

Оленіна Олена Юріївна
доктор мистецтвознавства, професор,
завідувач кафедри дизайну та образотворчого
мистецтва Харківського національного
університету міського господарства
імені О. М. Бекетова
OleninaOlena@gmail.com
ORCID 0000-0003-4442-1192

Пічугіна Юлія Олександрівна
кандидат наук із соціальних комунікацій,
докторант кафедри теорії та історії культури
Національної музичної академії України
імені П. І. Чайковського
YulaPi4ugina@gmail.com
ORCID 0000-0003-4019-5423

ІНТЕРНЕТ-МЕМИ УКРАЇНСЬКОГО ПОХОДЖЕННЯ В КУЛЬТУРОТВОРЧІЙ ПРАКТИЦІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Мета роботи. Дослідження пов'язане зі спробою зафіксувати й систематизувати мемний Інтернет-контент українського походження, який розглядається в парадигмі розширення культуротворчої практики сучасного суспільства. **Методологія.** Мережева комунікація аналізується в контексті культурологічного дослідження, в ході якого було використано емпіричний метод контент-аналізу задля виявлення артефактів української мемної культури на національних просторах Інтернету. **Наукова новизна** полягає в тому, що це перше комплексне дослідження української мемної культури. Крім того, виявлено певні загальні закономірності мему як явища сучасної кіберкультури. **Висновки.** В статті зроблено спробу в загальних рисах охарактеризувати українську мемну Інтернет-культуру, в рамках якої вже сформувалися десятки національних персонажів і шаблонів, основні з яких було визначено. В результаті дослідження резюмуємо, що подібні постфольклорні матеріали збагачують Інтернет українським контентом, а відтак, сприяють формуванню національного культурного поля в кіберпросторі. Лаконічні та виразні образи мемів відбивають важливі змісти, їх кліповість викликає інтерес до них в Інтернет-користувачів, вони здатні естетизувати інформацію – це ті фактори, які визначають схильність Інтернету до меметичності.

Ключові слова: мем, меметика, інтернет-мем, українська мемна культура, кіберкультура, інтернет-фольклор.

Оленіна Елена Юрьевна, доктор искусствоведения, профессор, заведующая кафедрой дизайна и изобразительного искусства Харьковского национального университета городского хозяйства имени А. Н. Бекетова; Пичугина Юлия Александровна, кандидат наук социальных коммуникаций, докторант кафедры теории и истории культуры Национальной музыкальной академии Украины имени П. И. Чайковского

Інтернет-меми українського походження в культуротворчій практиці сучасного суспільства

Цель работы. Исследование связано с попыткой зафиксировать и систематизировать мемный интернет-контент украинского происхождения, который рассматривается в парадигме расширения культуротворческой практики современного общества. **Методология.** Сетевая коммуникация анализируется в контексте культурологического исследования, в ходе которого было использовано эмпирический метод контент-анализа для выявления артефактов украинской мемной культуры на национальных просторах интернета. **Научная новизна** состоит в том, что это первое комплексное исследование украинской мемной культуры. Кроме того, выявлено некоторые общие закономерности мема как явления современной киберкультуры. **Выводы.** В статье сделана попытка в общих чертах охарактеризовать украинскую мемную интернет-культуру, в рамках которой уже сформировались десятки национальных персонажей и шаблонов, основные из которых были определены. В результате исследования резюмируем, что подобные постфольклорные материалы обогащают интернет украинским контентом, а, следовательно, способствуют формированию национального культурного поля в киберпространстве. Лаконичные и выразительные образы мемов отображают важные смыслы, их клиповость побуждает интерес к ним у интернет-пользователей, они способны эстетизировать информацию – это те факторы, которые определяют склонность Интернета к меметичности.

Ключевые слова: мем, меметика, интернет-мем, украинская мемная культура, киберкультура, интернет-фольклор.

Olenina Olena, Doctor of Art Criticism, Professor, Head of the Department of Design and Fine Arts of O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv; Pichugina Yulia, Ph.D. in Social Communications, D.Sc.-candidate of Tchaikovsky National Music Academy of Ukraine (Department of Theory and History of Culture)

Internet-memes of Ukrainian origin in the cultural practice of modern society

The purpose of the article. The study is related to the attempt at fixation and systematization of the meme Internet content of Ukrainian origin, which is considered in the paradigm of cultural practices expanding of modern society.

Methodology. Network communication is analyzed in the context of cultural studies, in which an empirical method of content analysis was used to identify the artifacts of the Ukrainian meme culture on the national Internet space. **Scientific novelty.** It is the first comprehensive study of Ukrainian meme culture. In this study, some general patterns of the meme as a phenomenon of modern cyberculture are also revealed. **Conclusions.** The article attempts to characterize the Ukrainian meme Internet culture in general, with already formed dozens of national characters and templates. Basic memes have been identified. As a result of the study, we conclude that such post-folklore materials enrich the Internet with Ukrainian content, so they contribute to the formation of a national cultural field in cyberspace. The laconic and expressive images of memes reflect essential meanings; an interest of Internet users motivates their clip nature, they can aestheticize information – these are the factors that determine the tendency of the Internet to memetic.

Key words: meme, memetics, Internet-meme, Ukrainian meme culture, cyberculture, Internet-folklore.

Актуальність теми дослідження. На тлі інтенсивного розвитку нових інформаційно-комунікативних технологій, зокрема, мережевої комунікації, в багатьох аспектах трансформувалася практика культуротворення, в якій дедалі спостерігається поява нових безпрецедентних тенденцій, зумовлених майже необмеженою свободою самовираження особистості, яку вони змогли забезпечити. Однією з таких тенденцій стала аматорська творчість користувачів Інтернету, що набирає все більшої популярності останнім часом, а разом з нею спостерігається поява нових артефактів культури, серед яких окремої уваги заслуговує дослідження явища Інтернет-мему. Як це відомо ще з перших спроб теоретизувати мему, поява їх збігається з періодом, коли людина щойно почала говорити, проте крізь тисячоліття саме Інтернет створив ідеальне середовище для їхнього існування й реплікації. Так, мему Почекун, Тролфейс, Гіпножаба, Лемур «Узбагойся» та інші заповнили соціальні мережі й форуми, стали важливою частиною світової кіберкультури. В національному сегменті Інтернету так само трапляються яскраві мем-персонажі і шаблони, котрі в сукупності утворюють українську мемну культуру, артефакти якої поки що залишаються мало зафіксованими, що, на нашу думку, є дослідницьким упущенням, зважаючи на короткий життєвий цикл Інтернет-мему, який згодом має здатність губитися в комунікативному потоці мережі, а відтак зникати назавжди. Відповідно, мета нашої розвідки полягає у спробі зафіксувати й систематизувати мемний Інтернет-контент українського походження, який розглядається в парадигмі розширення культуротворчої практики креативного суспільства.

Аналіз досліджень і публікацій. Нове явище швидко притягнуло до себе увагу лінгвістів, фахівців із соціальних комунікацій і культурологів. Дослідженню мемів присвячено чимало публікацій, в останніх з яких розкривається їхня природа, функції (Жулінська М., Смоляр Н. [5], Соколова К. В. [8]); наводиться типологія (Денисюк Ж. З. [2]); вивчається кроскультурна адаптація персонажів мемів в умовах глобалізації (Радченко Д. [6]); визначаються особливості їхнього функціонування й реплікації в Інтернеті (Денисюк Ж. З. [2], Дзюбіна О. І. [3], Соколова К. В. [8]). Окремої уваги заслуговують останні дослідження закордонних вчених, де можна знайти актуальну статистичну інформацію щодо теми, на кшталт того, який відсоток людей здатний до креативної діяльності в Інтернеті [11] чи який мем-контент має особливу популярність серед користувачів [12]; а також ґрунтовний структурний аналіз Інтернет-мему на прикладі «Зберігай спокій і...» (з англ. «Keep Calm and...») [10].

Виклад основного матеріалу. Першодослідниками, які сформували основоположні розуміння про мему і заклали фундамент нового наукового знання про них – меметику, були Р. Докінз [4], Р. Бруді [1], Д. Рашкофф [7], С. Блекмор [9]. Слід зазначити, що мему вони розглядали в площині біології, психології та когнітивної науки, кожний у своїй стихії. Так, Р. Докінз є прибічником біологічної доктрини. Узявши за основу концепцію реплікації ДНК, вчений розглядає механізми передачі й зберігання культурної інформації, а мем в його теорії є нібито прототипом гену, але стосовно спадкового культурного матеріалу, а не біологічного. Відзначимо, що саме Р. Докінз був першим, хто ввів до наукового обігу термін «мем» для позначення малих одиниць культурної інформації, що передаються від людини до людини шляхом копіювання або імітації (1976 р.) [4].

У 1990-х роках в меметиці з'являється ґрунтовна теорія про вірусні якості мемів, яку почав розвивати Р. Бруді в праці «Психічні віруси» [1]. У своєму робочому визначенні мему вчений підкреслює його властивість впливати на події таким чином, щоб у свідомості інших людей виникла більша кількість його копій. Від самого початку, за часів, коли свідомість людини тільки починала формуватися, мему будувалися на життєво важливих інстинктивних спонуканнях, таких як боротьба, порятунок втечею, харчування й розмноження, завдяки чому вони легко запам'ятовувалися і швидко поширювалися. На думку Р. Бруді, з плином часу майже нічого не змінилося – ці інстинкти так і залишилися ключовими точками впливу на думку й поведінку людей, тиснучи на які, відбувається інфікування мемами.

Ідею вірусних властивостей мемів пізніше підхопив американський медіазнавець Д. Рашкофф [7]. Він розвиває цю концепцію в контексті дослідження прихованих маніпуляцій медіа-простору, а саме – медіа-вірусів. На думку Д. Рашкоффа, медіа-віруси є «протейною» оболонкою мемів, нею може бути подія, музична фраза, візуальний образ, скандал – головне, щоб це привертало увагу, а сам мем – це концепт, який впливає на те, як ми сприймаємо реальність. Отже, коли мем інформаційного вірусу поміщається в привабливу оболонку, наприклад жарт, він відповідно впливає на аудиторію мас-медіа, при цьому залишаючись непоміченим.

На початку нового тисячоліття з'являється нова теорія в меметиці, автором якої є С. Блекмор [9]. Дослідниця, розвиваючи ідеї фундаторів, доходить неймовірних висновків про те, що людський

розум сам по собі є артефактом мемної культури і є ідеальним середовищем для існування мемів. Крім того, виходячи з її теорії, мова, книги, телефони й засоби масової інформації були так само створені мемами для їх власної успішної реплікації.

Доки ведеться науковий дискурс щодо сутності явища і його властивостей, один за одним на світ з'являються й реплікуються нові меми, які потребують окремої дослідницької уваги. Так, наразі сприятливі умови для відтворення мемів створив Інтернет, на сторінках якого можна знайти безліч як прикладів професійно зроблених мемів (фахівцями реклами, PR), так і аматорських; як політичних, так і екзистенційних; як графічних, так і текстових; як популярних китайських, так і українських. Отже, виникає потреба конкретизувати поняття «Інтернет-мем». Поєднавши кілька влучних понять, пропонуємо під Інтернет-мемом розуміти одиницю культурної інформації, яка набуває форми лаконічної та потенційно популярної фрази, ідеї, символу, зображення, звуку або їх синтезу, реплікація якої відбувається через поширення у віртуальному середовищі, спонукаючи користувачів мережі копіювати (репостити) її.

Сьогодні інтернет-меми стали стійкою складовою сучасної популярної культури. Дослідники [2, 6] визначають Інтернет-мем як явище сучасного фольклору, з чим важко не погодитися, зважаючи на спільність специфічних ознак, до яких належать аматорство, анонімність, імпровізаційність, багатофункціональність і синкретизм. Така форма народної творчості має переважно гомогенний характер, що пояснюється глобалізаційною й полікультурною сутністю Інтернету. Слушним є твердження Д. Радченко стосовно того, що підсилена кроскультурна взаємодія в мережі Інтернет стала причиною зниження етнічної, національної й соціальної специфічності фольклору [6, 29]. Масова культура диктує універсальні сюжети для мемів із потенційною здатністю за один день перетнути води Атлантики, зібрати мільйони репостів і отримати тисячі адаптованих модифікацій. Це може бути гучна світова прем'єра нового фільму, кумедний кліп з YouTube, свіже фото всесвітньо відомої селебриті, кадри з місця масштабної надзвичайної події, кумедні тварини тощо.

На просторах інтернету циркулює незліченна кількість мемів, багато з них ті, що прижилися (чи були адаптовані) в національному сегменті мережі, а деякі з них мають українське походження. Київська дослідниця Ж. Денисюк в одній зі статей [2, 32–33] навела приклади українських політичних мемів комічного характеру, героями яких стали В. Янукович зі своїми «Астанавітєсь!» і «Професор», М. Азаров, а точніше «Азіров» і його «прошарок кровосісів бюджетних коштів», В. Кличко, комічний ефект образу якого створюють його фрази-обмовки на кшталт «Завтра вже не буде вчора, а сьогодні ще не завтра», «А сьогодні у завтрашній день не всі зможуть дивитися... Вірніше, дивитися зможуть не тільки лише всі, мало хто вміє це робити» та ін. Авторка також згадує мем українського походження «Сашко» – кадр з телешоу каналу СТБ «Кохана, ми вбиваємо дітей» із зображенням заплаканого хлопця Сашка Фокіна, який страждає від комп'ютерної залежності. Цей мем під тегом «Crazy Ukrainian Kid» (з англ. «Божевільна українська дитина») миттєво розлетівся по всьому інтернету, Сашко Фокін став справжньою світовою знаменитістю, хоча й не найпозитивнішим українським мем-персонажем.

Вважаємо одним із найяскравіших українських мем-персонажів «Гусь» (Рис. 1), авторкою якого є ілюстраторка Н. Кушнір. Гусь – це намальований білий гусак, щирий, чесний та іронічний, який опиняється в різних життєвих ситуаціях і говорить про те, що інші бояться сказати, до того ж мовним суржилом із використанням сучасних іноземних словечок, а іноді й ненормативної лексики. «Опше ніштєк», «Прівєт, як діла» - каже Гусь, або «Я куди не поїду, всюди зі мною їде мій свірлящій стіни сасєд» - посміхається він. Вперше Гусь було презентовано на Фейсбукці восени 2016 року, з тих пір в нього з'явилося чимало вдалих реплікантів. Так, доброю пародією на нього став російський паблік у Вконтакті з однойменною назвою, де головного героя візуально дещо змінено, але при цьому не втрачено його стилю й гумору. Незважаючи на суперечки, пов'язані з порушенням авторських прав пабліку у Вконтакті щодо використання персонажу української художниці, варто відзначити, що така пародія є свідченням того, що Гусь став успішним мемом, який, згідно з робочим визначенням Інтернет-мему, спонукає користувачів мережі копіювати або репостити його. Ще одним доказом ефективності мему є той факт, що образ птаха почав використовуватися в українській рекламній практиці, наприклад нещодавно Гусь став центральним персонажем соціальної реклами щодо захисту тварин.



Рис. 1. Мем «Гусь», автор Н. Кушнір

Окремої уваги також заслуговує інший публік в соціальних мережах Facebook, Вконтакті та Instagram «Файні мему про українську літературу» (Рис. 2), де рядки з творів Т. Шевченка, І. Франка, М. Коцюбинського, М. Хвильового та інших перетворилися на дотепні коментарі до різних сучасних ситуацій і подій або заново інтерпретувалися. Метою публіки є спроба пробудити інтерес української Інтернет-аудиторії, особливо школярів, до рідної літератури, при цьому як інструмент використовуючи мему, що мають привабливу гумористичну оболонку, а по суті виконують навчально-виховну місію. Оскільки знання мемів є важливою умовою для здійснення безперешкодної комунікації в кіберпросторі культури, користувач, який не зрозумів контент мему, для того, щоб залишатися в тренді, скоріше за все звернеться до оригіналу твору або до пошукових систем Інтернету, щоб все ж таки досягнути, чому «журиться» Тарас або навіть йому шукати долю, і таким чином мем починає працювати на мету публіки.

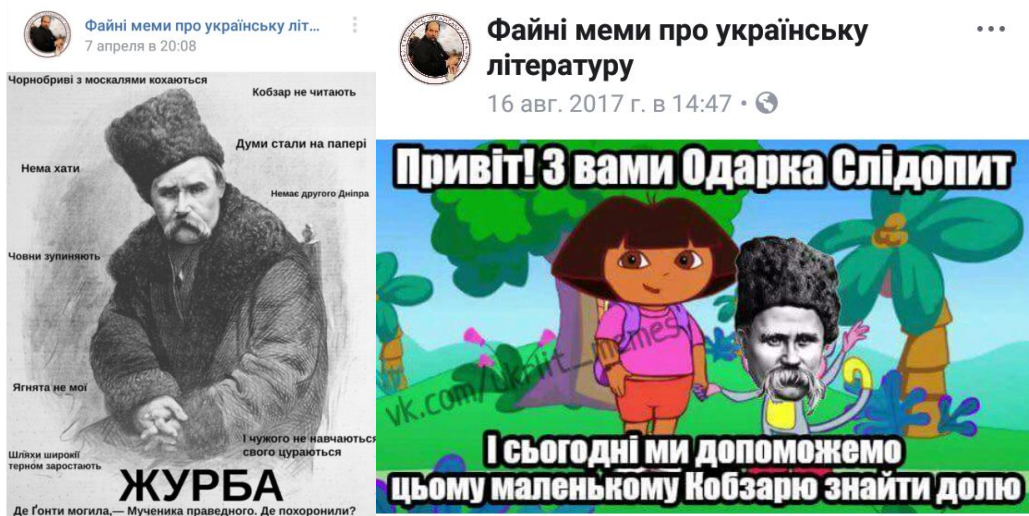


Рис. 2. Файні мему про українську літературу

У рамках дослідження українських інтернет-мемів слід згадати про мережеві спільноти соціально-громадянського спрямування, в середині яких створено чимало по-справжньому народних мемів. По-перше, це публік на Facebook «Баба і кіт», в саму назву якого закладено давній український мем, який містить зображення бабусі зі своїм котом і підпис «Взнала, що внук голосував за «Регіони», переписала хату на кота». Взвзявши за основу ідею громадянського протесту, в спільноті публікуються інформаційні блоки (пости) на загальнонаціональні соціально загострені теми, але в гумористичному ключі. Більша частина постів представлена у вигляді мемів, що цілком є характерною тенденцією для мережевої комунікації, зважаючи на кліпове сприйняття інтернет-аудиторії. По-друге, це українські інтернет-спільноти, які можна об'єднати під однією назвою «Типове місто», – «Типовий Київ», «Типовий Харків», «Типова Одеса», «Типовий Дніпро» тощо. Мему в цих спільнотах переважно містять зображення, пов'язані з останніми подіями в місті, і мають текстовий підпис «Типовий Харків» або «Це Київ, дитинко» і т. п. Часто в таких групах публікуються мему, що відображають локальні особливості

українських міст, наприклад в «Типовій Одесі» – це місцевий одеський колорит, а саме: говір, гумор та щирість.

Висновок. У статті зроблено спробу в загальних рисах охарактеризувати українську мемну Інтернет-культуру, в рамках якої вже сформувалися десятки національних персонажів і шаблонів, основні з яких було визначено. В результаті дослідження резюмуємо, що подібні постфольклорні матеріали збагачують Інтернет українським контентом, а відтак сприяють формуванню національного культурного поля в кіберпросторі. Лаконічні та виразні образи мемів відбивають важливі змісти, їх кліповість викликає інтерес до них в Інтернет-користувачів, вони здатні естетизувати інформацію – це ті фактори, які визначають схильність Інтернету до меметичності.

Література

1. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание. Москва : Поколение, 2007. 304 с.
2. Денисюк Ж. З. Інтернет-меми як засіб постфольклорної комунікації. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2017. № 2. С. 29–35.
3. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. Молодий вчений. 2016. № 2 (29). С. 375–379.
4. Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н. Фомина. Москва: АСТ, Corpus, 2013. 512 с.
5. Жулінська М. Інтернет-меми як одиниці інформації у кіберпросторі / Жулінська М., Смоляр Н. Актуальні питання іноземної філології. 2015. № 2. С. 66–71.
6. Радченко Д. Кросскультурная адаптация персонажей сетевого фольклора: от Гипножабы до Зойча. Антропологический форум. 2013. № 18. С. 28–43.
7. Рашкофф Д. Медиавирус /пер. с англ. Д. Борисов. Москва: Ультракультура 2.0, 2011. 394 с.
8. Соколова К. В. Меми як засіб комунікації в Інтернет-середовищі. Гуманітарний часопис. 2012. № 1. С. 118–123.
9. Blackmore S. The Meme Machine. Oxford University Press, 1999. 264 p.
10. Dainas A. Keep calm and study memes : master's thesis. Case Western Reserve University, 2015. 66 p.
11. Juza M. Internet-memes – creation, distribution, social meaning. Studia Medioznawcze. 2013. Vol. 4 (55). P. 49–61.
12. Segev E. Families and networks of Internet memes: the relationship between cohesiveness, uniqueness, and quiddity concreteness / Elad Segev, Asaf Nissenbaum, Nathan Stolero, Limor Shifman. Journal of Computer-Mediated Communication. 2015. Vol. 20, Issue 4. P. 417–433.

References

1. Browdie, R. (2007). Psychic viruses. How to program your mind. Moskva: Pokolenye [in Russian].
2. Denysjuk, Zh.Z. (2017). Internet memes as a means of post-folklore communication. Visnyk Nacionalnoji akademiji kerivnykh kadriv kuljturny i mystectv, 2, 29–35 [in Ukrainian].
3. Dzubina, O.I. (2016). The classification, structure and functioning of Internet memes on Twitter and Facebook social networking sites. Molodyj vchenyj, 2(29), 375–379 [in Ukrainian].
4. Dawkins, R. (2013). The Selfish gene. Moskva: AST, Corpus [in Russian].
5. Zhulinsjka, M., Smoljar, N. (2015). Internet-Memes as Information Units in a Cyberspace. Aktualjni pytannja inozemnoji filologhiji, 2, 66–71 [in Ukrainian].
6. Radchenko, D. (2013). Cross-cultural adaptation of the characters of network folklore: from Hypnozhaba to Zoich. Antropologicheskij forum, 18, 28–43 [in Russian].
7. Rushkoff, D. (2011). Media Virus. Moskva: Ultrakultura 2.0 [in Russian].
8. Sokolova, K.V. (2012). Memes as a means of communication in the Internet environment. Ghumanitarnyj chasopys, 1, 118–123 [in Ukrainian].
9. Blackmore, S. (1999). The Meme Machine. Oxford University Press [in English].
10. Dainas, A. (2015). Keep calm and study memes: Master's thesis. Case Western Reserve University [in English].
11. Juza, M. (2013). Internet-memes – creation, distribution, social meaning. Studia Medioznawcze, 4(55), 49–61 [in English].
12. Segev, E., Nissenbaum, A., Stolero, N., Shifman, L. (2015). Families and networks of Internet memes: the relationship between cohesiveness, uniqueness, and quiddity concreteness. Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 20, Issue 4, 417–433 [in English].

Стаття надійшла до редакції 14.07.2018 р.