

УДК 81'373.43:004

## КЛАСИФІКАЦІЯ, СТРУКТУРА ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ TWITTER ТА FACEBOOK

Дзюбіна О.І.

Львівський національний університет імені Івана Франка

Стаття присвячена проблемі класифікації та функціонування Інтернет-мемів як одиниць інформації у свідомості користувачів соціальних мереж Twitter та Facebook. Особливу увагу приділено аналізу структурної організації мемів. Виділено їх характерні ознаки та функції. Визначено основні типи Інтернет-мемів. Розглянуто фактори їх появи в соціальних мережах.

**Ключові слова:** мем, соціальна мережа, Інтернет, фраза, сленг, візуалізація, комунікація.

У процесі розвитку інформаційного суспільства виникають певні ознаки якісно нових соціально-культурних процесів і явищ. В усіх сферах діяльності детермінує принципово інше світосприйняття, яке породжує нові поняття та явища, що безпосередньо впливають на основи людського буття. Серед таких понять та явищ особливе місце в процесі прогресуючої глобалізації посідає Інтернет, який охопив всі без винятку сфери життя, набув визначальної ролі в системі комунікації та радикально змінив систему суспільних стосунків, що безумовно вимагає інтелектуальної рефлексії [3, с. 87]. Розвиток мережі Інтернет викликав новий сплеск інтересу до розуміння та ролі поняття «мемів» у суспільстві як способу передачі культурної інформації.

**Постановка проблеми.** Інтернет-меми на сьогодні становлять інтерес як засоби впливу на свідомість людей за допомогою чого можлива успішна пропаганда будь-яких явищ, ідей чи поглядів. Соціальні мережі будучи глобальним комунікаційним каналом, сприяють миттєвому розповсюдженню Інтернет-мемів, що виконують роль психологічних вірусів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Серед дослідників, які почали пильно розглядати проблему мемів та їх роль у житті суспільства, треба виділити Р. Докінса, Р. Броуді, А. Менегетті, Д. Рашкоффа [1; 3; 4; 5], але особлива увага приділялася саме дослідженню їх медійної функції й особливостям поширення і перенесення, часто з опорою на біологію.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Хоча зазначені дослідники наводять поодинокі приклади втілення мемів у культурі, окремо взяті меми, зокрема Інтернет-меми соціальних мереж ще не були предметом ґрунтовного аналізу, чим і зумовлена актуальність нашої розвідки.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є визначити основні типи та функції Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook.

**Виклад основного матеріалу.** Аналізуючи Інтернет-меми в соціальній мережі Twitter та Facebook, ми виявили, що конститутивними ознаками Інтернет-мема можна назвати: невідповідність, надмірність, навмисне спотворення, абсурдна модель мовної картини, установка на мовну гру при виборі лінгвістичних засобів, відображення соціокультурної спільності пресупозицій комунікантів [2, с. 17].

Інтернет-мем є результатом творчої взаємодії користувачів соціальних мереж і відповідно не передбачає закріпленого автора [2, с. 18].

За результатами проведеного дослідження нами виділено дві групи Інтернет-мемів: *креолізовані меми* (зображення + текст) і власне *текстові меми*.

Креолізовані Інтернет-меми мають смислово гомогенну систему, в якій виділяються різні структурні рівні – *вербальний, візуальний і музично-звуковий* і відіграють роль диспенсера мовного матеріалу в соціальній мережі. Саме креолізовані Інтернет-меми в деяких випадках і є платформою для створення впізнаваної фрази,

яка стає згодом текстовим Інтернет-мемом і легко цитується в співтоваристві соціальної мережі з нульовим ступенем креолізації [2, с. 16].

У деякому розумінні Інтернет-меми діють як надмова. Вони не лише дають можливість для змістотворчості, але й дозволяють представляти інформацію в максимально згорнутому вигляді, часто не користуючись навіть вербальними засобами, а посилаючи співбесідникові, наприклад, зображення або мелодійний програш, тим самим надаючи йому можливість самостійного знаходження сенсів і розширюючи комунікативний канал (рис. 1). Мем має на увазі якусь недосказаність, яка забезпечить включення індивідуального досвіду, який заповнює смислові лакуни [3, с. 119].



See More Crazy Pictures & Videos on Owned.com

Рис. 1. Креолізований Інтернет-мем

Текстові меми, в свою чергу, можуть як бути мотивовані креолізованим Інтернет-мемом (текстовий мем «*One does not simply...*» (рис. 2) – «не можна просто так взяти і...»), так і мати вільну етимологію – вільні текстові меми.



Рис. 2. Креолізований Інтернет-мем

В соціальних мережах Twitter та Facebook переважають креолізовані меми. Креолізація надає мему експресивності та несе в собі приховану інформацію. Наприклад, якби мем «*Next time you'll follow me back on Twitter*» був лише текстовим, а не креолізованим, то був би звичайним стверджувальним реченням, незрозумілим в плані смислового наповнення. Зображення (рис. 3) в даному випадку містить прихований підтекст,

дивлячись на яке можна здогадатись про агресивний емоційний стан автора, який є дуже обурений тим, що інший користувач не підписався на його оновлення. Емоційна насиченість мемів – це майже головний чинник їхнього поширення.

Особливі стани свідомості, які понад усе схильні до навіювання (гіпноз, самогіпноз), пов'язані з підвищенням активності правої півкулі мозку, відповідальної за емоції і, відповідно, із гальмуванням діяльності лівої півкулі, що відповідає за критичність і аналіз [1, с. 125].



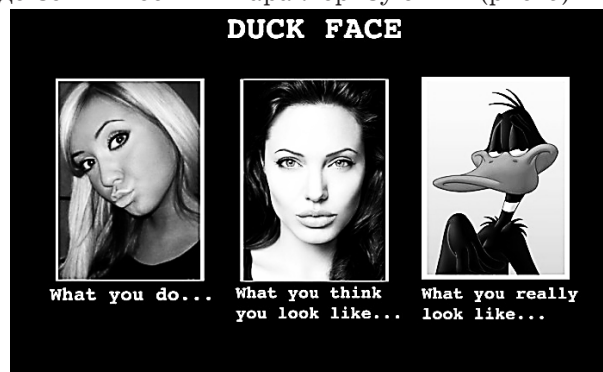
Рис. 3. Креолізований Інтернет-мем

Креолізація часто називає, характеризує мовця або предмет чи особу про яку йдеться, надає мему комічного та навіть іронічного емоційного забарвлення, певної прагматичної маркованості (рис. 4).



Рис. 4. Креолізований Інтернет-мем

Є меми, існування яких неможливе без креолізації, наприклад, ті які виражають відношення до зовнішності чи характеризують її (рис. 5)



As Seen on FunnyPhotoTime.com

Рис. 5. Креолізований Інтернет-мем

Найчастіше мемами-зображеннями стають ті, які ілюструють [4, с. 136]:

- незвичайні емоції та специфічний вираз обличчя зображеної особи, що виражає ставлення автора до ситуації (рис. 6 «*The moment when...*»);
- незвичайні обставини – дивну за формою і загадкову за змістом подію, момент з якої ми і можемо бачити;

· просто знайому ситуацію/героїв з якоїс стрічки чи іншого об'єкту культури мас, історичну картину. Так, наприклад «*Facepalm*» – ляск по лобі, більш широко відоме трактування онлайн-виразу: «лице, закрите однією рукою», жест відомий у багатьох культурах як прояв розчарування, сорому, зневіри, роздратування або збентеження. У Інтернет-обговореннях термін використовується як вираз безнадійності діалогу, а також як відповідь на явну дурницю або помилкову інформацію. Одним з раних прикладів його використання є телевізійний серіал «Зоряний шлях. Наступне покоління», де Жан-Люк Пікар не раз висловлює невіру, використовуючи цей жест (рис. 7 «*Facepalm*»).

**That MOMENT when your friend forgot to log off on Facebook**



Рис. 6. «The moment when...»



Рис. 7. «Facepalm»

Мем, який є, по суті, простим та виразним, відразу привертає увагу. У першу чергу увагу молоді, тобто найчисельнішої і лабільної групи користувачів соціальних мереж, оскільки саме молодь активно випробовує все нове і користується всіма доступними засобами комунікації, у тому числі щоб привернути до себе увагу або лише нагадати про себе. Тому часто меми несуть в собі відбиток молодіжної субкультури з її емоційною насиченістю [2, с. 16]. Така емоційна насиченість створюється у тому числі і деяким неправильним використанням мови, зворотів, трактувань.

Таким чином, можна стверджувати, що чим емоційнішим є мем, тим легше ми його сприймаємо і тим менш критичне маємо до нього ставлення, що у свою чергу приводить до виражених ефектів навіювання [2, с. 18]. Цей факт пояснює нелогічність і нераціональність мемів, які часто не несуть жодної корисної інформації.

З іншого боку, підкреслена провокативність мема є чинником, що додатково стимулює спілкування. Оскільки він є часто порожнім і безформним, то відкриває широкі можливості для індивідуального наповнення його змістами і додаткового витягнення змістів [4, с. 118]. Наприклад, «*Advice Dog*» – собака на різнокольоровому променевому фоні, супроводжується двома часто не пов'язаними між собою написами-порадами (рис. 8). Явище трансформувалося в Інтернет-мем із різними варіаціями. Може мати різноманітні варіанти як фону, так і зображення, і, звісно, тексту.

Ще одним яскравим прикладом є мем, де незмінною залишається фраза: «... and I'm just like», а початок речення створюють за зразком попередніх моделей, один-єдиний зразок копіюється багато разів, наприклад: «*When I see people arguing on a Facebook post, and I'm just like*» (рис. 9); «*Everyone is in relationship, and I'm just like*» (рис. 9); ще один приклад «*like my status*»: «*Keep calm and like my status*»; «*please, like my status*» (рис. 10) і т. д. Креолізація при цьому є

обов'язковою, оскільки слугує завершенням думки автора, є візуалізацією прихованої іронії тощо.



Рис. 8. «Advice Dog»



Рис. 9.

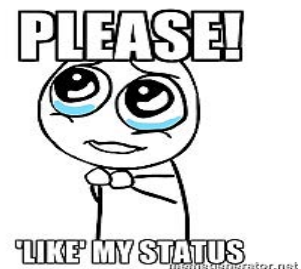


Рис. 10.

При кожній наступній реплікації мем може змінюватися, еволюціонувати, пробуєчи нові контексти та ситуації, наприклад: «*Je suis Charlie*» → «*Je suis Muslim*», «*Je suis ni Charlie ni terroriste*», «*je suis musulman (e)*», «*keep calm and je suis muslim*», «*Je suis Volnovakha*», «*Je suis Mariupol*», «*Je suis Tunisian*», «*Je suis Hypocrite*», «*Je suis Nemtsov*», «*Je suis Paris*», «*Je ne suis pas que Charlie*» і т. д. Іншим прикладом є мем «*Phteven*», який став продукуючою базою для «*phelfie*» та інших мемів.

Облігаторний критерій таких мемів – реалізація функції перемикування «шіфтерів» «свій/чужий» віртуальної мовної особистості і декодованість тільки в межах одного співтовариства – співтовариства соціальних мереж [2, с. 16].

З погляду структурної організації виділено наступні текстові меми з використанням сленгових неологізмів:

- меми-слова (*Phteven*);
- меми-словосполучення (*Facebook activist*);
- фразові (коли мем становить цілу фразу, речення (*Like my status*)).

Звичайно, межі між цими категоріями рухливі; так, мем-словосполучення «*hairstyle selfie*», має синонім «*helfie*».

Меми, що представляють собою окремі слова, можуть бути розглянуті так само, як і сленг. Разом з тим меми – це не зовсім сленг: як і сленг, вони є об'єктами моди і «вірусного» поширення, однак, на відміну від лексичних одиниць сленгу, володіють об'ємнішою семантикою, у тому числі коннотативною, що може бути пов'язано з доступністю довідкової інформації в Інтернеті [2, с. 17]. Будь-який мем має свою історію (наприклад слово «*Riccing*», що підходить від прізвища голлівудської актриси Крістін Річчі, яка започаткувала тренд в Твіттері), яка є не тільки історичною довідкою, а й мотивацією дня збагачення і розуміння його значення. Тобто не кожен

сленговий неологізм соціальних мереж Твіттер та Фейсбук є потенційним мемом. Специфіка медійного опосередкування приводить до збагачення семантики мемів: кожен з них є одиницею гіпертексту, віртуальним посиланням на ситуацію свого створення.

Вельми поширений тип мемів – *меми-словосполучення*. Як і фразові меми, меми-словосполучення відображають тенденцію до карнавалізації спілкування, до мовної гри, властиві для інтернет-опосередкованого спілкування, наприклад мем, утворений за допомогою міжслівного накладання співзвучного слова – *«tweet hearts»*, замість *«sweet hearts»*.

Фразові меми, які складаються із закінченого речення. За стандартною мовною формою Інтернет-мема прихований, як правило, іронічний смисл, пов'язаний з походженням Інтернет-мема або традицією його вживання, наприклад: *«You got the Iphone 5, but you sleep on air mattress»* [6]. Фразові меми потенційно можуть служити поповненням пареміологічного складу мови, і мають різне походження. На відміну від прислів'їв і приказок, що входять до загальнономовного фонду, фразові меми є переважно приналежністю інтернет-сленгу, зрозумілого не кожному, а певному колу обраних, наприклад: *30 repins and 10 likes – totally famous!* [6].

Одними з факторів появи мемів в соціальних мережах є [7]:

– *«hashtags»* (хештеги), наприклад: *«I Wish My Teacher Knew»* – завдання третьокласників, які поширилися після того, як автор поділився дитячими відповідями у Twitter під хештегом #IWishMyTeacherKnew; *«Throwback Thursday»* – тренд розміщення старих (завичай з дитинства), ностальгічних фото в таких соціальних мережах як Twitter, Facebook та Instagram по четвергах під хештегом #ThrowbackThursday або #TBT; *«Je suis Charlie»* [ʒə sʃi ʃaʁli] (Я – Шарлі) – слоган, що став символом засудження нападу на редакцію терористів французького сатиричного журналу «Charlie Hebdo».

– *«challenges»* (дослівно «випробовування»). найвідомішим з яких є *«Ice Bucket Challenge»*, дослівно «випробовування крижаним відром» – це кампанія, спрямована на благодійність, сенс якої полягає в обливанні себе відром крижаної води, і передачі естафети наступному пожертувавши при цьому гроші. Мета – отримати кошти в фонд з вивчення аміотрофічного бічного склерозу. Флешмоб набрав популярність в соціальних мережах у серпні 2014 року, а згодом став мемом, іноді з іронічним підтекстом (рис. 11; 12). Ще од-

ним прикладом є *«The Book Bucket Challenge»*, який з'явився за зразком попереднього, його метою було оприлюднити на сторінках в соціальних мережах 10 улюблених книг або пожертвувати їх нужденним і зробити з ними фото для того, щоб потім поділитися з «друзями» в соціальних мережах. Існує ще з десяток різновидів таких «випробувань», серед яких *«Food challenge»*, *«Banana Sprite challenge»* та інші.



Рис. 11.



Рис. 12.

В ході дослідження було встановлено, що найяскравішою особливістю текстових Інтернет-мемів в соціальних мережах є їх суворо орієнтованість на динамічне і лаконічне коротке висловлення: *«made a Facebook post – got 20 likes»* [6], тобто потяг до редукації (спрощення та скорочення). Іноді меми заставляють реципієнта продовжити ідею, дати своє завершення відкритого фіналу, наприклад, мем-незакінчена фраза: *«what if...»*. Початковий мем може бути доволі складним (як для мема), але у процесі поширення від нього поступово відпадають несуттєві деталі, при цьому смислове навантаження не змінюється. Наприклад: *«ALS Ice Bucket Challenge»* → *«Ice Bucket Challenge»*, де несуттєва частина *«ALS»* редукується.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, можна стверджувати, що меметичність є однією з основних рис культури віртуальних соціальних мереж. За результатами проведеного дослідження нами виділено дві групи Інтернет-мемів соціальних мереж Twitter та Facebook: креолізовані меми і текстові меми. З погляду структурної організації виділено наступні текстові меми: меми-слова, меми-словосполучення, фразові меми. Проведений аналіз лексичних одиниць-мемів підтверджує важливий статус Інтернет-мема одночасно як сховища культурних знаків і як інтелектуального продукту колективної творчості Інтернет-спільноти, що містить вербальну частину (текст) і паралінгвістичну (зображення) і спільно продукує ідею он-лайн спільноти. Перспективним, на нашу думку, є дослідження політичних Інтернет-мемів.

## Список літератури:

1. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броуди. – М., 2007. – 304 с.
2. Марченко Н. Г. Социальная сеть «Вконтакте»: лингвопрагматический аспект: автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка» / Н. Г. Марченко. – Ростов-на-Дону, 2013. – 20 с.
3. Менегети А. Онтопсихология и меметика / А. Менегети. – ННБФ «Онтопсихология», 2002. – 176 с.
4. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание / Д. Рашкофф; пер. с англ. Д. Борисова. – М.: УльтраКультура, 2003. – 368 с.
5. Dawkins R. The Selfish Gene / Richard Dawkins. – Oxford University Press, 2006. – 384 p.
6. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.urbandictionary.com/>
7. Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Internet\\_memes](https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Internet_memes)

**Дзюбина О.И.**

Львовский национальный университет имени Ивана Франко

## **КЛАССИФИКАЦИЯ, СТРУКТУРА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ TWITTER И FACEBOOK**

### **Аннотация**

Статья посвящена проблеме классификации и функционирования Интернет-мемов как единиц информации в сознании пользователей социальных сетей Twitter и Facebook. Особое внимание уделено анализу структурной организации мемов. Выделены их характерные особенности и функции. Определены основные типы Интернет-мемов. Рассмотрены факторы их появления в социальных сетях.

**Ключевые слова:** мем, социальные сети, Интернет, фраза, сленг, визуализация, коммуникация.

**Dziubina O.I.**

Ivan Franko National University of Lviv

## **THE CLASSIFICATION, STRUCTURE AND FUNCTIONING OF INTERNET MEMES ON TWITTER AND FACEBOOK SOCIAL NETWORKING SITES**

### **Summary**

The article deals with the problem of classification and functioning of the Internet memes as the informational units in the minds of Twitter and Facebook social networking sites users. Particular attention is paid to the analysis of their structural organization. The characteristic features and functions are highlighted. The main types of Internet memes are detected. The factors of their emergence on the social networking sites are looked into.

**Keywords:** meme, social networking site, Internet, phrase, slang, visualization, communication.