

Мемы в новых медиа

Суханова Мария Романовна

Студент (бакалавр)

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия

E-mail: masasuhanova463@gmail.com

Идеи могут проникать в людей незаметно. Идеи похожи на вирусы и тоже умеют эволюционировать. Мемы - это те устойчивые идеи, которых придерживается человек и которые заставляют его вести себя определенным образом. Эти идеи передаются от человека к человеку сквозь года и даже века. Большинство идеологий, религий и других культурных феноменов построены на стабильных мемах, которые передаются из поколения в поколение. Например, как мода, которая вспыхивает и угасает, так и смешная картинка распространяется по интернету, а затем ее вытесняет уже другой, новый мем.

Вирусные видео, которые так популярны в новых медиа, - это типичные мемы. Они кем-то запускаются, затем пересылаются среди пользователей в интернете, особенно молодежи, а потом сходят на нет. Эта технология передачи смысловых единиц друг другу описывается меметикой.

Мем существует как способ передачи информации, а каналами передачи в наше время являются социальные сети. Мемы очень редко существуют в одиночку, поэтому корректнее называть их «системой» мемов. Распространяются эти единицы культурного кода в совершенно разных форматах, и найти их можно как среди подростков, так и во взрослом контингенте. Над ними можно посмеяться, на них можно заработать, благодаря им можно просто прокачивать свои знания, навыки и многое другое.

В современном обществе в условиях ускоренного темпа жизни у людей чаще всего не хватает времени и сил на длинные, громоздкие информационные сообщения. В связи с появлением социальных сетей как каналов связи и передачи информации между людьми, общество стремится к четкости, краткости и наглядности, то есть меньше текста - больше мультимедийного контента. Вместо того, чтобы написать длинный текст, можно отправить мем и люди поймут то, о чем вы хотели сказать. Это упрощает процесс коммуникации.

Популярность мемов обусловлена моментальной скоростью распространения, частотой повторов, способностью преобразовываться, комическим эффектом, упрощенной структурой информации. Все это по большей части благодаря интернету. Из этого можно сделать вывод, что мемы в интернет-коммуникации актуальны в наше время. Они употребляются куда активнее, чем в повседневной, реальной жизни. Благодаря мемам коммуникация становится простой, экономичной и быстрой. А это при нашем скоростном темпе жизни очень важно. Мемы можно найти везде: в переписках с друзьями, рекламе и даже песнях. Мемы стали особым языком, на котором все разговаривают.

Интернет-мемы представляют собой феномен компьютерной коммуникации. Чаще всего мем определяют как единицу информации, которая циркулирует в интернете [1]. Также исследователи уделяют внимание коммуникативной функции мемов и подчеркивают их активное участие в общении по сети. Поэтому интернет-мем еще определяют как средство социальной коммуникации [2]. Если делать акцент на культурной специфике мема, то его смело можно назвать «хранилищем культурных кодов сетевого сообщества» [3]. Лингвисты, в свою очередь, указывают на дискурсивные признаки интернет-мема и определяют его как речевой жанр [4]. На данное время существует множество форматов интернет-мемов, которые не ограничиваются только текстом и картинкой.

По своей структуре мемы делятся на несколько типов: текстовый, визуальный, креолизованный и медиамем [5]. Рассмотрим визуальный тип мемов. На фотографиях и картинках представлены узнаваемые, популярные образы, которые не требуют пояснения. Они могут быть как в виде полноценного изображения, так и коллажем из нескольких кадров. Например, мем «Он не любит овощи» [Изображение 1], который состоит из двух кадров. Наибольшую популярность эти две фотографии получили, когда объединились в один мем. Получилась ситуация, в которой плачущая женщина кричит на кота, а тот озадаченно сидит за столом. Визуальные мемы часто используются без подписей, так как герои передают эмоции, которые не нуждаются в объяснении.

Новые медиа почти всегда принадлежат к средствам и формам коммуникации, базирующимся на новых технологиях. Современные журналисты хорошо понимают разницу между печатными и цифровыми каналами коммуникации. Тексты для газеты и вебсайта создаются по-разному.

Мемы несут отпечаток личных переживаний авторов, делая их опыт достоянием общности; они отражают события действительности, информируя и провоцируя дискуссию; они транслируют мировоззрение авторов другим пользователям, играя роль в производстве и воспроизводстве культуры. Каждый мем несет свое смысловое послание, которое воздействует на аудиторию. Создавая и передавая мемы, пользователь реконструирует и транслирует в интернет свое миропонимание, тем самым делая его публичным, укрепляя соответствующие позиции у других пользователей [6].

Источники и литература

- 1) Аршинская Н.А. Интернет-мемы в коммуникативном пространстве: функции // нау. 2015. №6-3 (11).
- 2) Зиновьева Н.А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов // ВЭПС. 2015. №1.
- 3) Канашина С.В. Интернет-мем как современный медиадискурс // Известия ВГПУ. 2018. №8 (131).
- 4) Канашина С.В. Что такое интернет-мем? // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2017. №28 (277).
- 5) Прозорова И.Ю. Структурно-семантические особенности мемов (на материалах социальной сети «ВКонтакте») // Вестник ХГУ им. Н. Ф. Катанова. 2020. №2.
- 6) Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. 2012. №3.

Иллюстрации



Рис. : Изображение 1