

Секция «Современные исследования популярной культуры»

Мемный мимесис

Научный руководитель – Очеретяный Константин Алексеевич

Шкляр Евгений Леонидович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт философии,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: stoic.1@bk.ru

Автор предлагает рассмотреть феномен повторения в мемах. Опираясь, на работы Сёрена Кьеркегора "Повторение (опыт экспериментальной психологии Константина Констанция)", Жюль Делёза "Difference and Repetition".

Автор считает, что мемы выражают в себе следующую идею Жюль Делёза: "In every case repetition is difference without a concept." [Deleuze, 2021, стр 28]

Повторение предлагается в двух видах.

- 1) Повторение мемов как их основной принцип функционирования
- 2) Повторение в мемах свершившихся ситуаций, что позволяет пережить реальный опыт через мемы

Мемы оказываются в центре феномена повторения. Они повторяют то же самое, но каждый раз по-разному. Комический момент в меме получает возможность актуализировать себя ещё раз. Мемы сохраняют свою структуру "hide away meme" "I won't let you go", основная идея сохраняется меняются только персонажи, но не "суть". Мемы "Josh Hutcherson whistle" "Blue lobster" изначально построены на неожиданном появлении, но существуют сборники мемов исключительно с ними. Даже мемы на основе мемов, постироничные мемы, достигают комического эффекта если структура одного из двух мемов или даже обе будут повторять себя.

Из этого можно сделать предположение, что на первый план выходит комический элемент узнавания. Это также подтверждает широкая распространённость мемов связанных с пережитым опытом. Проблемы в школе\институте\работе, негативные составляющие игрового опыта, конфликты с друзьями\семьёй или просто другими людьми. В этих мемах гиперболизируется одна из составляющих ситуаций, благодаря чему опыт, который имел место в реальности, переживается в большей степени. В этих мемах повторяется не структура, а эмоции заключённые в них.

В заключении автор хочет предположить, что феномен повторения, выраженный в мемах это продолжение консюмеристского этоса. Культура приходит к тотальному само обращению и постоянным само референциям. Тенденция компании Дисней к ремейкам фильмов, игровые студии выпускающие ремастеры старых игр, перенос аниме из мультипликации в сериалы с живыми актёрами и сиквелы, которые часто сохраняют структуру предыдущих фильмов.

Именно в этом контексте новыми красками начинает играть мысль Кьеркегора: " Повторение - любимая жена, которая никогда не наскучит. Ведь наскучить и надоесть может только новое." [Кьеркегор, 1997, стр 8]

Мемы которые стали неотъемлемой составляющей общения с другими людьми и просто ежедневным опытом, позволяют увидеть повторение по-новому.

Источники и литература

- 1) Серен Кьеркегор, Повторение (опыт экспериментальной психологии Константина Констанция), Перевод П.Г. Ганзена, М.: Лабиринт, 1997.- 160 с.
- 2) Gilles Deleuze. Difference and Repetition. Translated by Paul Patton, Great Britain: Bloomsbury publishing Pic, 2021 - 416 p.