

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ; ПСИХОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ

УДК 316.772.5

О. В. Зінченко

старший викладач кафедри психології
Глухівський національний педагогічний університет
імені Олександра Довженка

ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯВИЩА ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

У статті здійснено теоретичний аналіз явища інтернет-мемів. Висвітлено основні ознаки, подано класифікацію, структуру, етапи розвитку та психологічні наслідки впливу цього феномену.

Ключові слова: інтернет-мем, текстовий мем, ілюстративний мем, креалізований мем, відеомем.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими практичними завданнями. Будь-яке досягнення науково-технічного прогресу має як позитивні, так і негативні аспекти. На нашу думку, ця теза є особливо актуальною і доцільною стосовно всесвітньої мережі, оскільки сьогодні досить часто можна почути розмови про Інтернет як джерело деградації психіки молодого покоління, шахрайських операцій та «брудних» інформаційних потоків. Водночас ігноруються безперечні переваги доби новітніх технологій: доступність і широта інформації, зручність і мобільність комунікації, спрощення багатьох аспектів суспільного життя, зокрема торгівлі, працевлаштування, навчання тощо. Якщо таке обговорення проблеми може бути прийнятним у побутових розмовах, то у науковій комунікації воно неприпустиме, оскільки тільки системний та об'єктивний аналіз будь-якого явища є підґрунтям істинного знання. Тому важливою умовою продуктивного вивчення психологічних аспектів Інтернету має бути гармонійне поєднання теорії та практики. У цьому контексті особливу увагу потрібно звертати на суспільні феномени, безпосередньо породжені всесвітньою мережею. Яскравим прикладом таких явищ є інтернет-меми, що за порівняно невеликий час існування стали невід'ємною частиною інтернет-простору, здійснюючи суттєвий вплив на свідомість користувачів мережі. Теоретичний аналіз цього феномену допоможе краще зрозуміти сутність психологічних процесів, що відбуваються в Інтернеті, а також обґрунтувати можливість створення відповідних дослідницьких програм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій із проблеми. Термін «мем» уперше запропонував Р. Доккінз у 1976 році, пояснивши його як одиницю інформації, що передається між поколіннями та має культурне значення. На думку вченого, при-

кладами мемів є мелодії, прислів'я, рецепти, типові особливості архітектури тощо. Основними умовами їх поширення є точність копіювання (за аналогією з генами) та «живучість», тобто значущість для соціальної взаємодії. Далі феномен висвітлено в роботах філософів та культурологів (Р. Броді, С. Блекмор, М. Крангауз, А. Менегеті, Д. Рашкофф та ін.). Популярність концепції зумовила спробу створення нової наукової галузі – меметики, що, незважаючи на дискусійність її положень, стала джерелом цікавих й актуальних ідей. Зокрема, С. Блекмор, наголошуючи на інформаційній природі мемів, указує на значну роль новітніх технологій у їх поширенні. Цю тезу розвинув Д. Рашкофф, який запропонував поняття медіавірусів, трактуючи їх як ідеї та образи, що продукуються ЗМІ та впливають на свідомість людини.

Із появою Інтернету проблема поширення інформації набуває нових аспектів. Термін «інтернет-мем» з'явився в кінці минулого десятиліття і вживався для характеристики невеликих за обсягом, популярних фрагментів мережевого контенту. Незважаючи на порівняно нетривале існування, явище вже стало предметом наукових досліджень (С. Даниленко, О. Дзюбіна, І. Замотіна, А. Скалозуб, О. Комар, К. Соколова, Е. Циховська, О. Чернікова та ін.). Особливу увагу привертають спроби реалізації теоретико-емпіричних програм (І. Замотіна). Хоча в наявних розвідках висвітлюють когнітивні, емоційні, соціальні аспекти існування та поширення інтернет-мемів, проте часто реалізація цього завдання здійснюється в контексті філологічної науки. А от аналіз цього явища з позицій психології є важливим та актуальним.

Мета статті – психологічний аналіз типових ознак, структури, класифікації та особливостей поширення інтернет-мемів.

Виклад основного матеріалу дослідження.

М. Кронгауз характеризує інтернет-мем як невелику за обсягом мережеву інформацію, що спонтанно поширилася й відтворюється в нових контекстах і ситуаціях [1]. Дослідник виокремлює такі основні ознаки інтернет-мемів: 1) стислість; 2) популярність; 3) комунікативна експансія – постійне збільшення кількості користувачів мережі, що використовують мем у процесі спілкування; 4) креативний потенціал – можливість проявів творчості учасників інтернет-взаємодії. Типовою властивістю явища також є його гумористична спрямованість.

Бачимо, що наведені вище тлумачення інтернет-мемів відрізняються від класичного визначення Р. Доккінза, насамперед базуючись на специфіці поширення мережевої інформації, а не її культурному значенні. Варто також згадати про поняття «меметичності», що характеризує міру популярності та інтенсивність поширення певної інформації. Термін не має чіткого наукового визначення, але ми будемо його використовувати для опису досліджуваного феномену.

Із метою кращого розуміння явища доцільно розглянути конкретні приклади його вияву. За критерієм структури поданої інформації виокремлюють такі види інтернет-мемів: 1) текстові; 2) ілюстративні; 3) креалізовані – поєднання зображення і текстового блоку; 4) відеомеми. Схожою є класифікація, де виділено вербальний, невербальний та комплексний інтернет-меми [4].

Текстові інтернет-меми (вербальні) – це слова, словосполучення або речення, що стали надзвичайно популярними в Інтернеті. Одним з основних джерел «народження» та поширення таких об'єктів є орфографічні помилки. Так, першим відомим мемом російського сегменту Інтернету вважається слово «превед» – неправильне написання слова «привіт». Схожим шляхом з'явилися інтернет-меми – «аффтарт», «йа креведко», «боян». Схема розвитку таких феноменів є типовою: 1) поява тексту з помилкою (випадковою або усвідомленою) на мережевому ресурсі; 2) використання словесної конструкції в спілкуванні користувачів ресурсу; 3) поширення на інші кіберспільноти в нових контекстах. Зазначимо, що деякі текстові інтернет-меми є популярними і зрозумілими лише на тематичних сайтах. Прикладом такої ситуації є слово «коровани», що з'явилося і зберігає свою актуальність в ігрових мережевих спільнотах.

Інтенсивність поширення та популярність такої нестандартної лексики в кіберпросторі можна пояснити тим, що, на думку Ю. Лотмана, Інтернет є місцем накопичення інформації про незвичне, мало представлене в основній культурі, продукуючи нову семантику та семіотику [2]. У цьому контексті доцільно розглядати появу та поширення

специфічної мережевої лексики, що виникає внаслідок цілеспрямованого викривлення словесних конструкцій: «коте» – кіт; «клол» – сміх; «хз» – хтозна; «няшний» – симпатичний, привабливий; «анонімус» – користувач Інтернету тощо. Досить часто елементами інтернет-мемів є нецензурні слова.

Текстові мережеві меми також можуть з'являтися на основі лінгвістичних зворотів, що вже давно стали кліше в певній суспільній чи професійній галузі (наприклад, «британські вчені довели», «тижпсихолог» (словосполучення навмисно пишеться без пробілів для підсилення комунікативного ефекту), «а чого досяг ти?», «будь мужиком» тощо). Такі інтернет-меми, зазвичай, використовують у мережевому спілкуванні для вираження іронічного ставлення до певної події, експресивного підсилення аргументації, висміювання позиції опонента в суперечці.

Окремо варто згадати про політичні вербальні меми («візитка Яроша», «українські диверсанти в Донецьку», «професор», «бімба», «умікните Україну» тощо). Ці феномени характеризуються досить стрімким поширенням на інтернет-ресурсах (від кількох годин до кількох днів), що прямо пропорційно рівню суспільного інтересу до «породжуючої» мем події та здатністю залучатися до реального спілкування.

Ілюстративні інтернет-меми (невербальні) представлені зображеннями реальних людей, казкових персонажів, кіногероїв, тварин тощо. Однією з основних причин їх популярності є відсутність невербальних засобів у знаково-текстовому типі віртуального спілкування, що збіднює його емоційну складову та ускладнює адекватне передавання інформації. Згадані об'єкти допомагають експресивно підсилити комунікативний процес у мережі, де вживаються найчастіше.

Пропонуємо приклади популярних інтернет-мемів (рис. 1): 1) «Джекі Чан» – використовується для вираження крайнього подиву або акцентуванні на абсурдності певного аспекту розмови; 2) «веселий китаєць» (баскетболіст Яо Мінь) – використовується для передавання безтурботного, іронічного, іноді безвідповідального ставлення до ситуації; 3) «троль-фейс» – своєрідна емблема мережевого тролінгу, що символізує провокативну поведінку та підсилює сарказм; 4) «самовпенений чоловічок» – ілюстрація іронічного ставлення до власних чи чужих успіхів; 5) «Ніколас Кейдж» – аналог висловлювання «Да ну!», що використовують для підкреслення очевидності слів співрозмовника; 6) «ждун» – «молодий» інтернет-мем (з'явився в мережі на початку 2017 року на основі зображення скульптури голландської художниці Маргрет ван Бреворт), що символізує очікування і вживається для опису іронічного ставлення до політичних або суспільних подій.



Рис. 1. Приклади ілюстративних інтернет-мемів

Фотографії значно рідше набувають меметичності, зазвичай перетворюючись у графічну форму. Тому наведені вище приклади можна умовно розподілити на дві групи – меми, що утворилися з реальних зображень, і суто мальовані. У цьому контексті дискусійним є питання щодо трактування так званих «смайлів». На нашу думку, незважаючи на їх популярність у мережі, ці об'єкти варто характеризувати як засоби спілкування, оскільки вони переважно використовуються в комунікативному процесі, тоді як мережеві меми передбачають поширення на широке коло ресурсів. Схожою є ситуація із короткими анімаційними файлами без звукового супроводу («гіфками»).

Зазначимо, що ілюстративні інтернет-меми є порівняно недовговічними. Це пов'язано з насиченістю та інтенсивними змінами мережевого контенту: для вираження емоцій з'являються нові зображення, а вже відомі втрачають колишню цікавість для користувачів. Таким чином, реалізується соціально-психологічний ефект краю.

Креалізовані інтернет-меми (комплексні) утворюються шляхом інтеграції ілюстративної та текстової частин. Найбільш численна і популярна група мережевих мемів, оскільки вона поєднує емоційні та інформативні можливості, тобто є найбільш оптимальною для адекватного передавання певної думки. Ці меми характеризуються наявністю стабільної та варіативної частин.

Креалізовані інтернет-меми рідко спрямовані на конкретного адресата. Їх розміщують у мережевих спільнотах адресуючи широкому колу користувачів для ознайомлення. У переважній більшості випадків зміст таких об'єктів має гумористичний характер (іронічний, сатиричний, саркастичний чи абсурдистський). Вони відрізняються різноманітністю тематики і можуть висвітлювати актуальні

суспільно-політичні події, міжособистісні стосунки, професійні, навчальні та побутові проблеми.

Одним із варіантів виникнення комплексних інтернет-мемів є їх утворення на основі описаних вище ілюстрованих. Наприклад, до зображення «веселого китайця» додається фраза, що відповідає йому за експресивним навантаженням («пообіцяв викладачу все вивчити», «керівництво сказало, щоб відповідально ставився до своєї роботи», «одружишся – станеш більш серйозним» тощо). За схожим принципом можуть трансформуватися інші популярні малюнки.

Потужним джерелом креалізованих інтернет-мемів є кінематограф. Користувачі мережі багаторазово копіюють кадр і цитату з певного фільму, що може вживатися для характеристики різноманітних ситуацій і подій. Основними умовами виникнення кінематографічних мемів є популярність стрічки або її акторів та емоційність зафіксованої сцени. Проаналізуємо типові властивості цього феномену на прикладах (рис. 2).

Мем із фільму «Володар перстнів: Братство перстня» (2001 р.) набув популярності в українському Інтернеті у 2011–2012 роках, куди потрапив з англійських сайтів. Стабільна частина – кадр з персонажем Бороміром (рис. 2) і цитата «не можна просто так взяти і...» (оригінальний вислів: «Не можна просто так взяти і увійти в Мордор»). Можливі варіанти тексту – «не можна просто так взяти і зробити нормальну фотокартку на паспорт», «не можна просто так взяти і вчасно лягти спати» тощо. Тобто в іронічному ключі відображаються певні аспекти людського життя. Наголосимо, що варіативна текстова частина може бути цілком нейтральною, а гумористичного забарвлення набуває внаслідок базової цитати і відповідного зображення.

Мем із фільму «Хрещений батько» (1972 р.) не належить до найбільш популярних, але періо-



Рис. 2. Приклади кінематографічних інтернет-мемів

дично з'являється на різних мережевих ресурсах. Стабільна частина – це кадри з головним героєм фільму Віто Корлеоне, що не є жорстко заданим на відміну від попереднього прикладу. Текстова частина є варіативною, але завжди будується за типом оригінальної кіноцитати: «Ти просиш про послугу, але робиш це без поваги». Може використовуватися для гумористичного опису значущих політичних і суспільних подій.

Інтернет-меми з Джокером об'єднані персонажем Хіта Леджера з фільму «Темний лицар» (2008 р.). Виник та поширився на основі популярності стрічки в цілому та її головного антигероя зокрема. Зазвичай, мем слугує для опису різних життєвих обставин, причому не обов'язково в гумористичному плані.

Мем з Джонні Деппом («Чарівна країна», 2004 р.) побудований за типом коміксу – кілька зображень, що утворюють певну ситуацію. Константний компонент – кадри з фільму (рис. 2). Цей приклад особливо яскраво демонструє трансформацію емоційного навантаження мему – най-

більш драматичний момент фільму слугує для підсилення гумористичного ефекту.

Як бачимо, кінематографічні креалізовані меми можуть виникати на основі різних фільмів – як нових, так і давно відомих. Відправною точкою їх виникнення є фіксація зображення, що викликає емоційний відгук користувачів мережі. Можна припустити, що психологічним механізмом поширення інтернет-мемів є соціально-психологічне зараження.

Достатньо широкою групою комплексних мемів є об'єкти, що утворилися на основі фотографій реальних подій або людей, причому як загальноновідомих, так і випадкових. У цьому контексті яскравим прикладом є так званий «чоткий паца» (рис. 3). Особливої популярності мем набув у 2013–2014 роках. Утворився на основі фотографії реальної людини, що циркулювала в мережі з 2006 року. Текстовий компонент є варіативним і спочатку висвітлював певні аспекти сільського життя та міжособистісних стосунків характерним суржилом. Потім тематика мему значно розши-

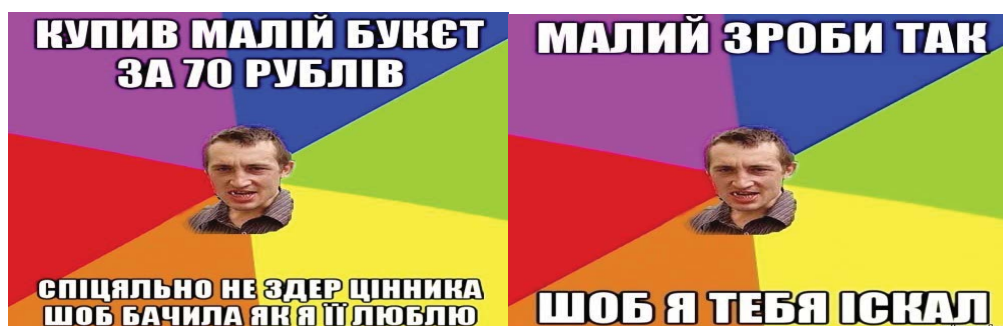


Рис. 3. Приклади інтернет-мему «чоткий паца»

рилася і стала зачіпати широке коло проблем – політичних, суспільних, професійних тощо. У пропонуваніх прикладах можна також спостерігати типовий для мережевих мемів елемент – фон із різнокольоровими секторами.

Відеомеми виникають і розвиваються як за рахунок професійної зйомки (кліпи, фрагменти кінофільмів і телепередач, наприклад, Ора Gangam Style, Йожин з бажин тощо), так і любительської, де особливою популярністю користуються сюжети з неадекватною, конфліктною поведінкою і нецензурною лексикою. Можуть перетворюватися на ілюстративні або комплексні. Варто зазначити, що побутує думка про розмежування популярних відеороликів на вірусні, що циркулюють мережевими ресурсами без суттєвих змін, та меметичні, що є джерелом пародій та гумористичного висвітлення певних суспільних подій [5].

Розглянувши класифікацію за структурним співвідношенням текстових та ілюстративних компонентів, можна стверджувати, що вона не є вичерпною. На нашу думку, варто виокремлювати: глобальні інтернет-меми, зрозумілі широкому колу, і локальні, що для власної «життєдіяльності» потребують специфічної обізнаності (геймерські, хакерські, наукові, фахові). Також доцільно розглядати досліджуване явище за доміантною тематикою: політичні, суспільні, спортивні, медичні, педагогічні, психологічні, меми про особисте життя тощо. Запропоновані підходи також не повністю висвітлюють усі аспекти проблеми, проте дозволяють зосередити увагу науковців на такому важливому, суто психологічному аспекті, як вплив індивідуального досвіду на сприйняття і репродукування мемів. Крім того, з'являється можливість більш чітко структурувати вибірку для емпіричних досліджень проблеми.

Описані вище приклади мережевих мемів мають свій цикл, що охоплює такі етапи [3]: 1) початкове поширення інформації, що не відокремилася від базового контексту; 2) набуття популярності й початок креативних трансформацій об'єкта; 3) повне абстрагування від початкового змісту, перетворення на знак, що несе певне емоційно-інформативне навантаження; 4) згасання популярності та практичне зникнення з мережевого простору.

На нашу думку, доцільно також розглядати розвиток інтернет-мемів із позиції аналізу явища чуток, що мають схожі закономірності поширення інформації.

Згладжування – це схематизація базового об'єкта (особливо це стосується ілюстративних та креалізованих мемів) за рахунок нівелювання несуттєвих із точки зору користувачів мережі деталей. Таким чином, зображення, текст чи відео трансформуються до простої конструкції, що несе певне емоційне навантаження. Наприклад, у

розглянутих вище прикладах сюжет фільмів, що стали основою для мемів, є абсолютно неважливий і навіть зайвий для зростання їхньої популярності.

Одночасно з процесом згладжування відбувається *загострення або акцентуація*, тобто підкреслення емоційно насичених частин об'єкта – виразу обличчя, смішного тексту, цікавого відеоряду тощо.

Адаптація – це пристосування меметичної конструкції до конкретних соціальних умов мережевих спільнот, зокрема системи цінностей, установок, стереотипів, мотивації. Ця закономірність проявляється шляхом копіювання інтернет-мемів через призму доміантних інтересів соціуму або конкретної інтернет-групи.

Поширюючись у віртуальному просторі, меми сприяють вирішенню важливих психологічних завдань, але водночас здатні викликати негативні зміни у свідомості людей. До позитивних функцій інтернет-мемів належать:

1) *розважальна* – висвітлення драматичних і навіть трагічних подій суспільного або особистого життя (війна, соціально-економічна криза, розлучення з коханою людиною, сімейні конфлікти тощо) у гумористичному ключі сприяє зняттю емоційного напруження і викликає терапевтичний ефект, сила якого залежить від індивідуальних особливостей користувачів;

2) *комунікативна (експресивна)* – меми, особливо ілюстративні, допомагають учасникам мережевої комунікації краще зрозуміти емоційний стан один одного, виконуючи таким чином роль заміників невербальних засобів спілкування;

3) *інформативна* – інтернет-меми сприяють виникненню зацікавленості, що, у свою чергу, стимулює більш глибоке пізнання описаних подій чи явищ;

4) *креативна* – створення нових мемів розкриває творчий потенціал користувачів Інтернету;

5) *самоствердження* – тісно пов'язана з попередньою функцією і виявляється в підвищенні самоповаги учасників мережевої взаємодії через усвідомлення власних креативних здібностей та задоволення від досягнутого результату.

Негативні наслідки впливу інтернет-мемів на особистість:

1) *спрошене, схематичне сприймання навколишнього світу*, що виникає внаслідок максимального спрощення ситуації і зведення її до найбільш загальних описових характеристик й елементарних емоцій;

2) *викривлене розуміння інформації* пов'язане з домінуванням емоційного сприймання змісту інтернет-мему, що, зазвичай, відбувається крізь призму іронії або сарказму;

3) *маніпулювання суспільною думкою* – реалізується через прищеплення емоційного ставлення

до певної суспільної події шляхом навіювання або соціально-психологічного зараження, що є значно дієвішим засобом пропаганди, ніж раціональна аргументація позиції;

4) *порушення або викривлення етичних норм* – інтернет-меми часто концентрують увагу користувачів на різних табуованих аспектах суспільного життя, що, особливо у дитячому та підлітковому віці, підвищує ризик аморальної поведінки.

Висновки і пропозиції. Явище інтернет-мемів є недостатньо дослідженим у психологічній науці: існує невелика кількість теоретичних розвідок та епізодичні спроби емпіричних досліджень. Інтернет-меми можна тлумачити як невелику за обсягом, часто гумористичного змісту інформацію, що спонтанно поширилася в Інтернеті й відтворюється в нових контекстах і ситуаціях. До основних ознак явища відносимо: 1) стислість, лаконічність; 2) здатність до реплікації, що зумовлена можливостями сучасних інформаційних технологій; 3) популярність (зазвичай, не дуже тривала); 4) креативний потенціал; 5) комунікативна експансія; 6) емоційна насиченість; 7) гумористичне забарвлення; 8) висвітлення різних аспектів дійсності, мало представлених у домінантній культурі; 9) чітко вираженні етапи існування.

Найбільш популярною класифікацією інтернет-мемів є поділ на текстові, ілюстративні, креалізовані (комплексні) та відеомеми. Перспективним є розгляд цього феномену з позицій його поширення в різних мережевих спільнотах. Основними закономірностями існування інтернет-мемів є згладжування до простої емоційно насиченої конструкції, акцентування експресивних елементів

об'єкта та адаптування до актуальних соціокультурних умов і подій.

Позитивними функціями інтернет-мемів є розважальна, комунікативно-експресивна, інформативна, креативна, самоствердження. Основні негативні наслідки – викривлене розуміння інформації, маніпулювання суспільною думкою, деформація етичних норм.

Основними перспективами досліджень проблеми є розробка програм емпіричних досліджень впливу мережевих мемів на структурні компоненти психіки користувачів Інтернету.

Література:

1. Кронгауз М. А. Мемы в Интернете: опыт деконструкции / М. А. Кронгауз // Наука и жизнь. – 2012. – № 11. – С. 127–132.
2. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – М., 1996. – 464 с.
3. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры [Електронний ресурс] / Т. Е. Савицкая. – Режим доступу: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM_archive/articles/2013/03/20. (Дата звернення: 13.10.2015).
4. Чернікова О. І. Вербальний, невербальний та комплексний мем: класифікація за способом подання та сприйняття інформації в інтернет-середовищі (на матеріалі англійських мемів) / О. І. Чернікова // Вісник КНЛУ. Серія Філологія. – Т. 18. – № 1. – 2015. – С. 151–156.
5. Shifman L. An anatomy of a YouTube meme / L. Shifman // New media & society. – 2012. – Mar 14(2). – P. 187–203.

Зинченко О. В. Психологический анализ явления интернет-мемов

В статье осуществляется теоретический анализ явления интернет-мемов. Освещены основные признаки, рассмотрены классификация, структура, этапы развития и психологические последствия влияния этого феномена.

Ключевые слова: интернет-мем, текстовый мем, иллюстративный мем, креализованный мем, видеомем.

Zinchenko O. V. Psychological analysis of the phenomenon of the internet memes

Theoretical analysis of the phenomenon of Internet memes is done in the article. On concrete examples the main properties of different types of investigated phenomena are considered: text, illustrative, complex and video memes. It is emphasized on the similarity of patterns of distribution of network memes and rumors. Positive and negative aspects of the phenomenon are highlighted.

Key words: internet mem, text mem, illustrative mem, complex mem, video mem.