперечисленное доказывает то, что только благодаря совершенствованию технологий стали возможными не только популярность Интернет-мемов, но и само их существование.

Чтобы лучше понять феномен Интернет-мема, обратимся к его основным характеристикам:

1. Вирусность – способность быстро распространяться и тиражироваться большим количеством копий среди Интернет-пользователей.

2. Эмоциональность – свойство передавать и вызывать эмоции. Как правило, Интернет-мемы вызывают радость, восторг, удивление, но в то же время встречаются и грустные мемы, апеллирующие к разочарованию, грусти. Эмоциональность является одним из основных признаков Интернет-мема, а передача Интернет-мема от одного Интернет-пользователя к другому обычно осуществляется с целью поделиться определённой эмоцией.

3. Серийность – способность образовывать ряды схожих единиц. Эти ряды объединены общей идеей, тематикой и имеют схожее оформление. Но стоит отметить, что не все мемы образуют серии, этот признак является факультативным, но, тем не менее, серийность выступает основополагающим признаком Интернет-мема, поскольку отражает такие важные качества Интернет-мема, как повторяемость и массовость.

4. Минимализм формы – Интернет-мем представляет собой минималистичный по форме, но в то же время самодостаточный знак, передающий не всегда глубокое, но все же содержание. Минимализм формы интернет-мема является важным признаком интернет-мема, поскольку, во-первых, сжатая форма облегчает процесс тиражирования мема в интернете, а во-вторых, облегчает понимание, декодирование смысла мема интернет-пользователем, т.е. соответствует концепции понятного, доступного интернет-продукта, ориентированного на среднестатистического интернет-пользователя.

5. Актуальность – привязанность к конкретному социальному и культурному контексту. Злободневность Интернет-

мемов объясняется тем, что они выступают как платформа для свободного, анонимного выражения мнения, таким образом, Интернет-пользователь может показать свое отношение (как положительное, так и отрицательное) к тем или иным явлениям жизни через Интернет-мем, в том числе и в грубой, нецензурной форме. Потеря интереса публики к определенному событию, т.е. утрата актуальности, означает отсутствие стимула для создания Интернет-мемов, посвященных этому событию.

6. Юмор – юмористическая направленность является одним из ключевых аспектов Интернет-мема и объясняется функциональной принадлежностью Интернет-мема к жанру понятного и доступного сетевого юмора. Нетрудно заметить схожесть Интернет-мема с анекдотом, учитывая фольклорный, народный характер юмора в мемах. Для юмористического эффекта в мемах используются разнообразные средства. Среди стилистических средств используются тропы (метафоры, сравнения, эпитеты и т.д.). Зачастую юмор основан на эффекте обманутого ожидания, т.е. на непредсказуемости, неожиданности. Также активно применяются графические средства (смешная картинка, кадры из знаменитых фильмов, программа PhotoShop и т.д.). При этом необходимо отметить, что встречаются Интернет-мемы без юмористического компонента, апеллирующие к таким эмоциям, как грусть, тоска, ностальгия и т.д. Данная особенность интернет-мема отражает сложность, комплексность и неоднозначность его природы [3].

Интернет – коммуникативная среда для хранения и передачи информации, следовательно, функции Интернет-мемов в обществе будут тоже связаны с поддержанием коммуникации и специфическими способами трансляции информации. Например, функция коммуникации в сообществе предполагает то, что мемы выступают в качестве коммуникатива и катализатора между субъектами общения, т.к. являются актуальной и оперативной реакцией на происходящее в мире. Они просты и лаконичны, циркулируют в сообществе, добро-

вольно передаются и дают возможность высказать иную позицию человеку через творчество. Если мем не нашел поддержки в обществе, он видоизменяется или прекращает свое существование; в противном случае он продолжает транслироваться. Социально выработанная и индивидуально воспринятая система значений может при условии скоординированности руководить сознанием и поведением членов сообщества. Таким образом, обмен мемами воздействует на формирование и дополнение социальной и индивидуальной картины мира.

В функции репрезентации идеи заключается отражение, воспроизводство и создание идей, бытующих в обществе, которые воплощаются в визуальных или аудио образах, оригинальном языке. Мемы являются удобной формой кодирования идей, эмоциональных реакций и переживаний пользователей. Сложившись однажды, они начинают обладать определенными императивом по отношению к тому «фону», где появляются, выступая в качестве нового ядра.

Мемы транслируют мировоззрение авторов другим пользователям (функция трансляции идеологии). Используя мем, автор закладывает интерпретацию или оценку изображаемого сюжета (новости, идеи или практики). Объект с включенным в него через мем мировоззрением воспринимается некритично благодаря юмористическому настрою, однако частое его повторение участвует в формировании образа реальности в глазах пользователей. Это свойство мемов часто пытаются использовать в рекламных целях.

В России прошла волна интернизации, и сегодня Сеть- главный канал распространения информации для широкого слоя населения. По данным ВЦИОМ от 17.09.2018 г. доля тех, кто ежедневно занимается Интернет-серфингом, составляет 65%, а среди респондентов от 18 до 24 лет – 97%. Интернет-культура производится и воспроизводится каждым пользователем с каждым действием в сети. И самое большое влияние на нее оказывает те, кто проводит там больше времени, а именно молодежь. Именно представители этой соци-

альной группы чаще производят и воспроизводят Интернет-культуру посредством создания и копирования Интернет - мемов. Молодежь является и творцом, и продуктом Интернет - культуры. Современные глобализационные, интеграционные процессы в большой степени влияют на жизнь людей, в частности молодых девушек и юношей [4].

Молодежь быстрее, чем люди старшего поколения осваивают новые гаджеты, что позволяет им быстрее включиться в Интернет-общение. У молодежи есть больше ресурсов свободного времени, которое они могут тратить на жизнь онлайн – переписку, комментирование, потребление информации, создание новых Интернет-мемов.

Молодежью выделяются «локальные» мемы, которые распространяются в малых и средних группах и используются в повседневном общении людьми, связанных общим опытом и «общие» мемы, получившие свое распространение в репрезентации мнений и идей. Наличие мемов внутри социальной группы говорит о том, что в ней прошла стадия интеграции ее членов, и обуславливает успешные коммуникативные связи индивидов. Сами мемы легки для передачи внутри группы. При верном расшифровывании и воспроизводстве мема человек подтверждает принадлежность к социальной группе. Если мыслить по аналогии, то индивид, вошедший в группу недавно или только желающий вступить в нее, должен раскодировать, понять локальные мемы и интегрироваться в новое общество.

Потенциал использования мемов в контенте группы поистине неисчерпаем. Включать мемы можно не только в развлекательные посты, но и в рекламные тоже. Удачно подготовленные мемы и запущенные в точно подобранную эмоциональную аудиторию, могут неплохо сработать как вирусная реклама, вирусный контент. Поэтому в современные продвинутые компании нуждаются в хорошем SMM-специалисте. В его работе главный упор делается на создание текстового или визуального сообщения, которое люди будут распространять самостоятельно, на-

пример, через социальные сети, без участия организатора, поскольку такие сообщения, такая реклама вызывают большее доверие у потенциальных покупателей товаров и услуг. Важно найти свою целевую аудиторию, выбрать площадку, где представителей данной аудитории будет представлено в наибольшей степени, постараться не затронуть незаинтересованных в этой рекламе людей и говорить о том, что актуально в этой отрасли. С появлением новых каналов коммуникации, которые забирают на себя часть аудитории, SMM-специалисты ищут новые способы и методы взаимодействия с аудиторией, и Интернет-мемы отлично справляются с работой по продвижению товаров и услуг. Необходимо отметить, что использование мемов в маркетинге должно быть грамотным, осторожным, сам мем должен быть искренним, иначе он не вызовет ответной реакции, необходимо убедиться в том, что понимание мема верно, им нужно уметь пользоваться.

Мемы привлекают внимание к бренду и увеличивают охват аудитории, но они не влияют напрямую на количество продаж. Важно быть оригинальным, потому что воровство креативных идей плохо складывается на репутации бренда, изучать лояльных и потенциальных клиентов продаваемых товаров и услуг, их интересы и архетипы поведения, уметь шутить, быстро реагировать на события и новости, использовать новые инфоповоды и мемы, убедиться в том, что мем релевантен продукту.

Ученые из Туринского университета заметили, что мемы вызывают у школьников интерес к математике. Орнелла Робутти, представитель группы исследователей рассказала, что мем - это шутка, для понимания которой нужно знать три элемента: структуру мема (структурный блок), к чему он отсылает (социальный блок) и информацию, заложенную в него (специализированный блок), в данном случае математические формулы. Со структурой и социальным значением школьники обычно хорошо знакомы. Они видят, что в меме скрыта шутка, но не могут ее понять, если не разобрались в теме. Таким образом, мем

побуждает их изучать неизвестную тему, чтобы понять шутку.

Исследование было представлено на международной научной конференции «Психология и технологии в математическом образовании», которая прошла в Москве 18-21 марта 2019 года. В одном из многочисленных экспериментов, проведенных учеными, преподаватель давал школьникам контрольную работу в виде мемов. В одном вопросе, про свойство транзитивности, школьники дали правильный ответ, хотя не знали его. Когда их спросили, как они это сделали, они сказали, что догадались по социальному значению мема. Этот случай показывает, что мемы могут нести не только мотивационный посыл, но и обучающий. Изучив материал и поняв шутку, школьники смеются. И этот смех является наградой за изучение математики. Математика как дисциплина начинает ассоциироваться с положительными эмоциями. Одни из главных преимуществ мемов в математическом образовании заключаются в том, что они связывают сухое абстрактное математическое знание с эмоциями, а также положительно влияют на мотивацию к обучению. Ученые сделали вывод, что математика лучше увязывается с творческим процессом и помогает школьникам социализироваться. Ведь самостоятельно придуманная шутка, выложенная в интернете – это один из способов, которым современные подростки общаются друг с другом [5].

Резюмируя вышесказанное, можно сделать следующие выводы:

– интернет-мемы обладают рядом характеристик: краткость, высокая эмоциональность, высокая скорость распространения, актуальность, четкий жизненный цикл;

– благодаря техническому прогрессу мемы стали возможными, и с каждым новым витком развития данный способ коммуникации занимает все большую часть в жизни каждого человека;

– наблюдается развитие творческого потенциала индивидов, как следствие постоянной разработки новых видов и форм мемов;

– наличие в социальной группе мемов говорит о ее целостности и завершенности процесса интеграции в ней;

– использование мемов в маркетинге – новый способ привлечения покупателей;

– мемы выступают в качестве нового мотиватора школьников в изучении сложных для их понимания дисциплин.

Библиографический список

1. Ургалкин Ю.А., Бондарев С.И., Чеджемов Г.А. Формирование Интернет – культуры студентов в процессе преподавания политологии и социологии // Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых "Социальное поведение молодежи в Интернете: новые тренды в эпоху глобализации". Самара, 15-16 октября 2015. – 375 с.

2. Зиновьева Н.А. Функции Интернет-мемов в обществе. Социологический взгляд

3. Канашина С.В. Что такое Интернет-мем?

4. Милова Ю.А., Чеджемов Г.А. Человек эпохи перемен: новая реальность // Известия Института систем управления Самарского государственного экономического университета. – 2015. – № 2 (12). – С. 59-64.

5. Доклад Орнеллы Робутти «Как соцсети определяют наше мышление: исследование дидактического использования математических Интернет-мемов». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://education.yandex.ru/pme/>

INTERNET MEMES AS A WAY OF HUMAN COMMUNICATION IN THE MODERN WORLD

A.A. Smorodina , student

Supervisor: G.A. Chejmov, senior lecturer

Samara state university of economics

(Russia, Samara)

Abstract. The article analyzes the popular communication unit, the Internet meme, examines the prevalence of Internet memes in a virtual environment, and the role and functions of memes in organizing social interaction and human communication.

Keywords: internet meme, communication, internet, memes in marketing, memes in education.