

УДК 811.111'1'373.2

В. Ю. Неклесова

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри іноземних мов гуманітарних факультетів
Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова
e-mail: neklesova.valerie@gmail.com

МЕМИ УКРАЇНСЬКОГО СЕГМЕНТУ ІНТЕРНЕТУ

Мета статті полягає в огляді існуючого стану мемів в сегменті українського Інтернету. Завдання нашої статті вбачається в аналізі функціонування, складу та виникнення мемів української блогосфери, форумів та сфери соціальних мереж. Об'єктом нашого дослідження є мему українського сегменту Інтернету. Предметом — є властивості функціонування мемів українського сегменту Інтернету, які містять ономастичний компонент.

Ключові слова: креативність, мем, онім.

Фокус нашої статті — меметика у сучасному її розумінні: наука про сутність мемів, їх місце у суспільстві, особливості їх функціонування та розповсюдження. Уперше термін **мем (meme)** було введено біологом Р. Докінзом (R. Dawkins) у його монографії Егоїстичний ген (*The Selfish Gene*) у 1976. У ній він порівняв мем з геном, мета якого розповсюджуватися усіма доступними засобами. І, хоча науковою темою монографії була генетична природа організмів, термін **мем** став одним з центральних та найбільш цитованих. Прикладами мемів Р. Докінз вбачає ідеї, музичні мотиви, моду на вбрання, фрази з кінофільмів, і навіть засоби виробництва, як робити горщики чи будувати арки. Далі він зазначає, якщо «ідея закріплюється, можна сказати, що вона розмножується, поширюючись від мозку до мозку» [4, с. 192].

Згодом цей термін став дуже поширеним для багатьох дисциплін: соціології, культурології, лінгвістики, біології, архітектури комп'ютерних систем тощо. Спектр того, що можна вважати мемом, є досить широким, і досі триває дискусія щодо його властивостей. Так, С. Блекмор (S. Blackmore) вважає мемами оповідання, пісні, звички, навички, винаходи, засоби робити щось, які може скопіювати людина від людини або зімітувати [1, с. 52]. Дослідник Д. Деннетт

(D. Dennett) доповнює цей список такими найпоширенішими мемами як календар, співпраця, музика, писемність, освіта [5, с. 48]. Мемі різняться від людини до людини, однак вони формують та відображають загальні соціальні образи мислення, й такі образи передаються горизонтально (у суспільстві) та вертикально (у сім'ї). Саме такі властивості є центральними для характеристики мемів як культурних та соціальних одиниць.

Мем — «це культурна репродукція, відтворення, яке характеризується різними засобами копіювання та імітації — тими практиками, які стали важливими для сучасної інформаційної культури» [13, с. 4]. Мемі, їхній копії та варіанти копій перебувають під впливом багатьох факторів, особливо важливими серед яких є залежність від фізичних носіїв (людина, сайт, місце в теле-, радіоефірі, допис у соцмережі) та популярність. «Кінцевою ціллю всіх мемів є розум людини, однак сам він є артефактом, який створено, коли мемі реорганізовували людський розум, щоб створити його найбільш зручним середовищем для себе» [5]. Отже, використовуючи мемі різних типів, людина водночас змінює їх та сама стає об'єктом перетворення.

Л. Габора (L. Gabora) розглядає ментальну репрезентацію мему як культурний аналог генотипу й аналог фенотипу у його реалізації та форму, яку він приймає, коли виражається і передається засобами вокалізації або іншої дії [6, с. 59]. Погляд на мем у царині культурологічних студій також наслідує генетичну концепцію Р. Докінза, мем є часткою інформації, але не генетичної, а такої, яка назбирається у мозку, соціальним, суспільним кластером.

Часто можна зустріти погляд на мем як на ідею, яка сама поширюється, або *мисленнєву інфекцію* (виділено автором) [8, с. 2]. З такої точки зору мемі є активно заразними, що наводить на думку про їх можливе агресивне розповсюдження, доволі стійку реакцію та довгий ефект. Одним з прикладів, який можна згадати у зв'язку з таким підходом, є ефект докучливого мотиву чи зображення.

Близьким до вищенаведеного є погляд на мем як на вірус у тілі людини, що інфікує (звідки й вираз вірусний мем) та перестрибує від носія до носія [7]. Саме таку думку висловлює М. Годвін (M. Godwin), автор концепції про аналогію з нацистами: чим довше обговорення будь-якої теми онлайн, тим вище можливість зіставлення учасників з нацистами або згадки з Гітлером.

Зміна, мутація мема «мем» не є результатом помилок в копіюванні при переносі від мозку до мозку, а скоріш, є реконструкцією різноманітних інтелектів у різних контекстах [3, с. 98]. При надходженні інформації активним є мозок, мем є суб'єктом, фігурою контексту, яка викликає зміни залежно від сприйняття. Продовжуючи та наслідуючи біологічні витоки терміну **мем**, його визначають як справжній реплікатор, що має три властивості — копіювання, варіація, відбір, — все те, потрібно для нового еволюційного процесу, як його визначив Дарвін [1, с. 55]. При цьому вони є частками інформації. Спираючись на вищезазначені думки, ми можемо прогнозувати декілька шляхів у розвитку мемів: процес зміни самого терміну мем (що можна побачити вже зараз) та внутрішню еволюцію мемів.

У середині 1990-х Інтернет став своєрідним первинним бульйоном, зародковим океаном копіювання [3, с. 92], що до кінця сторіччя набуло дуже широкого розмаху. Зараз кількість користувачів Інтернету збільшилась, і майже немає обмежень для участі у будь-якій соціальній мережі або форумі. Це надало великий поштовх мемам як одному з різновидів спілкування. Мем став Інтернет-мемом, і зараз, коли людина чує цей термін, то думає саме про таке значення.

Л. Шифман пропонує визначати Інтернет мем як: а) групу цифрових повідомлень, що розділяють загальні характеристики змісту, форми та/або позиції; б) які були створені з осмисленням та розумінням інших мемів; та в) які циркулювали, були імітовані, та/або трансформовані в Інтернеті за допомогою багатьох користувачів [13, с. 7–8]. Таке визначення допомагає аналізувати Інтернет-меми як соціально створені публічні дискурси, де різноманітні меметичні варіанти є виразником різних думок та перспектив досвіду. Отже, мем є результатом колективної творчості та колективного досвіду, що відбивається у колективній пам'яті. У цьому процесі використовуються опосередковуючі засоби, такі як вже існуючі наративи, і результатом взаємодії є та властивість, що робить колективну пам'ять колективною: «текстуальна спільнота» розділяє одні й ті ж самі посередні ланки для свого вираження [17, с. 657]. Більше того, така спільнота буде мати свою колективну пам'ять, що буде відображатися у тільки їм відомим мемах, мові, стилі спілкування, жартах тощо. Це зумовлює існування локальних мемів у мовних, культурних та соціальних спільнотах.

Сегмент українського Інтернету за останні п'ять років породив багато мемів (*Готовченко, Дід Панас, Іво Бобул, Йолка, Львівське метро, Мамо чому я, Маємо те, що маємо*), серед яких є й вагома доля політичних, де переважна кількість має ономастичний компонент, або самі є онімами: *Вона, Дона і Гспа, Кривавий Пастор, Кролік, Лбоня-Космос, Пасічник, Підрахуй, ПроФФесор* тощо.

У нашому дослідженні ми зосередимося на політичних мемах, які існують у багатьох мовних сегментах Інтернету. Виникнення мемів такого типу є неминучим, відколи все більше і більше верств населення є користувачами Інтернету. Таким чином, меми здійснюють постійне, безперервне породження нових форм медіа-грамотності, вони породжують цінні розмови та дискусії щодо політики у щоденному житті [15]. Інтернет надав можливість змінити односторонній зв'язок між медіа та його користувачами. До виникнення мережі Інтернет слухачі та глядачі мали доволі пасивну роль у висвітленні подій, багато залежало від редакторів програм. Зараз такий стан змінився: канал спілкування став двостороннім, і до того ж майже миттєвим. Багато медіа-груп мають акаунти у соціальних мережах, де користувачі відразу ж реагують на будь-які події. Те, що раніше могло бути непоміченим або неважливим, тепер обговорюється, обмірковується та оцінюється. Користувачі Інтернету стають спів-редакторами та водночас виносять свою оцінку. Серед найбільш помітних та швидких засобів вираження своєї думки вагомим засобом є меми. Причину успішності мемів деякі дослідники вбачають у тому, що вони надають розуму зрозумілі засоби упорядкувати хаотичні уявлення наших емоцій або надати форму та значення нашій та іншій поведінці [12].

Звернемось до випадку виникнення та функціонування мему *Кривавий Пастор* (*Кровавий Пастор*). У нашому дослідженні ми наводимо декілька варіантів мему через декілька причин: по-перше, через існуючу двомовність Інтернет-спільноти, по-друге, через джерело виникнення — російськомовні пропагандистські ресурси. Багато користувачів розуміють та використовують більше ніж один варіант назви цього мему. Така двомовна ситуація породила велику кількість варіацій одного мему, і навіть такі різновиди як *Пастор, Кровавий Пастор* (sic!), однак тригером для нього є лексема *пастор*.

Поява та розповсюдження цього мему прийшлися на початок 2014 року.

Народженням мему стали матеріали російськомовного агітпропу, які мали на меті політичний чорний піар. Пошук за допомогою системи Гугл вказує на появу мему у серпні 2014 та активне розповсюдження у вересні 2014 по блогах, форумах та соцмережах. У Фейсбукі активне поширення мему починається з серпня 2014 та сягає свого піку у вересні—грудні 2014, хоча відносна популярність, впізнаваність тримається на момент дослідження (літо—осінь 2016). Водночас політичний контекст зливається з таким трендом Інтернету як переплетіння з іншими мемами або їх інтерпретування у новій цитації. Для того, щоб чітко зобразити спільну появу чогось нового, треба думати про інтерсуб'єктивність скоріше як про процес координації індивідуальних внесків у сумісну діяльність, ніж як про стан домовленості між членами спільноти [11, с. 374].

Перші згадки дуже швидко змінилися від важливого та серйозного змісту повідомлення на глузливий, жартівливий та веселий. Жарти є групою мемів, та людина, що розповсюджує жарт, отримує моральну винагороду та задоволення, які отримала, коли уперше почула цей жарт. Особливий моральний аспект робить жарти дуже плодovitими та інфекційними мемами [16]. Також жарти є психологічно привабливими для багатьох людей, й це зумовлює життєву цінність мемів у меметичному фонді (meme pool) [4, с. 193]. Мем, який ми аналізуємо, є популярним та відомим й два роки після виникнення (публікація від 16 липня 2016 року «Олександр Турчинов розповів, як ставиться до свого прізвища «Кривавий пастор» і фотожаб». — <http://nv.ua/ukr/ukraine/politics/oleksandr-turchinov-rozpoviv-jak-stavitsja-do-svogo-prizvisko-krivavij-pastor-i-fotozhabam-149699.html>), що підтверджує погляд щодо його цінності та стійкості, живучості. Також мем став інструментом тролінгу. Як зазначає дослідник явища тролінгу У. Філіпс, мета тролінгу — провокація, та зв'язок з політикою є побічним продуктом процесу, тому що тролінг не має чіткої задачі, окрім розваги, й виконується найчастіше у дуже жорсткому руслі [10].

Велику роль у розповсюдженні мемів у соціумі, особливо в Інтернет-спільнотах, відіграє креативність, яка і сама у свою чергу залежить від активності суспільства. У своєму дослідженні креативності Ш. Моран (S. Moran) вказує на особливе значення оцінки (evaluation), що є «механізмами, які використовують учасники для того, щоб визначити відповідність та доречність (appropriateness)».

У цій системі важливим чинником є відгук від колег (всередині сфери діяльності) та споживачів (зовні) [9, с. 80–81]. У випадку мемів таким міркуванням про якість, характер та значення мему є негайна оцінка користувачів, яку виражено у перепостах, лайках — розповсюдженні образу та у підсумку — у свідомості. Завдяки зворотньому зв'язку реальна людина знає, що стала мемом в Інтернеті (О. Турчинов знає про своє прізвисько та коментує. — <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3457169-krovavyi-pastor-turchynov-prokommentyroval-svoe-prozvyshche-v-sotssetiakh>). І хоча це породжується емерджентним процесом (на відміну від соціального процесу), кінцевий продукт є онтологічно різний з самим процесом [11, с. 375].

Відомість мему вилася в багато акаунтів у соцмережах: *Pastor Krovavy* (<https://vk.com/id289925387>), *Кровавий Пастор* (<https://vk.com/bloodypastor>), *сторінка кровавого пастора Турчинова* (<https://vk.com/pastor11>), *Кривавий Пастор* (https://www.facebook.com/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B9-D0%9F%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80-1648958168669909/?ref=br_rs). У цих випадках реальна персона політика стала персонажем Інтернет-фольклору, набула напівміфічних, вигаданих рис, багато з яких набули жартівливого, удаваного або глузливого характеру, звідки й епітети *мудрейший, кривавіший*.

Меми, що є ментально репрезентованими юнітами інформації, мають результатом очевидну поведінку, вони проходять крізь постійну соціальну взаємодію та видозмінюються пам'яттю та припущеннями, які є результатом співвідношень між факторами [2, с. 209]. Таким чином, мем вийшов за межі Інтернету і став частиною загального медійного дискурсу. Про популярність мему свідчить досить багато публікацій статей, де у заголовку є меметичне прізвисько *Кривавий пастор*, і хоча воно все ще береться у лапки, мем вже існує в напівофіційному дискурсі. Ось лише декілька публікацій у найбільш популярних медіа-сайтах українського сегменту: «Кривавий пастор» порадував фанів гучною заявою» (<http://apostrophe.ua/ua/news/politics/2016-09-13/krovavyy-pastor-poradoval-fanov-gromkim-zayavleniem/71241> від 13 вересня 2016), «Як підступний «Кривавий пастор» ракети запуслав» (<http://www.depo.ua/ukr/politics/yak-pidstupniy-krivaviy-pastor-raketi-zapuskav-26082016144500> від 26 серпня 2016), «Пастор схвалює». У присутності Турчинова в Україні вперше запустили нову ракету «Вільха»

(<http://tsn.ua/ato/pastor-shvalyuye-u-prisutnosti-turchinova-v-ukrayini-vpershe-zapustili-novu-raketu-vilha-734532.html> від 26 серпня 2016).

За час популярності мем змінювався, еволюціонував, набував нових властивостей. Створювалась нова реальність, що надавала йому значення, яких не було раніше. Лице **Кривавого пастора** було прикріплено за допомогою програми фотоколажу до багатьох персонажів Інтернет-фольклору та попкультури, стало об'єктом багатьох фотоколажів. Отже, конкуренція, відбір, варіативність та співіснування популярних мемів проявилися й зафіксувалися у новітній культурі. Завдяки людській творчості можна було спостерігати кооперацію з іншими мемами (наприклад: «Кривавий пастор» Турчинов проти Путіна (огляд соцмереж). — <http://www.radiosvoboda.org/a/26753709.html>). Деякі дослідники вбачають сутність креативності у поштовху, русійній силі, адже творчий внесок є спробою поштовху будь-якої сфери діяльності до іншої, тієї, якою він мусить йти, на думку творчої людини [14, с. 95].



Мал. 1. Мем **Кривавий Пастор** набуває рис від популярного образу хресного батька, дона Віто Корлеоне

У комплексному мемі **Кривавий Пастор** ми бачимо багато рис. Це й гасла, які нібито розкривають його сутність (*Пастор, ми з тобою, Пастор, жги!*). Це й змішування образів мему та усім відомих героїв кінострічок: Хресний батько, що може вказувати на впливовість і загадковість персонажу (мал. 1), Міцний горішок із написом англійською *die hard*, що можливо, має символізувати мужність та незламність



Мал. 2. Мем *Кривавий Пастор* втілюється в «Міцного горішка»



Мал. 3. Мем *Кривавий Пастор* в образі Робокота

(мал. 2); Робокот (мал. 3) та Термінатор, обидва персонажі є роботами, в яких людські почуття не мають проявлятися; Декстер (мал. 4), головний герой відомого серіалу, який втілює образ експерта з криміналістики, брат та друг, але в нього є таємна сторона — він серійний вбивця, що сам полює інших вбивць. Реальні історичні персонажі: Усама бен Ладен, можливо, тут йому приписуються такі якості як стихійність, загадковість; військові чини часів німецького



Мал. 4. Мем включено в рекламний постер телесеріалу «Декстер»



Мал. 5. Мем виступає в образі дядечка Сема

Рейху, що може вказувати на жорстокість. Також у комплексі мему є пропагандистські плакати інших країн (мал. 5), де мем закликає приєднатися до якоїсь армії хунти (можливо, що це група у соціальній мережі).

Популярність та різноманітність мему пов'язується нами з проявом колективної творчості через нашу біологічну здатність до контакту та завдяки цьому: вияв близьких по духу соціальних груп.

Меми як одиниці культурної інформації, здатні до копіювання та імітації, є засобом спілкування та двостороннього зв'язку між багатьма соціальними групами. Як і гени, меми українського сегменту Інтернету потрапляють під еволюційний вплив та змінюються, демонструючи велику кількість варіацій, відбір найбільш життєспроможних та здатність до реплікації.

Список використаної літератури

1. Blackmore S. J. The power of memes / S. J. Blackmore // *Scientific American*, 2000. – № 283:4. – P. 52– 61.
2. Boyer P. Cultural Evolution / P. Boyer // *The MIT encyclopedia of the cognitive sciences* (edited by Robert A. Wilson, Frank C. Keil). – Cambridge; London : MIT Press, 1999. – P. 209– 211.
3. Burman J. T. The misunderstanding of memes: Biography of an unscientific object, 1976– 1999 / J. T. Burman // *Perspectives on Science*. – 2012. – Vol. 20. – № 1. – P. 75– 104.
4. Dawkins R. *The Selfish Gen* / R. Dawkins. – Oxford; New York : Oxford University Press, 2006. – 272 p.
5. Dennett D. C. Memes and the Exploitation of Imagination / D. C. Dennett // *Journal of Aesthetics and Art Criticism*. – 1990. – № 48, Spring. – P. 127– 135.
6. Gabora L. A Day In The Life Of A Meme / L. Gabora // *Philosophica*, 1996. – № 57. – P. 53– 90.
7. Godwin M. Meme, Counter-meme / M. Godwin // *Wired*. – Режим доступу : <http://www.wired.com/1994/10/godwin-if-2/>
8. Lynch A. *Thought Contagion: How Belief Spreads Ehrough Society* / A. Lynch. – New York : Basic Books, 1996. – 182 p.
9. Moran S. The Roles of Creativity in Society / S. Moran // *The Cambridge handbook of creativity* (edited by James C. Kaufman, Robert J. Sternberg). – New York : Cambridge University Press, 2010. – P. 74– 90.
10. Phillips W. LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online / W. Phillips // *First Monday*. – 2011. – Vol. 16. – № 12. – Access via : <http://firstmonday.org/article/view/3168/3115>

11. Sawyer R. K. Individual And Group Creativity / R. K. Sawyer // The Cambridge handbook of creativity (edited by James C. Kaufman, Robert J. Sternberg). – New York : Cambridge University Press, 2010. – P. 366– 380.
12. Schrage M. Are Ideas Viruses Of The Mind? – Access via : <https://www.washingtonpost.com/archive/opinions/1988/10/30/are-ideas-viruses-of-the-mind/46be1345-4067-4f90-a3ae-bd5dd811fc02/>
13. Shifman L. Memes in Digital Culture / L. Shifman. – Cambridge; London : MIT Press, 2012. – 200 p.
14. Sternberg R. J. The Nature of Creativity / Robert J. Sternberg // Creativity Research Journal. – 2006. – Vol. 18, No. 1. – P. 87– 98.
15. Tryon C. The Power of Political Memes – Access via : <http://theweek.com/articles/644312/power-political-memes>
16. Vajk J. P. Memetics: The Nascent Science of Ideas and Their Transmission, An Essay Presented to the Outlook Club Berkeley, California January 19, 1989. – Access via : <http://home.netcom.com/~cbell58/meme1.htm>
17. Wertsch J. V. Collective Memory / J. V. Wertsch // The Cambridge Handbook of Sociocultural Psychology (edited by Jaan Valsiner and Alberto Rosa). – New York : Cambridge University Press, 2007. – P. 645– 660.

Неклесова В. Ю.

*кандидат филологических наук,
доцент кафедры иностранных языков
гуманитарных факультетов
Одесского национального университета им. И. И. Мечникова
e-mail: neklesova.valerie@gmail.com*

МЕМЫ УКРАИНСКОГО СЕГМЕНТА ИНТЕРНЕТА

Резюме

Цель статьи — обзор положения мемов в сегменте украинского Интернета, анализе функционирования, состава и появления мемов украинской блогосферы, форумов и социальных сетей. Объект нашего исследования — мемы украинского сегмента Интернета. Предмет — свойства функционирования мемов украинского сегмента Интернета, которые включают ономастический компонент.

Ключевые слова: креативность, мем, оним.

Neklesova V. Yu.

*PhD, Associate Professor,
Chair of Foreign Languages of the Arts Faculties
Odessa I. I. Mechnikov National University
e-mail: neklesova.valerie@gmail.com*

MEMES OF THE UKRAINIAN INTERNET SEGMENT

Abstract

*The article dwells on the problems of definition of the notion of the term meme. The **purpose** of the article is to inform readers with the state memetics in Ukrainian linguistic studies and place of memes in the Ukrainian Internet segment. The popularity of the Internet among Ukrainian society has been gradually growing the past decade and memes has become quite common not only in the Internet groups but in the common media discourse as well.*

*The **object** of the study is Ukrainian memes, thus the **subject** is their function and general characteristics. Our **findings** support the idea of memes as of self-replicating units which follow Darwinian categories necessary for evolutionary process: replication, variation, selection. Thus, all the three properties are results of human creativity and cooperation in social groups, which is illustrated by one of the political memes **Krivaviy Pastor** (Bloody Pastor, the analogy to the Bloody Mary).*

Key words: *creativity, meme, proper name.*

Надійшла до редакції 11.10.2016