

УДК 130.2; 165.19

DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-14-21

ИНТЕРНЕТ-МЕМ КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ РЕАЛЬНОСТИ: МЕЖДУ АНТИУТОПИЕЙ И МИФОМ

Артамонов Денис Сергеевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры философии и методологии науки. Саратовский национальный исследовательский государственный университет. 410028, Российская Федерация, г. Саратов, ул. Вольская, 10а, корп. 12, ком. 114;
e-mail: artamonovds@mail.ru

Статья посвящена рассмотрению феномена интернет-мема в контексте мифологизации представлений о реальности. Автор фокусируется на интернет-мемах антиутопического содержания и делает вывод, что антиутопия в них является одним из объектов репрезентации окружающей человека действительности. Интернет-мем рассматривается как коммуникационный феномен цифровой культуры, имеющий сложносоставную структуру и отражающий взгляды интернет-пользователей на повестку дня, их мировоззрение, социальную и политическую систему общества. В статье разграничивается понимание мема, восходящее к идеям эволюционной биологии и теории разума, разрабатывавшееся в рамках так называемого меметического подхода, и его определение как медиамема и интернет-мема. Оставаясь на позициях медийного и коммуникационного толкования интернет-мема, автор прослеживает связь между метафорой и мифом, представленной в нем. Метафоричность интернет-мема объясняет его мифологическую природу. Метафорические конструкции служат способом кодирования мифов в интернет-мемах, в результате чего они мифологизируют содержащееся в них сообщение. Включение в интернет-мемы антиутопических образов массовой культуры неизбежно приводит к их мифологизации. Тема антиутопий возникает в интернет-мемах как реакция на негативные стороны повседневной реальности, либо как выражение отношения пользователей к жанру в целом или конкретным произведениям, что свидетельствует о популярности антиутопических образов среди пользователей. Через них интернет-пользователи выражают свое критическое отношение к действительности в коммуникационных сообщениях визуально-текстового цифрового формата.

Ключевые слова: интернет-мем, антиутопия, миф, метафора, цифровая культура, просьюмеризм, репрезентация реальности

Цитирование: Артамонов Д.С. Интернет-мем как способ репрезентации реальности: между антиутопией и мифом // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2022. Т. 5. № 1. С. 14-21. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-14-21

INTERNET MEME AS A WAY OF REPRESENTING REALITY: BETWEEN DYSTOPIA AND MYTH

Denis S. Artamonov – PhD in History, associate professor, Department of Philosophy and Methodology of Science. Saratov State University. Room 114, Build. 12, 10a Volskaya St., Saratov, 410028, Russian Federation;
e-mail: artamonovds@mail.ru

The article considers the phenomenon of Internet memes in the context of the mythologization of ideas about reality. The author focuses on Internet memes of dystopian content and speaks about dystopia as an object representing the reality surrounding a person. He considers the Internet meme as a communication phenomenon of digital culture. The Internet meme has a complex structure and reflects the views of Internet users on the agenda, their worldview, social and political system of society. In the article, the author contrasts the understanding of the meme within the framework of evolutionary biology and the theory of mind, which was developed within the framework of the so-called memetic approach, with the definition of a meme as a media meme and an Internet meme. The author supports the theory of media and communication interpretation of the Internet meme, and traces the connection between the metaphor and the myth presented in it. The metaphorical nature of the Internet meme explains its mythological nature. Metaphorical constructions serve as a way to encode myths in Internet memes, as a result of which they mythologize the message contained in them. The inclusion of dystopian images of mass culture in Internet memes inevitably leads to their mythologization. The theme of dystopias appears in Internet memes as a reaction to the negative aspects of everyday reality, or as an expression of users' attitude to the genre as a whole or specific works, which indicates the popularity of dystopian images among users. Through them, Internet users express their critical attitude to reality in visual-text digital format communication messages.

Keywords: Internet meme, dystopia, myth, metaphor, digital culture, prosumerism, representation of reality

For References: Artamonov, Denis. 2022. Internet meme as a way of representing reality: between dystopia and myth, *The Digital Scholar: Philosopher's Lab*, 5 (1): 14-21. DOI: 10.32326/2618-9267-2022-5-1-14-21 (In Russian)

Цифровизация массовой культуры находит свое воплощение в различных феноменах, одним из которых, безусловно, является интернет-мем. Выступая инструментом коммуникации, он способен нести в себе любое содержание, а благодаря эмоциональной составляющей, гибкой структуре, способной модифицироваться в бесконечных вариациях, и вирусной природе, позволяющей транслировать смыслы на аудитории различного масштаба и фор-

мата, может добиваться восприятия ключевых сообщений с высокой степенью эффективности. Интернет-мемы дают возможность пользователям Сети почти мгновенно откликаться на события повестки дня, которую сегодня задают не только средства массовой информации, но и социальные медиа, то есть сами же потребители информации. Пользователи создают интернет-мемы для своего же собственного потребления, что характеризуется термином просьюмеризм, а следовательно, они с их помощью могут выражать любые идеи, представления, репрезентации действительности и своего эмоционального состояния. Тем самым ничто не мешает создавать интернет-мемы утопического и антиутопического содержания, если произведения этого жанра попадают в повестку дня или поле зрения просьюмера, изготавливающего новый информационный продукт на основе различных элементов текстового, визуального или аудиального сообщения.

Антиутопии, находясь в культурном пространстве, несомненно, становятся объектом мем-творчества либо выступают их содержательной и смысловой основой. В пример можно привести интернет-мем «Антиутопия: ожидание/реальность», где под ожиданием подразумеваются известные антиутопические художественные произведения «1984» Дж. Оруэлла, «О дивный новый мир» О. Хаксли, «Мы» Е. Замятина, «Человек-невидимка» и «Машина времени» Г. Уэллса, «451⁰ по Фаренгейту» Р. Брэдбери, а под реальностью, соответственно, сама Реальность. Также интересна разновидность этого интернет-мема «Твоя антиутопия/моя антиутопия», где «твоя» — те же книги, а «моя» — аниме. Роман «1984» Дж. Оруэлла является образцом антиутопии и модной книгой, предсказавшей некоторые реалии современности, поэтому не удивительно, что по его мотивам был создан и получил широкое распространение интернет-мем, изображающий Джорджа Оруэлла, который как бы обращается к нам из прошлого: «Я писал 1984 как предостережение, а не как инструкцию». Эти мемы, так же как и приведенные в статье А. А. Дыдрова, представляют собой визуально-текстовое произведение интернет-творчества, выражающее репрезентацию опыта знакомства с жанром антиутопии, который пользователи экстраполируют на современную им действительность. В данном случае интернет-мемы вряд ли являются чем-то большим, кроме разновидности коммуникационного сообщения.

Происхождение термина мем, как правило, связывают с Ричардом Докинзом и его книгой «Эгоистичный ген», однако сам исследователь относился к развитию осмысления данного феномена в том виде, который оно приобрело, скептически. Он полагал, что сегодняшнее понимание мема далеко отошло от оригинальной идеи. В его версии «культурный ген» изменялся случайным образом, а его распространение описывалось в соответствии с правилами естественного отбора в понимании Ч. Дарвина; интернет-мемы

же создаются намеренно в результате целенаправленного массового творчества [Gambarato, Komesu, 2018, p. 88; Шомова, 2019, с. 254]. Действительно, С. Блэкмор, Д.Ж. Уилкинс, Ф. Хейлинген, Д. Деннет, Р. Броуди, Д. Рашкофф и др., являющиеся последователями Р. Докинза, рассматривая мем в контексте эволюционной биологии и теории разума, определяли его как единицу культурной информации, под которой понимали любые конструкции мышления (идеи, символы, знаки, модели поведения), обуславливающие массовое сознание. В их понимании мем характеризовала его вирусная природа и неконтролируемое воспроизводство, позволяющие ему распространяться в умах людей [Виловатых, 2018, с. 142–145].

С 2010-х гг. стало распространяться иное понимание мема, его все чаще стали позиционировать как феномен социальных медиа и цифровой культуры, рассматривая в качестве медиамема или интернет-мема. В новой трактовке мема от его прежнего понимания осталась характеристика вирусности, которая позволяет ему распространяться по социальным сетям в процессе цифровой коммуникации. На первый план в определении интернет-мема вышли его юмористическая и визуальная основа [Davison, 2012], цифровая природа и способность к бесконечным трансформациям на основе изменения составных элементов [Shifman, 2014, p. 41]. Он рассматривался как коммуникационный инструмент, предназначенный для публичных комментариев в социальных сетях [Milner, 2013, p. 2359], артефакт цифровой культуры участия [Wiggins, Bowers, 2014] и средство репрезентации отношения интернет-пользователей к повестке дня и выражения политических взглядов и социальных ценностей [Bayerl, Stoynov, 2016]. Чаще всего в определении интернет-мема как элемента цифровой культуры подчеркивается его визуальная составляющая, сочетание изображения и текста, позволяющие кодировать сообщения так, чтобы они были понятны максимальному количеству коммуникантов [Johann, Bülov, 2019, p. 1723]. Интернет-мемы представляют собой мультимодальные цифровые объекты, способные выражать личностное отношение к реальности и событиям повестки дня, конструирующиеся пользователями из элементов различных сообщений, содержащих образы массовой культуры. Неожиданные сочетания несоответствующих друг другу частей коммуникационных цифровых сообщений, соединение визуального образа и текста вызывают комический эффект, который способствует массовому распространению информации и позволяет добиваться ее восприятия [Yus, 2021]. В таком понимании интернет-мем можно рассматривать как коммуникационный феномен, ставший важной частью цифровой культуры, используемый для выражения пользователями своих взглядов на мир и репрезентации интерпретаций получаемой информации.

Исследовательница интернет-мемов А. Пиата проследила в них связь между метафорой и юмором. Интернет-мемы выражают представления пользователей о реальности метафорически и порождают то, что она назвала «переработанными юмористическими метафорами». Они не обязательно изначально являлись смешными, но становятся таковыми в результате творческой переработки метафоры путем сочетания вербальной и визуальной модальности интернет-мема [Piata, 2016, p. 54]. Юмористические интернет-мемы перестраивают метафорическую концептуализацию в целях репрезентации представлений о действительности, таким образом, что метафора становится шуткой, которая использует ее образный потенциал, чтобы сделать сообщение узнаваемым, понятным, а юмор способствует восприятию и распространению информации. При метафорической интерпретации окружающей человека действительности выявляются внутренние категориальные значения и субъективно-семантический контекст ассоциативно-образной символической связи между несколькими элементами, соединенными в интернет-меме. Как показал Ю. М. Лотман, метафора является «естественным переводом» мифа «в привычные формы нашего сознания» [Лотман, 2010, с. 535]. Метафора становится способом мышления, а также механизмом познания и трансляции специфики мировидения и мировосприятия. В этом смысле ее часто называют свернутым мифом, который позволяет соизмерять познаваемое новое с выработанными исторически определенными эталонами и культурными стереотипам [Стоянова, 2008, с. 34]. По мнению Ф. Р. Анкерсмита, метафора призвана превращать незнакомую действительность в узнаваемую, предоставляя возможность воспринимать менее известные феномены через более знакомые понятия и образы [Анкерсмит, 2003, с. 85]. В то же время метафора упрощает реальность, адаптируя ее под мировоззренческие установки индивидов и социально-политические цели общества, то есть превращает представления о ней в миф.

Интернет-мемы содержат в себе мифоэлементы, с помощью которых они производят интерпретацию реальности, используя юмор в качестве инструмента коммуникации. Однако это вовсе не значит, что они, как полагает А. А. Дыдров, принципиально не способны передавать «подлинно трагическое в антиутопии». Как известно, одним из видов интернет-мемов являются демотиваторы, которые через черный юмор, иронию и сарказм способны продемонстрировать негативное восприятие действительности. Кроме того, в большом количестве интернет-мемов можно встретить критический анализ современных событий, неприятие отрицательных сторон социальной системы и иронизирование над человеческими отношениями. Строго говоря, сам акт создания интернет-мема представляет собой бунт против реальности, в нем действительность мифологизируется и подстраивается под мировоззрение

обывателя. В пример можно привести все интернет-мемы, строящиеся на противопоставлении «ожидания» и «реальности», где под ожиданием подразумевается нечто идеальное, а реальность изображена в отрицательных коннотациях. Концепт ожидания в данных мемах, как правило, утопического свойства, так же как и в мемах «Привет потомки! Как вы там? с Юрием Гагариным, который задает вопрос с надеждой на ответ о достижениях человечества, а получает неприглядную картину современности (первый космонавт спрашивает, высадились ли люди на Марс, а ему показывают деградацию общества и глупые поступки людей).

Интернет-мемы способны отражать утопическое и антиутопическое так же, как и любой другой объект действительности, будь то событие повседневности или литературный жанр. Он представляет собой коммуникационный феномен цифровой культуры, который служит не только для общения пользователей социальных сетей, но и способом репрезентации их представлений о реальности. Проблема в том, что интернет-мем, используя метафорические конструкции, эту реальность мифологизирует. Утопия и антиутопии прочно вошли в социальную мифологию массового общества, являясь надежным поставщиком культурных образов, определяющих общественное сознание современности. Интернет-мемы эксплуатируют эти образы, смешивая их, соединяя и превращая в единый информационный продукт. Утопия, антиутопия и миф могут успешно сочетаться в них в разных комбинациях, и зачастую между ними сложно провести границы.

Информация об источниках финансирования исследования

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00297 «Мифологизация времени в современной медийной среде: риски трансформации, стратегии конструирования, дискурсивные практики».

Funding

The reported study was funded by RFBR according to the research project № 20-011-00297 «Time mythologization in the modern media environment: the risks of transformation, construction strategies, discursive practices».

Информация о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Declaration of Conflicting Interests

The author declared no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Список литературы

Анкерсмит, 2003 – Анкерсмит Ф. Р. История и тропология: взлет и падение метафоры. Москва: Прогресс-Традиция, 2003. 489 с.

Виловатых, 2018 – Виловатых А. В. Меметика как инструмент современного информационного противоборства // Проблемы национальной стратегии. 2018. № 5(50). С. 141-154.

Лотман, 2010 – Лотман Ю. М. Семиосфера. Санкт-Петербург: Искусство-СПб. 2010. 704 с.

Стоянова, 2008 – Стоянова Е. От ритуала и мифа к метафоре // Вестник РУДН, серия Русский и иностранный языки и методика их преподавания. 2008. № 4. С. 27–36.

Шомова, 2019 – Шомова С. А. «Война мемов»: новые повороты информационного противостояния // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2019. № 5. С. 250–269. doi: 0.14515/monitoring.2019.5.12

Bayerl, Stoynov, 2016 – Bayerl P., Stoynov L. Revenge by photoshop: Memefying police acts in the public dialogue about injustice // New Media & Society. 2016. Vol. 18. No. 6. P. 1006–1026. doi:10.1177/1461444814554747

Davison, 2012 – Davison P. The language of Internet memes // The Social Media Reader / ed. by. M. Mandiberg. N. Y.; L.: New York University Press, 2012. P. 120–134.

Gambarato, Komesu, 2018 – Gambarato R., Komesu F. What are you laughing at? Former Brazilian president Dilma Rousseff's Internet memes across spreadable media contexts // Journal of Creative Communications. 2018. Vol. 13. No. 2. P. 85–103. doi:10.1177/0973258618761405

Johann, Bülov, 2019 – Johann M., Bülov L. One does not simply create a meme: Conditions for the diffusion of Internet memes // International Journal of Communication. 2019. Vol. 13. P. 1720–1742.

Milner, 2013 – Milner R. M. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement // International Journal of Communication. 2013. No. 7. P. 2357–2390

Piata, 2016 – Piata A. When metaphor becomes a joke: Metaphor journeys from political ads to internet memes // Journal of Pragmatics. 2016. Vol. 106. P. 39–56. <https://doi:10.1016/j.pragma.2016.10.003>

Shifman, 2014 – Shifman L. Memes in Digital Culture. Massachusetts: MIT Press, 2014. 200 p.

Wiggins, Bowers, 2014 – Wiggins B. E., Bowers B. G. Memes as genre: a structural analysis of the memescape // New Media & Society. 2014. Vol. 17. No. 11. P. 1886–1906. Doi:10.1177/1461444814535194

Yus, 2021 – Yus F. Incongruity-resolution humorous strategies in image macro memes // Internet Pragmatics. 2021. Vol. 4. No. 1. P. 131–149. doi: 10.1075/ip.00058.yus

References

- Ankersmit, F.R. *Istoriya i tropologiya: vzlet i padenie metafory* [History and Tropology: The Rise and Fall of Metaphor] / transl. from Engl. Moscow: Progress-Tradition Publ., 2003. (In Russian)
- Bayerl, P., Stoykov, L. "Revenge by photoshop: Memefying police acts in the public dialogue about injustice", *New Media & Society*, 2016, vol. 18, no. 6, pp. 1006–1026.
- Davison, P. "The language of Internet memes", in: M. Mandiberg (ed.), *The Social Media Reader*. New York; London: New York University Press, 2012, pp. 120–134.
- Gambarato, R., Komesu, F. "What are you laughing at? Former Brazilian president Dilma Rousseff's Internet memes across spreadable media contexts", *Journal of Creative Communications*, 2018, vol. 13, no. 2, pp. 85–103.
- Johann, M., Bülov, L. "One does not simply create a meme: Conditions for the diffusion of Internet memes", *International Journal of Communication*, 2019, vol. 13, pp. 1720–1742.
- Lotman, Yu.M. *Semiosfera* [The Semiosphere]. Saint Petersburg: Art-St. Petersburg Publ., 2010. (In Russian)
- Milner, R.M. "Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street Movement", *International Journal of Communication*, 2013, no. 7, pp. 2357–2390.
- Piata, A. "When metaphor becomes a joke: Metaphor journeys from political ads to internet memes", *Journal of Pragmatics*, 2016, vol. 106, pp. 39–56.
- Shifman, L. *Memes in Digital Culture*. Massachusetts: MIT Press, 2014.
- Shomova, S.A. "'Voyna memov': novye povoroty informatsionnogo protivostoyaniya" [The war of memes: new turns in information confrontation], *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2019, no. 5, pp. 250–269. (In Russian)
- Stoyanova, E. "Ot rituala i mifa k metafore" [From ritual and myth to metaphor], *Bulletin of the RUDN, a series of Russian and foreign languages and methods of their teaching*, 2008, no. 4, pp. 27–36. (In Russian)
- Vilovatykh A.V. "Memetika kak instrument sovremennogo informatsionnogo protivoborstva" [Memetics as a tool of modern informational confrontation], *Problems of national strategy*, 2018., no. 5(50), pp. 141–154. (In Russian)
- Wiggins, B.E., Bowers, B.G. "Memes as genre: a structural analysis of the memescape", *New Media & Society*, 2014, vol. 17, no. 11, pp. 1886–1906.
- Yus, F. "Incongruity-resolution humorous strategies in image macro memes", *Internet Pragmatics*, 2021, vol. 4, no. 1, pp. 131–149.

Поступила в редакцию: 05.03.2022