

ВІЗУАЛЬНА РИТОРИКА ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

Храбан Т.Є.

Військовий інститут телекомунікацій та інформатизації

У статті окреслено психологічні механізми впливу візуальних компонентів інтернет-мемів на адресата. На прикладах використання техніки якоріння в інтернет-мемах українського сектору соціальних мереж доведено, що загальне розуміння символів створює єдиний культурно-символічний простір окремо взятої інтернет-спільноти.

Ключові слова: візуальний компонент, інтернет-меми, культурно-символічний простір, техніка якоріння.

Постановка проблеми. У сучасній цифровий вік змінюються засоби і канали комунікації. Новітні технології запроваджують такі ключові особливості спілкування, як мережі, об'єднання в спільноті, самоорганізацію, аматорську культуру та навіть вірусність. Величезна кількість соціальних платформ сприяє поширенню безпрецедентних засобів, що використовуються людьми для вираження думок та ідей, одним із котрих є інтернет-мем. Інтернет-меми стали домінуючою формою власної творчості інтернафтів (англ. internaut), а їх кількість і популярність можуть створити враження, що майже всі користувачі беруть участь у створенні цих повідомлень. Еволюція комп'ютерних технологій зробила такі операції відносно простими навіть для непрофесіоналів, а створений таким чином контент може бути вільно розповсюджений серед аудиторії завдяки своєрідним комунікаційним властивостям інтернету [1]. Крім того, меми ілюструють сучасні перетворення в традиційних засобах масової інформації, коли стирається чіткий розподіл між авторами, відправниками та одержувачами: використовуючи різноманітний зміст, який професійно підготований журналістами, адресати засобів масової інформації самі стають творцями та відправниками таких повідомлень, як інтернет-мем. Інтерпретуючи повідомлення відправників та визначаючи їх наміри, перетворюючи існуючий і створюючи новий контент, інтернафти активно беруть участь у культурі, яка їх оточує, а інтернет-меми відображають різні настрої у суспільстві та коментують важливі для цього суспільства проблеми. Отже, на думку М. Juza, автори інтернет-мемів «взяли на себе роль творців та коментаторів публічного дискурсу, роль якої була відведена в засобах масової інформації для символічних еліт, до яких входять журналісти, художники, вчені, інтелігенти, політики та експерти. В епоху інтернету всім дозволяється брати участь у публічному дискурсі, незалежно від її соціальних ролей і формальної компетенції» [2]. Функціонуючи як дискурс [3], інтернет-меми набувають значні соціальні функції: «вони складають культурну базу, яка маркує суб'єкта як частину спільноти, та форму культурного капіталу, яка необхідна для затвердження законного голосу... Єдиний меметичний «вислів» сам по собі спрямований на затвердження і піднесення індивідуальної ідентичності або само-рефлексії, але факт його створення всередині спільноти робить будь-яку подібну спробу залежною від колективної ідентичності та її цінностей, адже для не учасника спільноти інтернет-мем може не мати жодного сенсу взагалі» [4, с. 496-497]. Незважаючи на те, що інтернет-мем досі головним чином розуміється як «частина культури, як правило, жарт, який отримує вплив через онлайн-трансляцію» [5], все

більша кількість досліджень вказує на те, що меми можуть на практиці служити для задоволення глибших потреб, ніж простий сміх [3]: «Створення та поширення інтернет-мемів є корисним інструментом для користувачів інтернету формувати та декларувати свою ідентичність як особистості, так і як частини спільноти, та брати участь у дискурсі, що пов'язаний з подіями в засобах масової інформації» [6, с. 21]. Ці особливості інтернет-мемів викликають зацікавленість у фахівців в таких наукових областях як комунікація, гуманітарні і соціальні науки, відкриваючи шлях для нового виду дослідження в області інформаційних і медіа-контентів та подальшого розвитку концепції інтернет-мемів для створення комплексного визначення з урахуванням ракурсів розповсюдження, швидкості, складності, самостійності, довговічності, способів зміни та інших.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Вивчення інтернет-мемів відбувалося на перетині провідних напрямів сучасної науки – культурології, дискурсології, інтернет-лінгвістики, когнітивістики, психології, соціології, що зумовило звернення до наукових праць В. Воротинського, М. Громова, С. Канашиної, Ю. Щуріної, К. Anderson, С. Bauckhage, J. Berger, J. Blair, A. Chesterman, P. Davison, R. Dawkins, R. Finkelstein, R. Guadagno, D. Johnson, K. Milkman, S. Murphy, B. Okdie, D. Rempala, С. Bauckhage, J. Berger, A. Chesterman, P. Davison, R. Dawkins, R. Finkelstein, R. Guadagno, D. Johnson, K. Milkman, S. Murphy, B. Okdie, D. Rempala та інших.

Мета статті – дослідити візуальну складову інтернет-мемів як маркера ціннісних пріоритетів інтернафтів. Ця мета конкретизується в таких завданнях: 1) схарактеризувати психологічні механізми впливу візуальних компонентів інтернет-мемів на адресата; 2) розглянути приклади використання техніки якоріння в інтернет-мемах українського сектору соціальних мереж; 3) довести, що активізація процесу якоріння пов'язана з ціннісними пріоритетами інтернафтів.

Матеріалом статті послужили інтернет-меми, які розміщені в українському секторі соціальних мереж.

Виклад основного матеріалу. «З'явившись разом з формуванням специфічного людського світосприйняття» [7, с. 7], візуальність володіє своєю внутрішньою семантичною структурою та викликає менший опір у людей і потенційно більш переконлива, ніж вербальні форми репрезентації. Досягнення автором мему поставленої ним комунікативної мети відбувається через образи завдяки експлуатації розгалужених усвідомлюваних і неусвідомлюваних асоціативних зв'язків як для створення необхідного психологічного стану адресата,

так і для спонукання його до активності в потрібному напрямку. На думку В. Шейнова, найбільший ефект досягається в тому випадку, коли інтернет-мем, «граючи на «струнах душі», добирається до архетипів колективного несвідомого і активізує їх... При цьому відключається і логічне мислення, і здоровий глузд, що особливо красномовно проявляється в підбуренні людей у натовпі, розпалюванні етнічних чи расових конфліктів» [8, с. 134].

Відповідність сенсу, який був спочатку закладений автором в інтернет-мем, розумінню його адресатом повідомлення, відбувається завдяки використанню техніки якоріння, механізм дії якої базується на «прив'язці станів людини до деяких шаблонів поведінки або входів сприйняття для подальшого відтворення і використання» [8, с. 267], активізації процесу, під час якого «будь-який стимул виявляється пов'язаним з деякою реакцією і запускає її» [8, с. 267]. У ролі «якоря» виступає те, що адресат бачить на зображенні (чись обличчя, символіку, події тощо). Зазвичай «якоря» спрацьовують автоматично, тому емоційний стан людини змінюється позитивно або негативно без можливості його регулювання з боку адресату. Наведемо приклади «якорів», які найчастіше використовуються в інтернет-мемах та дають можливість зрозуміти ціннісні пріоритети учасників інтернет-спільнот українського сектору соціальних мереж. Виключно позитивні реакції викликають образи домашніх тварин, серед яких на першому місці знаходяться кішки (рис. 1).

В українській культурі кішка асоціюється з домашнім затишком. Кішка – індивідуалістка, істота незалежна, але віддана своєму дому. Ці якості тварини цілком корелюються з «індивідуалізмом та любов'ю до домівки й землі, що складають саме коріння українського темпераменту» [9, с. 65]. «Кошача» тематика інтернет-мемів свідчить також про сентиментальність як національну особливість українського характеру. З особливою любов'ю та повагою до кішок ставляться бійці АТО, які навіть присвячують їм вірші: *За пазухою сіре кошеня зігріло вкотре серце після бою; не маючи ні роду, ні звання, воно було солдатом і героєм. За латами дешевої броні опалені розпушувало вуса. З тривогою див-*

лось на вогні пекельного на Сході землетрусу. Таке патріотичне і смішне з душі збивало скрутності оскому, здавалося теплішим за шинель, коли мурчало пісню коліскову. Торкалось рожевим язиком до ран, що запалилися від гною, і пахло дивовижно молоком, домівкою, дитинством та війною. І байдуже, де Захід, чи де Схід; воно загралось гільзами з патронів: маленьке і беззахисне, як світ, дитя війни сучасних батальйонів. Та мужніми робилися серця, бо знали: в найсуворіші години, за пазухою кожного бійця є часточка своєї України! Аналіз цього текстового фрагменту доводить, що образ кішки асоціюється з Батьківщиною (часточка своєї України), дитинством (мурчало пісню коліскову; пахло дивовижно молоком, домівкою, дитинством), одночасно з мужністю (воно було солдатом і героєм) і беззахисністю (маленьке і беззахисне, дитя війни), та надає людині потужний емоційний заряд, який визначається значною кількістю емоційної лексики (зігріло серце, з тривогою, смішне, збивало скрутності оскому, тепліше за шинель, мужні серця, дивовижно, найсуворіші, мурчало, байдуже). Завдяки інтенсивності позитивних почуттів, що викликають в українців кішки, їх образ використовується для деконструювання негативних сенсів, що закладені в російських інтернет-мемах. Цей механізм базується на виявленні опорних негативних понять і зштовхуванні їх з позитивними антагоністами. При цьому протилежні емоційні хвилі взаємно гасяться. Як приклад наведемо інтернет-мем, візуальна складова якого є кошеня в касці з надписом «укропчик». В даному випадку завдяки використанню «якірцю» – кошеня, відбувається зміна конотації слова «укроп» з негативною на позитивну.

Під час російсько-українського конфлікту характерним образом-символом інтернет-мемів українського сектору соціальних мереж стає вовк (рис. 2).

Базуючись на твердженні Ю. Павленко, що українському менталітету притаманні такі риси, як емоційність (зокрема, у ставленні до природи), індивідуалізм, плюралістична етика, що визначає за кожною людиною право на особистий життєвий шлях і долю, потяг до волі [10, с. 28], можна



Рис. 1. «Кошача» тематика інтернет-мемів

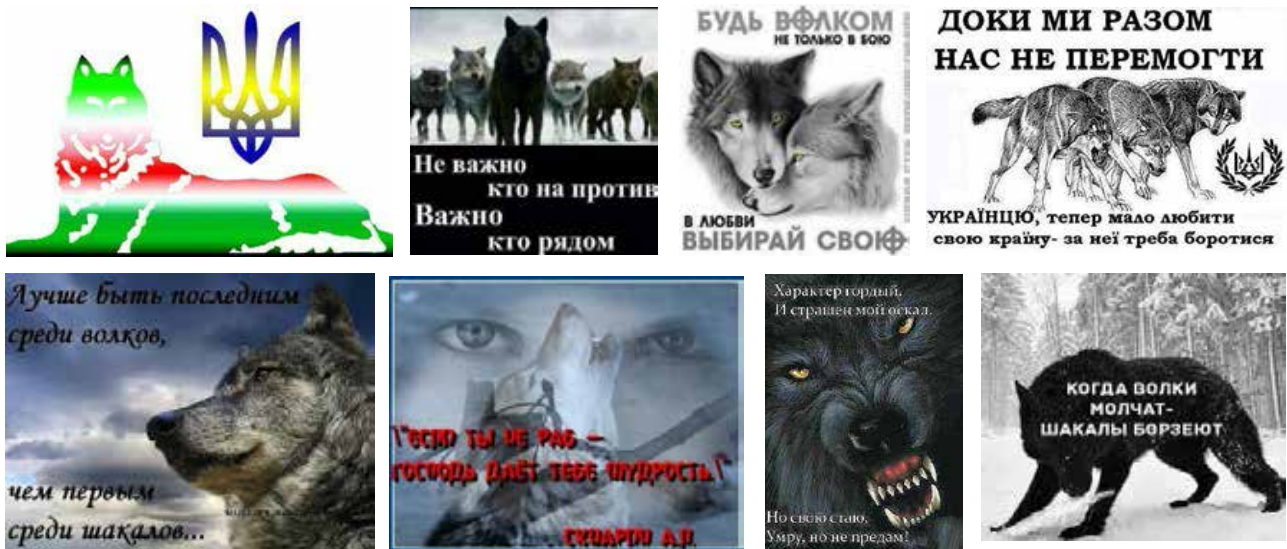


Рис. 2. Використання образу вовка

стверджувати, що звертання до образу вовка не випадково. Інтернафти використовують зображення вовка як вищий символ свободи (*Если ты не раб – Господь дает тебе мудрость*), високої моральності (*Лучше быть последним среди волков, чем первым среди шакалов*), єднання (*Не важно – кто напротив. Важно – кто рядом*), статності у сімейних відносинах (*Будь волком не только в бою – в любви выбирай свою!*), відданості (*Характер гордый. И страшен мой оскал. Но свою стаю, умру, но не предаю!*), патріотизму (*Доки ми разом – нас не перемогти! Українцю, тепер мало любити свою країну – за неї треба боротися!*), відповідальності за майбутнє Батьківщини (*Когда волки молчат – шакалы борзуют*). Таким чином, символ вовка відображає світогляд українського народу, а зображення вовка впливає на емоційну сферу людини, викликає у адресата потребу відстоювати свої морально-етичні цінності.

Чільне місце в інтернет-мемах українського сектору соціальних мереж посідає пафос причетності до Бога, оскільки «релігійність є однією з домінуючих рис українського національного характеру» [11]. «Український релігійний світогляд характеризується еволюційністю (міфологія – язичництво – християнство) і синкретизмом (поєднання різнорідних впливів та ідей)» [12, с. 11], що знайшло свого відображення в інтернет-мемах (рис. 3).

О. Лютко розглядає православну віру як «рушійну силу української історії, що є глибинним сенсом прагнень народу» [12, с. 10]. Значимість віри особливо зростає в екстремальних ситуаціях, наприклад, під час війни (рис. 4).

В інтернет-мемах, коли міфологічні релігійні сюжети проектується на конкретні життєві ситуації, міф і релігія виступають як здатні до синтезу феномени: в кожній війні поновлюється боротьба між добром і злом, герой повторює архетипну структуру події, що ототожнюється зі стражданнями Спасителя (*Пам'ятай, тільки двоє погодились віддати життя за тебе. Ісус Христос вмер, щоб спасти твою душу. Український солдат вмер, щоб врятувати твою свободу*). Таке трактування дійсності має «психотерапевтичний» ефект: асоціативність алегорій і метафор заміщає логіку умовиводів, реальні соціальні та політичні проблеми замінюються спрощеним уявленням про вічну боротьбу двох міфологізованих спільнот, а ставлення до інших груп будується за принципом «свій – чужий».

Головною умовою створення інтернет-спільнот стає формування у її учасників групової ідентичності, причому йдеться про прийняття цієї ідентичності не лише на суто раціональному, а й на емоційному, семантико-міфологічному рівні [13]. На думку С. Lévi-Strauss, символічна образність підсвідомості індивідуальна для кожної людини, але функціонує за загальними для всіх людей законам несвідомого. Структура несвідомого незмінна, і завдяки цьому психологічний словник індивіда здатний існувати як символічна функція, зрозуміла іншим людям [14]. Р. Рісеур розглядає символ як засіб вираження і одночасно пізнання культури: «Я називаю символом всяку структуру значення, де один сенс, прямий, первинний, буквальний, означає одночасно й інший сенс, непрямий, вторинний, алегоричний, який може бути зрозу-



Рис. 3. Релігійний аспект інтернет-мемів



Рис. 4. Проекція війни в релігійному аспекті інтернет-мемів

мілий лише через перший» [15, с. 18]. Для українського сектору соціальних мереж характерним стає спільне використання смислових символів, що перетворюються у конструкти, які, з одного боку, маніфестують загальні ціннісні орієнтири інтернет-спільноти і спрямовані поєднати колективну ідею, а з іншого боку, відображають психічні переживання і художню уяву, які притаманні культурі, звичаям, традиціям України. Ці символи культури зберігають значний емоційний заряд свого первісного значення і зазвичай використовуються для вираження «вічних істин». Будучи подібними за механізмом впливу з психологічними установками, вони викликають сильний емоційний відгук. Найчастіше в інтернет-мемах зустрічаються такі народні символи України: рушник, вінок, калина, соняшник, волошки, лелеко, кінь, меч (рис. 5).

Рушник – ще національний оберіг, народний символ України. Все життя українців пов'язане з рушником: рушником ушановували появу немовлят в родині, одруження, зустрічали рідних і гостей, виряджали в далеку дорогу батька, сина, чоловіка чи коханого, проводжали людину в останній путь. Вінок для українського народу здавна був традиційним оберегом – досить часто його використовували як елемент декорування будинку. Вважалося, що вінок з живих квітів захищає дівчину від напасників

і лихого ока. Улюблені рослини-символи для українців – це калина, волошки, соняшник. Соняшник – символ сонця, праці й достатку, сили і добробуту, Батьківщини: як Сонце для соняшника – єдиний і незамінний орієнтир, так і для людини Батьківщина – єдина і найвища цінність. Волошки – символ ніжної і тонкої душевної краси, праведності і святості, душевної чистоти, скромності і привітності (*Твоя душа – то тепле літо, мандрує з друзями по світу, збирає зорі у траві. Чого ти варта без душі? Вдихаєш квіти запахи, від них так солодко і терпко. Мрійливо дивишся в люстерко: твоя краса – в твоїй душі*). Калина – символ краси, кохання, щастя (*Криниця з журавлем і кущ калини – безсмертя символ, символ Батьківщини. Це символ вірності, це символ чистоти, людського милосердя й доброти. Калину і до столу подавали, весільні короваї прикрашали. Як символ долі і краси, і чистої дівочої коси*). Найулюбленішим птахом українців є лелека, який символізує батьківську любов, сімейні цінності, плодovitість. Це – символ сімейного благополуччя, миру, любові до рідної землі, Батьківщини. Кінь – символ енергії й сили, пристрастей та інстинктів, а також вірності і відданості. Оскремо потрібно наголосити на особливому значенні шаблі: зберігаючи архаїчні традиції одухотворення навколишнього світу, у військовому середовищі спосте-



Рис. 5. Народні символи України в інтернет-мемах

рігається особливе ставлення до шаблі як символу військової звитяги (*У нас заберуть гвинтівки, ми дістанемо шаблі!*) [16].

Висновки. Зацікавленість візуальною риторикою інтернет-мемів пояснюється тем фактом, що в сукупності візуальних компонентів закодовані конкретні цінності як сукупність життєвих установок, орієнтирів, ідеалів, культурних традицій, та ціннісні орієнтації особистості, які формуються у певному соціальному середовищі на певному відрізку історичного розвитку суспільства. В українському секторі соціальних мереж з'явилась значна кількість інтернет-мемів, візуальні складові яких маніфес-

тують шире ставлення інтернет-спільноти до відновлення власних традицій, підтримки і трансляції ціннісних пріоритетів, що відбивається в різних образах-символах. Завдяки використанню техніки якоріння члени однієї і тієї ж спільноти мають загальне розуміння символів і однаково використовують їх для маніфестування життєвих принципів і моральних установок, національних і релігійних традицій, бажань і сподівань, всіляких почуттів. Таким чином, створюється єдиний культурно-символічний простір окремо взятої інтернет-спільноти.

У перспективі вважаємо за доцільне здійснювати подальші лінгвістичні дослідження інтернет-мемів.

Список літератури:

1. Castells M. Spółeczeństwo sieci [The Rise of Network Society]. Warszawa. 2007. P. 78-84.
2. Juza M. Internet memes – creation, distribution, social meaning. URL: http://studiamedioznawcze.pl/Numery/2013_4_55/juza-en.pdf.
3. Milner R.M. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street movement. International Journal of Communication. 2013. № 7. P. 2357-2390.
4. Nissenbaum A., Shifman L. Internet memes as contested cultural capital: The case of 4chan's /b/ board. New media & society. 2017. Vol. 19(4). P. 483-501.
5. Davison P. The Language of Internet Memes. The Social Media Reader. 2012. URL: <http://davison-thelanguageofinternetmemes.pdf>.
6. Huntington H.E. The affect and effect of internet memes: assessing perceptions and influence of online user-generated political discourse as media. Colorado: Colorado State University. 2017. 253 p.
7. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры : дисс. ... доктора культур. наук : 24.00.01. Москва: ФГОУДПО «Академия переподготовки работников искусства, культуры и туризма». 2012. 675 с.
8. Шейнов В.П. Манипулирование сознанием. Минск: Харвест, 2011. 768 с.
9. Левандовський В. Україна в геополітичних концепціях I третини XX сторіччя. Політична думка. 1994. № 3. С. 58-68.
10. Павленко Ю.В. Формування засад українського менталітету та національної культури. Наука та наукознавство. 2007. № 3. С. 28-35.
11. Блажеєвська Ю.М. Релігійність як риса українського національного характеру: до питання про формування національної свідомості. 2012. URL: <http://ekhnuir.univer.kharkov.ua/handle/123456789/8229>.
12. Лютко О.М. Релігійність як складова української ментальності та чинник самоідентифікації : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.11. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. 2010. 20 с.
13. Степико М.Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія. К.: НІСД. 2011. 336 с.
14. Iurato G. On Jung and Lévi-Strauss unconscious: A brief comparison. Anthropology of Consciousness. 2015. Vol. 26. № 1. P. 60-107.
15. Рикёр П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике. М.: Академический проект. 2008. 695 с.
16. Лозко Г.С. Українське народознавство. К.: Вид-во «АртЕК». 2004. 472 с.

Храбан Т.Е.

Военный институт телекоммуникаций и информатизации

ВИЗУАЛЬНАЯ РИТОРИКА ИНТЕРНЕТ-МЕМОВ

Аннотация

В статье рассмотрены психологические механизмы воздействия визуальных компонентов интернет-мемов на адресата. На примерах использования техники якорения в интернет-мемах украинского сектора социальных сетей доказано, что общее понимание символов создает единое культурно-символическое пространство отдельно взятого интернет-сообщества.

Ключевые слова: визуальный компонент, интернет-мемы, культурно-символическое пространство, техника якорения.

Khraban T.E.

Military Institute of Telecommunications and Informatization

VISUAL RHETORIC OF INTERNET MEMES

Summary

The article outlines the psychological mechanisms of the influence of Internet memes' visual components on the recipient. Basing on examples of the use of anchor technique in the Internet-memes of the Ukrainian sector of social networks it has been proved that the general understanding of the symbols creates a single cultural and symbolic space of a certain Internet community.

Keywords: visual component, internet memes, cultural and symbolic space, technique of anchoring.