

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МЕМА В КОНТЕКСТЕ СМИ

Белякова А.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

[adam.evrits@mail.ru](mailto:adam.evrits@mail.ru)

Актуальность исследования связана с предметным изучением тенденции влияния интернет-мемов в электронных СМИ на восприятие новостного контента.

Термин и концепцию мема предложил эволюционный биолог Ричард Докинз в 1976 году в книге «Эгоистичный ген». По мнению Докинза, подобно генам, мемы - это репликаторы, то есть объекты, которые для размножения копируют сами себя. Мемы могут размножаться по воле или помимо воли своего носителя. Для мемов выживание зависит от наличия, по крайней мере, одного носителя, а успешность воспроизводства зависит от окружающей культурной среды и от наличия такого носителя, который намеренно пытается распространять мем. Информационное содержание конкретного мема также влияет на ту вероятность, с которой он будет скопирован. Мемы могут видоизменяться, комбинироваться и разделяться, чтобы формировать новые мемы. Они участвуют в борьбе друг с другом за ресурсы (умы людей-носителей), и, в результате, подвергаются естественному отбору [Докинз 1993: 318].

Мем - (англ. meme) - единица культурной информации.

Идея мемов рассматривается в книге Дугласа Рашкоффа «Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание». Мемы рассматриваются в связи с их способностью распространяться по каналам массовой информации и Интернету, вызывая социально значимые последствия (например: влиять на выборы политиков, изменять общественные убеждения, воздействовать на детскую аудиторию, и прочее).

Мы можем наблюдать, что действительно, мемы – неотъемлемая часть современной жизни. Они стали основой коммуникации между людьми. И если эта коммуникация успешна, то мем становится народным, узнаваемым. Таким образом, его частое использование создаёт всеобщее понимание и отклик.

В данной работе рассматривается три варианта взаимодействия мемов и СМИ: использование мемов в официальных СМИ; мем как реакция на новость; мем как графическое дополнение к новости.

### **Использование мемов в официальных СМИ**

Мемы работают на восприятие и, подобно генам, борются за выживание в памяти человека, чтобы их вновь передали «дальше» (другим людям) [Докинз 1993]. С такой позиции реализация мемов средствами массовой информации очень выгодна.

Чаще всего мемы в официальных СМИ можно увидеть в качестве «героев» сюжетов или статей. Например, на официальном сайте телеканала «Дождь» была выпущена статья «Судьба 15 старомодных мемов», где, очевидно, рассказывалось о давно забытых мемах, об их происхождении и их дальнейшей участи.

Таким образом, «Дождь» подогревали интерес к проблеме при помощи узнаваемых среди пользователей Интернета фотографий в комбинации с узнаваемыми «пасхалками».

Интернет-издание «Meduza» также использовало мемы, как популярный объект, о котором стоит рассказать. В отличие от «Дождя», редакция «Медузы» создала мини-игру «Рил ток или эщкере. Знаете ли вы главные мемы 2017 года?», в которой был дан набор мемов, а читателям предстояло ответить на вопросы о происхождении этих мемов и об их значении.

### **Мем как реакция на новость**

Рассмотрим мемы с изображением Дженнифер Псаки, официального представителя Государственного департамента США, получившие популярность в интернет-пространстве с вербальным текстом типа: «Я обязательно уточню (эту информацию в офисе)», «Так говорят», «Эти фотографии обошли все мировые СМИ», «Я с радостью разберусь с этим

вопросом» и т. д. Отметим, что в сети Интернет имя Псаки стало нарицательным и используется в значении ‘ерунда’, ‘бред’, на что повлияло широкое хождение фразы ‘No psaking’ на фоне ее фотографии в красном круге (русский перевод: ‘Хватит нести чушь’). Как правило, мемы подобного рода деактуализируются вместе с утратой популярности объекта их внимания. В частности, можно отметить, что ажиотаж, который возник вокруг фигуры Псаки в связи с освещением событий, относящихся к Украине и России, в настоящее время пошел на спад в сравнении с пиком в июле-августе 2014 года. Судя по всему, тема некомпетентности сотрудников Госдепа пользователям наскучила, следовательно, данный мем в скором времени отправится в своеобразный архив.

Интернет, будучи самым популярным медиаканалом, значимость которого неизменно растет (поскольку знакомство с ним и погружение в его информационную среду начинается чуть ли не с раннего детства), помимо информативной, выполняет также рекреативную функцию. В связи с этим весьма актуальным становится использование в новостной ленте изображений, имеющих эмоционально-экспрессивный характер. Чем эпатажнее картинка, тем больший интерес она может вызывать у пользователей, при этом самые популярные изображения могут в дальнейшем перейти из ранга недолговечных в ранг «долгоживущих», многократно репродуцируемых мемов. У читателей закрепляется определенная реакция на тот или иной визуальный образ и возникает вполне закономерное желание просмотреть сообщение на предмет подтверждения своих ощущений, ожиданий. [Голованова, Часовский, 2015]. Так, например, практически все значимые события, происходившие и происходящие до сих пор на Украине, оперативно осмысляются в Интернете посредством размещения фотографий (с текстом или без него) либо в виде мемов, предлагающих субъективную трактовку событий.

#### **Мем как графическое дополнение к новости**

Также более серьезная новость о том, что Владимир Путин поручил создать новый атлас мира, который бы не искажал «географическую правду» не был обделен забавной картинкой, с уже готовой «мемовой подложкой» [URL: <https://vk.com/oldlentach>]. Дело в том, что после ссылки на «Медузу» следует изображение популярного мема Мальчик у доски (Тут). Это картинка со школьником у доски, который прикладывает руку к сердцу и говорит «Тут». Используется для обозначения самых важных вещей для человека.

История происхождения такова: в октябре 2014 года в Украине появилась социальная реклама под названием «Де Україна?» В ролике на уроке географии учительница вызвала мальчика к доске и спрашивала, где находятся разные страны. Когда школьнику задали вопрос «Где находится Украина?» - он положил руку на сердце и ответил: «Тут». Видео, изначально опубликованное на YouTube-канале MrBeshan, появилось в соцсетях президента страны Петра Порошенко и стало вирусным, а картинка с мальчиком и словом «Тут» превратилась в мем. Картинку с мальчиком у доски и словом «Тут» изначально использовали для обозначения патриотических чувств. Однако значение этого мема гораздо шире - рука на сердце школьника может указывать на любые вещи, которые любит человек. [URL: <https://memepedia.ru>].

И опять вместо привычного лица знакомого мальчика – улыбающееся лицо Путина, что усиливает комический эффект и привлекает внимание.

Было бы неверным полагать, что взаимодействие графических мемов и СМИ должно стать обязательным в подаче информации, ведь многие серьезные и скорбные события не могут закрепляться за забавной картинкой. Однако, с помощью визуализации компенсируются недостатки опосредованного контента, а через взаимодействие визуального и вербального компонентов текста формируются разнообразные смыслы, значимые для участников коммуникации.

#### **Список литературы**

Голованова Е.И., Часовский Н.В. Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // Вестник Челябинского государственного университета, 2015. № 5 (360). Филология. Искусствоведение. Вып. 94. С. 135–141.

*Докинз Р.* Эгоистичный ген. М.: Мир, 1993. 318 с.

Информационно-развлекательное интернет-издание Memepedia URL: <https://memepedia.ru/>  
(Дата обращения 12.04.2018)

Новостной паблик во «Вконтакте» Лентач. 2018. URL: <https://vk.com/oldlentach> (Дата обращения 12.04.18).