

МЕМ ЯК ВСЕСВІТНЄ БІО-СОЦІО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ЯВИЩЕ

Анотація

Стаття присвячена проблемі мемів як одиниць інформації, які перебувають у свідомості людей, а також їх ролі в житті суспільства. Інтернет-мем визначається як знак, що використовується у комунікації, має стійку форму, яка містить мінливий концепт. Інтернет-мем може виконувати функції інтеграції, трансляції, репрезентації, інформування, а також емоційну та контактовстановлювальну (фатичну). Трикстер у культурі та мистецтві супроводжує Героя, а анонімні форуми існують у віртуальних паралельних соціальних мережах і блогах, що дає енергетичний вихід протесту (принаймні частково) і не відображає психологічних проблем своїх користувачів, що ними сприймаються.

Ключові слова: мем, трикстер, іміджборд, психічний вірус (вірус розуму), карнавальна культура

Annotation

The article deals with the problem of memes as units of cultural information in human minds and their social role. Internet meme is defined as a stable-formed sign which is used in communication and contains a changing concept. An Internet meme can perform the functions of integration, translation, representation, information, as well as emotional and contact-making (phatic). The trickster in the culture and art accompanies the Hero, and anonymous forums exist in the virtual parallel social networks and blogs, giving the energy output of protest (at least partially) and not reflecting the perceived psychological problems of their users.

Keywords: meme, the trickster, the imageboard, virus of the mind, carnival culture

Актуальність. Події останніх років показали, що Інтернет представляє собою серйозне суспільне явище, яке вимагає свого психологічного дослідження, і кількість таких досліджень постійно зростає. Багато з них, особливо присвячених дорослим користувачам, розглядають свідому поведінку людини в Мережі [4]. Як відмічають О. Г. Асмолов, Г. О. Асмолов, розвиток соціальних мереж та блогів іде в бік стабільної ідентичності, відмови від анонімності, яка була характерною для більш раннього періоду. Це вказує на те, що в блогах «Я» одержує перемогу в боротьбі зі «зверх-Я» [1], особистість у віртуальному світі усвідомлює себе, свій статус і репутацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед дослідників, які почали пильно розглядати проблему мемів та їхню роль у житті суспільства, треба виділити Р. Докінза, Р. Броуді, А. Менегетті, Д. Рашкоффа. Але особлива увага приділялася саме дослідженню їх медійної функції й особливостям поширення і перенесення, часто з опорою на біологію. Безумовно, здійснювати подібне «перенесення» законів біології на соціум, де будь-які закони достатньо умовні та відносні, слід із великою обережністю. Проте ця теорія набула великої популярності, особливо сьогодні.

Поняття мема з'явилося ще в минулому столітті, а точніше, у 1976 році, у праці Річарда Докінза «Егоїстичний ген» [15]. Хоча згадана робота була присвячена, скоріше, біологічним наукам, поняття «мем» (за аналогією з геном) увійшло в науковий обіг західної культурології та семіотики. Проте ще задовго до того, як термін «мем» почав уживатися в науковому середовищі, дослідники звертали увагу на те, як саме поширюється інформація, як вона переходить від однієї людини до іншої [10].

За словниковим визначенням, мем – це «ідея, поведінка, стиль або узус/звичай, що передається від людини до людини в межах культури» [12]. За Р. Докінзом, мем – це культурна інформація, яка спроможна передаватися іншим людям шляхом мімікрії або копіювання. «Як приклад мема можна назвати мелодії, ідеї, влучні вислови, моду [...]; меми розмножуються, переходячи від мозку до мозку шляхом [...] імітації» [15].

У деякому роді меми – це і є сама інформація (хоча не будь-яка інформація є мемом), при цьому дуже важливою особливістю мемів є факт їхнього значного впливу на нашу поведінку. Суттєвим є той факт, що меми (як і будь-яка інформація) володіють дуже високою мірою поширення через Інтернет, та й взагалі через ЗМІ, що, у свою чергу, робить із них найпотужніший засіб комунікації і дії [8].

Мета цієї статті полягає в дослідженні й аналізі мема як біо-соціо-психологічного явища у когнітивному та культурологічному аспектах.

Виклад основного матеріалу. Поняття «мем» запропонував Річард Докінз ще у 1976 році. У книзі «Егоїстичний ген» термін «мем» використовується для опису процесів зберігання і поширення окремих елементів культури. Якщо гени – це спосіб передання біологічної інформації, то меми, які багато в чому діють за аналогією з генами, передають і поширюють інформацію культурну [15]. Р. Броуді дає пояснення, яке достатньо подібне до ідеї Р. Докінза, що мем – це одиниця інформації, яка міститься у свідомості. Мем впливає на події так, щоб у свідомості інших людей виникла більша кількість його копій [3].

Саме інформаційний зміст мемів впливає на їхнє поширення. Як стверджують дослідники, в деякому розумінні меми так само беруть участь у боротьбі за виживання, як і все живе, але боротьба мемів – це боротьба за опанування розумом носія. Відповідно, подібна боротьба за виживання з необхідністю передбачає і природний відбір, якому піддаються і меми та їх носії, тобто ми. Отже, ми можемо говорити про те, що меми діють за законами, схожими з біологічними, лише діють вони у середовищі культурному.

Міждисциплінарні праці ряду учених, які працюють над науковими теоріями, що об'єднують у собі психологію та біологію, призвели до створення нової дисципліни, названої меметикою. Вона базується на концепції еволюції Чарльза Дарвіна. Ця теорія природного відбору та еволюції видів змінила біологію. Тепер учені використовують сучасну концепцію еволюції для пояснення способів функціонування розуму, процесів навчання та виховання людини, розвитку культури [14].

Протягом усієї історії людства існували психічні віруси, що постійно еволюціонували та змінювалися. Психічні віруси – такі «інфекційні» частки культури, які негайно вражають людей, змінюючи їхні думки, долі. Меметика потребує змін в образі думок людини про свою розумову діяльність і культуру. Меми є базовими структурними елементами культури, подібно до того, як ген є базовим структурним елементом життя. Меми є структурними елементами розуму, програмами розумового «комп'ютера» [3].

У рамках карнавальної-сміхової культури розглянемо специфічну роль, яку і приймають відвідувачі форумів із відсутністю реєстрації та організацією спілкування розділо-нитковим способом (іміджбордів) у силу своїх психологічних особливостей. Це роль трикстера [6; 9], який має і риси архетипу [11]. Трикстер – це своєрідний антигерой, це тінь, він символізує окреме від існування духу життя тіла, а основні його характеристики – це негативні сторони Героя (соціуму), його зворотна сторона. Основні переваги трикстера – це гіпертрофовані людські слабкості. Трикстер від самого початку асоціальний, його вчинки не обмежені нормативним полем. Він може вчиняти і «добре», і «погано». Анонімна, зовнішньо маргінальна спільнота відроджує риси карнавальної культури та її головного архетипічного персонажа – трикстера в сучасній електронній формі. Як трикстер завжди в культурі та мистецтві супроводжує Героя, так і анонімні форуми існують у віртуальному просторі паралельно соціальним мережам та блогам, даючи вихід енергії протесту (принаймні частково) і відображаючи неусвідомлювані психологічні проблеми своїх користувачів [7].

Основними характеристиками Інтернет-мема є інформаційна наповненість, здатність до швидкого розповсюдження від людини до людини, стійка форма при нестійкому значенні, зв'язок із певною аудиторією, для якої він служить способом вираження емоцій. Основною функцією мема в комунікації є саме вираження емоцій та комічний ефект [5].

Стан вивчення мема залишається спорадичним як в українській, так і в пострадянській науці [10], на відміну від сучасних європейських та американських досліджень [13], хоча на сьогодні неабиякої популярності набувають мему про українську літературу як спосіб пропаганди її серед молоді. Їхня умовна типологія виглядає таким чином:

1. Приклад типового мема – портрет поета та уривок із вірша, який відрізняється особливою актуальністю.

3. Простий історичний мем – взятий один із популярних зразків та заповнений кумедним моментом з історії України.

4. Простий літературний мем – взятий один із популярних зразків та заповнений кумедним елементом української літератури.

5. Репостно-вподобайковий мем – у змісті самого мема є неприховане випрошування репостів або вподобань, що робить безкоштовний піар даній сторінці та призводить до зростання рейтингів.

6. Патріотичний мем – мем, який націлений на те, щоб підняти національний дух онлайн-користувачам.

7. Письменницько-поетський мем – містить жарт, який безпосередньо стосується зовнішності чи моменту із життя письменника або поета.

8. Мем про твір – це мем, що містить жарт про героя відомого твору чи події з відомого твору.

Підсумовуючи, можемо зробити такі висновки: Інтернет-трансляція мемів має величезний вплив на їхній якісний та кількісний склад, а також на шляхи їх передачі від людини до людини, створивши поняття «вірусності», яке зараз асоціюється з ними найчастіше. Мережева культура активно розповсюджується на наше офлайн-життя. Інтернет-мем, що зовсім нещодавно вважався явищем лише мережевим, часто віднаходиться у міжособистісних комунікаціях поза Інтернет-середовищем, не зустрічаючи при цьому суттєвих обмежень. Особливо активно практика такого переносу підтримується молодіжними групами, стаючи для деякого з них однією з умов успішної комунікації.

У зв'язку із протестними настроями по всьому світу особливо актуальним і **перспективним** вбачаємо дослідження того, якою мірою меми впливають на поведінку суб'єкта і наскільки ефективно можна керувати цим процесом.

Список використаної літератури:

1. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология - 2010. - №1 - С.3-21.

2. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. Гуманитарные исследования в Интернете / Под ред. А.Е. Войскунского. Москва: Можайск – Терра, 2000, 431 с., С.91.
3. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броуди. – М., 2007. – 304 с.
4. Ксенофонтова И. В. Специфика коммуникации в условиях анонимности: меметика, имиджборды, троллинг // Интернет и фольклор : сб. ст. / отв. ред. А. С. Каргин. – М. : Государственный республиканский центр русского фольклора, 2009. – С. 285–294.
5. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник СПбГУ. Социология - 2017. - Т. 10. - Вып. 4. - С. 410-424.
6. Радин П. Трикстер: Исследование мифов североамериканских индейцев / с комм. Юнга и Кереньи. – СПб. : Евразия, 1999. – 288 с.
7. Рамендик Д.М., Абдулин Р.А. Виртуальная личность в интернете: психологические проблемы и порождение мемов с чертами архетипов. Сборники конференций НИЦ Социосфера Vedecko vydavatelske centrum Sociosfera-CZ s.r.o. (Прага), № 12, 2013 г. Симвлическое и архетипическое в культуре и социальных отношениях: материалы III международной научно-практической конференции 5-6 марта 2013 года, Прага, Чехия. - С. 106-110.
8. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание /Д. Рашкофф ; пер. с англ. Д. Борисова. – М. : УльтраКультура, 2003. – 368 с.
9. Троицкий С. Трикстер: у истоков смеховой культуры // Δόξα / Докса. Збірник наукових праць з філософії та філології. Вип. 13. Сміх та серйозність: множинність видів та взаємин. – Одеса, 2008. – С. 101-109.
10. Щурина Ю.В. Интернет-мемы: источники возникновения [Электронный ресурс] / Ю.В. Щурина // Научный прогресс на рубеже тысячелетий (Филологические науки). – 2014. – Режим доступа к журн.: http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2014/Philologia/7_170976.doc.htm

11. Юнг К. Г. Психологические аспекты трикстера // Юнг К. Г. Душа и миф. Шесть архетипов. – М. : АСТ, 2005. – 399 с.
12. Bay Michael [Internet resource]. – Access mode: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=michael+bay>
13. Blackmore S. The meme machine / Susan Blackmore. – Oxford: Oxford University Press, 1999. – 258 p.; Chick G. The units of culture [Internet resource] / Garry Chick. – Access mode: <http://www.personal.psu.edu/gec7/Units.pdf>
14. Buss D. The Evolution of Desire (Basic Books, 1994). A clear exposition of the mating-strategy aspect of evolutionary psychology, backed up by impressive academic studies.
15. Dawkins R. The selfish gene / Richard Dawkins. – Oxford : Oxford University Press, 2006. – 360 p.