

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра Журналистика и социология
(наименование)

42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки)

Журналистика
(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Мем как инструмент цифровой коммуникации

Обучающийся

А. Д. Крыгина
(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

кандидат филологических наук, доцент, Л. В. Иванова
(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Аннотация

Выпускная квалификационная работа «Мем как инструмент цифровой коммуникации» посвящена анализу актуального мем-дискурса в условиях цифровой медиакommunikации.

Актуальность работы обусловлена эволюционированием мемов из эксклюзивного медиаформата в доступный способ передачи информации, позволяющий кодировать смыслы и организовывать эффективную коммуникацию среди пользователей социальных сетей.

В первой главе «Мем как средство цифровой медиакommunikации» дается определение мему как типу медиатекста в системе массовой цифровой коммуникации, описываются технологические факторы развития мема в цифровой среде.

Во второй главе «Актуальный мем-дискурс: тенденции смыслогенерации и форматирования в цифровой среде» представлены результаты анализа мемов в современной медиакommunikации и классификация, разработанная на основе результатов исследования специфики функционирования мем-дискурса.

Для реализации задач бакалаврской работы использован семиотический подход как способ изучения объектов с точки зрения знаковой природы и как основа для исследования поликодовых медиатекстов, также применялись методы структурно-семантического, прагматического и медиаэстетического анализа.

Список используемой литературы и источников включает 32 наименования.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Мем как средство медиакommunikации.....	8
1.1 Теоретические представления о меме как типе медиатекста в системе массовой коммуникации	8
1.2 Технологические факторы развития мема в цифровой среде	14
Глава 2 Актуальный мем-дискурс: тенденции смыслогенерации и форматирования в цифровой среде	19
2.1 Специфика мем-дискурса в цифровой медиакommunikации.....	19
2.2 Типология медиамемов	36
Заключение	45
Список используемой литературы и используемых источников.....	47

Введение

В цифровом обществе мемы стали неотъемлемой частью культуры и интернет-коммуникаций. По данным Google Trends, с 2004 года популярность запроса «анекдот» в интернете снизилась, а число запросов «мем» возросло. Также по данным института общественного мнения, представленным в статье «Мемы в маркетинге: 52% россиян хотят видеть такой контент», «в 2023 году 84% пользователей всех поколений знали, что такое мемы» [18]. Среди них 71% используют их в общении хотя бы иногда, а 19% даже создавали мемы сами. Большинство (66%) опрошенных находят в мемах положительные эмоции, 16% получают из них актуальную информацию о новостях и фактах, а 15% считают, что они обладают глубоким смыслом.

Основные каналы распространения мемов включают социальные сети, мессенджеры и социализированные платформы. ВКонтakte и «Telegram» стали главными площадками, где существуют тысячи сообществ, посвящённых мемам. Создание мемов стало не просто развлечением, но и профессиональной деятельностью: многие креативные агентства включают мем-маркетинг в свои стратегии продвижения, компании создают собственные мемы для повышения узнаваемости бренда и увеличения вовлечённости аудитории. При этом используются различные техники: от адаптации существующих шаблонов до создания уникальных форматов. В то же время творческие проекты на основе мемов развиваются в разных направлениях: появились онлайн-генераторы мемов, позволяющие создавать юмористический контент за считанные минуты.

Учёные отмечают, что мем стал популярным типом знака, используемым для кодирования смыслов и организации эффективных коммуникаций в цифровой среде. Развитие технологий позволило мему из эксклюзивного типа медиатекста превратиться в общедоступный способ коммуникации. Люди активно включились в процесс обмена информацией с помощью мемов.

В научном дискурсе множество работ посвящено форматам и жанрам мемов, однако малоисследованным остался вопрос актуального смыслового конструкта в мем-дискурсах, ведь с научной точки зрения не всегда возможно отследить изменения в подобном лаконичном сегменте.

Итак, с одной стороны, рост популярности мемов в цифровой коммуникации, особенно в цифровой среде, с другой – недостаточность изученных смысловых концептов и визуально-технологических тенденций мем-дискурса обуславливают актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Объектом исследования является мем как элемент цифровой коммуникации.

Предметом – мем как инструмент организации и передачи смыслов в цифровой медиасреде.

Цель бакалаврской работы: на основе анализа актуального мем-дискурса выявить ключевые значения и смыслы мемов, установить тенденции их конструирования в цифровой среде.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- систематизировать научные представления о меме как элементе цифровой медиакommunikation;
- выявить научно-социальные факторы, детерминирующие развитие мема как типа цифрового медиадискурса;
- выработать методику анализа, позволяющую декодировать значения и смыслы мемов;
- провести комплексный анализ мем-дискурса для выявления смысловых концепций, тенденций структурирования и оформления мемов.

Теоретико-методологическую базу выпускной квалификационной работы составили научные труды:

- по теории цифровой медиакommunikации – М. В. Загидуллиной [9], Н. А. Зиновьевой [12], И. С. Кузнецова [15], И. М. Дзялошинского [7]
- по специфике форматов мем-дискурса – Д. Рашкофф [21];
- по теории комического и рекреативном потенциале массмедиа – А. Р. Голубевой [6] М. А. Фёдоровой [26];
- по медиаэстетике и образном строе медиакommunikаций – И. В. Топчий [25], С. И. Симаковой [23].

Для реализации задач бакалаврской работы был использован семиотический подход как способ изучения объектов с точки зрения знаковой природы и как основа для исследования поликодовых медиатекстов, а также применялись следующие методы:

- структурно-семантический анализ;
- прагматический анализ;
- медиаэстетический анализ.

Эмпирической базой бакалаврской работы выступили мемы, размещённые с января 2020 года по март 2025 года в группах «ВК»: Female memes, «Обещай мне не плакать», XXI/III/XVIII, «Мемы про универ», «Добрые мемы», «Мемуары ценителей научных мемов», «Контур гуся», «Эхо моих сожалений», «Бумажный кораблик» и телеграм-каналах «Мемач», Tits Tweets с количеством подписчиков – от трёх тысяч. Отбор мемов производился по цифровым показателям – количеству лайков и репостов. Пороговое значение – 500.

2020 год как точка отсчета выбран в связи с карантином, объявленным из-за COVID-19: люди оказались в изоляции и стали проявлять большую активность в цифровой коммуникативной среде.

Практическая значимость работы. Результаты, полученные в ходе выполнения выпускной квалификационной работы, могут быть использованы в учебном процессе по направлению «Журналистика», в частности, в предмете «Жанры и форматы журналистики мнений» для того, чтобы студенты

развивали компетенции, необходимые для создания таких медиатекстов публицистической визуальной цифровой коммуникации, как мемы.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, две главы, заключение, список используемой литературы и источников. Во введении обосновывается актуальность темы работы, обозначаются предмет и объект исследования, ее цель и задачи; характеризуется теоретико-методологическая база и методы исследования; обозначаются эмпирическая база и практическая значимость исследования, а также вырабатывается методика анализа мемов как средства медиакommunikации.

В первой главе выпускной квалификационной работы «Мем как средство медиакommunikации» рассматривается понятие мема в теоретическом и историческом аспектах. Во второй главе «Актуальный мем-дискурс: тенденции смыслогенерации и форматирования в цифровой среде» представлен анализ дискурса мемов, распространяемые ими смыслы и тенденции оформления мемов, с помощью которых организуется эффективная коммуникация.

В заключении подводятся итоги проделанной работы об изученных тенденциях оформления мемов и их смысловой значимости в цифровой среде. Список используемой литературы и источников включает 32 наименования.

Глава 1 Мем как средство медиакommunikации

1.1 Теоретические представления о меме как типе медиатекста в системе массовой коммуникации

В современном мире цифровые технологии и интернет-коммуникации занимают центральное место в жизни общества. Как считает Лысенко Е. Н., «одним из ярких и интересных феноменов, возникших в этой среде», является мем [16, с. 415]. Мемы представляют собой специфические единицы информации, которые распространяются в сети и служат не только для развлечения, но и для передачи смыслов, идей и эмоций. Они становятся важным инструментом коммуникации, позволяя пользователям выражать свои мысли и чувства в сжатой и доступной форме. А. В. Изгаршева в работе «Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект» отмечает, что в условиях быстрого обмена информацией и сокращения времени на восприятие контента «мемы играют ключевую роль в смысловой организации сообщений», что делает их объектом изучения в рамках цифровой коммуникации [14, с. 90].

История возникновения мемов уходит корнями в концепцию, предложенную британским биологом Р. Докинзом в книге «Эгоистичный ген», изданной в 1976 году. Автор ввёл термин «мем» для обозначения «единицы культурной информации, которая передается от одного носителя к другому» и рассматривал его, как «элемент культурного кода общества» [8, с. 374]. В этом контексте мемы рассматривались как элементы, распространяющиеся от ума к уму, аналогично тому, как гены передаются от поколения к поколению. Ричард Докинз описывал мемы как идеи, образы или практики, которые могут воспроизводиться и изменяться, как они передаются, формируя таким образом культурные феномены. Этот подход к пониманию мемов как единиц культурной информации стал основой для дальнейших исследований в области меметики – науки о распространении и эволюции

мемов в обществе. Согласно этой позиции, мемы как единицы культурной информации стремятся к масштабной репликации и молниеносному распространению.

Теоретически мем можно рассматривать как единицу культурного кода, которая содержит в себе определенные значения и ассоциации. В исследовании «Интернет-мем как способ воспроизводства социальной памяти» А. В. Шутлаева выделяет классификацию мемов по различным критериям: «по тематике, стилю, форме и контексту использования» [31]. Например, некоторые мемы могут быть направлены на высмеивание определенных социальных явлений или стереотипов, в то время как другие могут служить для поддержки определенных идеологий или движений. В этом смысле мемы становятся отражением культурных трендов, социальных настроений и политических изменений. Как считает М. Н. Бычкова, «они могут служить индикаторами общественного мнения, а также инструментами для его формирования» [3].

Мем также интересен с точки зрения знаковой природы, которую изучает семиотика. Внутри этой науки знак определяется как эмпирически выявленное единство означаемого и означающего. Чарльз Сандерс Пирс – один из основоположников семиотики – разработал фундаментальную теорию знаков и их функционирования в процессе коммуникации. Он выделял три типа знака: «иконические – знаки, которые похожи на обозначаемый объект и имеют сходство с ним; индексальные – знаки, которые связаны с обозначаемым объектом причинно-следственной связью или пространственно-временной близостью; символические – конвенциональные знаки, связь которых с обозначаемым объектом основана на договоре между людьми» [19, с. 38-40]. Согласно теории Ч. С. Пирса, значение каждого из этих типов формируется в процессе его использования и всегда интерпретируется через другие знаки, путём создания бесконечных цепочек интерпретаций. Автор подчёркивал, что понимание природы знаков критически важно для

познания и коммуникации, а также для понимания значений, порождающих смыслы.

Е. Ю. Воякина поясняет, что «с точки зрения семиотики, мемы представляют собой сложные знаковые системы, в которых изображение и текст работают вместе для создания многослойного значения» [4, с. 101]. Каждый элемент мема может быть проанализирован как знак, который передает значение – сведения о реальной действительности – и в рамках культурного контекста способен порождать смысл.

Этим подтверждается ранее выдвинутое утверждение о том, что мемы являются не только средством коммуникации, но и объектами для анализа, изучения и интерпретации как смыслопорождающие структуры.

Интернет-мем представляет собой уникальную полимодальную коммуникационную единицу, которая объединяет различные знаковые системы передачи информации: аудио, видео, символические и визуальные. Мультимодальность, которой обладает мем, считается ведущим параметром современных медиатекстов. А. Пстыга отмечал, что «подобная информация обрабатывается единым условно-предметным кодом мышления», а «разные каналы восприятия интегрируются в сознании, формируя трансформацию воспроизводимой реальности» [20, с. 444].

В работе «Новые и экспериментальные форматы» А. А. Амзин отмечает, что с развитием интернета и цифровых технологий мемы стали «неотъемлемой частью онлайн-коммуникации» [1, с. 132]. Появление первых интернет-мемов датируется концом 1990-х – началом 2000-х годов, когда пользователи начали обмениваться изображениями и текстами, которые быстро становились вирусными. Одним из первых примеров интернет-мема считается Dancing Baby – анимация, которая стала популярной в 1996 году и быстро распространилась по электронной почте и на форумах. Этот мем стал символом ранней интернет-культуры, демонстрируя, как изображения и видео могут вызывать эмоциональный отклик и, по словам А. Р. Голубевой, «способствовать взаимодействию между пользователями» [7, с. 202].

Интернет-культура, социальные сети и платформы для обмена контентом создали идеальные условия для возникновения и распространения мемов, которые стали важным инструментом самовыражения и социальной активности. В. А. Борисенко пишет, что «основной сферой распространения и функционирования мемов является виртуальное пространство сетевой коммуникации» [2, с. 39].

В настоящее время мемы используются для передачи смыслопорождающего потенциала, выражения эмоций, формирования общественного мнения. Они также позволяют быстро и эффективно распространять значимые смыслы среди широкой аудитории и оказывать влияние на формирование ценностей, установок и поведения людей. Исследователь В. А. Борисенко также утверждает, что «мемы не только оказывают юмористический эффект и положительные эмоциональное воздействие на реципиента, но и влияют на многие сферы жизни современного общества, передают текущие общественные настроения, помогают понять идеологию и проникнуть в общественное сознание» [2, с. 36]. Они позволяют изучить страхи, боли и ценности молодёжной аудитории со смысловой точки зрения.

В отличие от простой смешной картинки, «мем несёт в себе жизненный опыт и эмоции, которые понятны и близки многим людям» [29, с. 54]. Проще говоря, это любые высказывания, изображения, видео или аудиофрагменты, обладающие устойчивым ситуативным значением, способные к распространению в интернете и имеющие широкую область использования. По словам А. В. Шултаевой, «мемы могут передавать сложные идеи и эмоциональные состояния в сжатом виде, что делает их удобными для восприятия в условиях избытка информации» [30]. А. Р. Голубева определяет мем, как «яркую фразу, как правило остроумную, ироничную или хлесткую, спонтанно получившую популярность в публичном дискурсе» [6, с. 195].

Мемы сочетают в себе текстовую и графическую информацию, комбинируют звукоряд и видеоизображение. Поэтому, как отмечает В. А. Борисенко, главными их признаками являются «комбинированность словесной и бессловесной частей, обусловленность контекстом, краткость, внезапность, широкий охват, простое понимание сути и захват внимания» [2, с. 37].

Как отмечает И. С. Кузнецов в работе «Мемы. Научный взгляд на феномен поп-культуры, захвативший мир», «современные мемы часто используют элементы иронии, сарказма и гиперболы, что делает их особенно привлекательными для аудитории, стремящейся к быстрому и легкому восприятию информации» [15, с. 115]. В этом контексте мемы могут рассматриваться как форма постиронии, где значение может быть многозначным и не всегда очевидным. Это создает «пространство для интерпретации, где каждый пользователь может привнести свой собственный опыт и понимание, что делает мемы универсальными и доступными для широкой аудитории» [15, с. 115].

Однако важно отметить, что мемы не всегда воспринимаются одинаково всеми группами. Как считает М. Н. Бычкова, «в зависимости от культурного, социального и политического контекста, один и тот же мем может вызывать различные реакции и ассоциации», что подчёркивает важность контекста как при разработке, так и при понимании мемов [3].

Мемы часто используют культурные отсылки, что позволяет им находить отклик у широкой аудитории и создавать чувство общности среди пользователей. Выполняя коммуникативную, а иначе говоря, одну из важнейших функций культуры, мемы позволяют консолидировать ту или иную общность. Это суждение подтверждается в исследовании М. В. Ягодкиной: «мем выступает как компенсатор отчуждённости пользователя и основной способ нахождения других сотоварищей по интересам» [32, с. 146]. То есть все, кто понимают суть мема, оказываются причастны к некой общей группе: не обязательно национальной или

геоконкретной – она вполне может определяться, например, возрастом, а в других случаях – коммуникативным субстратом (то есть определенными правилами и спецификой общения в той или иной интернет-группе).

Мемы также формируют важные смыслы для политического и культурного дискурса. Как отмечает К. Л. Рыжков, «мемы могут использоваться для поддержки или критики определенных политических действий, социальных изменений или культурных трендов» [22, с. 145]. В этом смысле мемы становятся не только отражением общественного мнения, но и «активными участниками в его формировании» [22, с. 145]. Пользователи социальных сетей могут создавать и распространять мемы, чтобы выразить свою позицию по важным вопросам, таким как права человека, экологические проблемы или социальная справедливость. По словам Д. Рашкоффа в книге «Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание», это делает мемы «мощным инструментом для активизма и социальной мобилизации» [21, с. 289].

Итак, систематизация научных представлений о меме позволяет сделать ряд выводов: мем имеет сложную знаковую природу и является полимодальным средством коммуникации. Благодаря сложной знаковой природе мем способен не только фиксировать и передавать значения – сведения о реальном мире, но и генерировать символические смыслы, обладающие прагматическим, аксиологическим, управляющим, коммуникативным эффектом. В определенном контексте мем может становится инструментом выражения эмоций, средством формирования общественного мнения и создания культурной идентичности. В условиях быстро меняющегося цифрового мира мемы продолжают эволюционировать, адаптируясь к новым условиям и требованиям, что делает их объектом изучения различными научными отраслями: коммуникативистикой, социологией и культурологией.

1.2 Технологические факторы развития мема в цифровой среде

Как известно, «мемы существовали в доцифровую эпоху», но именно развитие интернета и цифровых технологий дало им новую жизнь [26]. В современном цифровом обществе ключевую роль играют две детерминанты: визуальный поворот и технический прогресс. Увеличение роли визуальных медиа и сдвиг от доминирования текстовой информации к визуальным образам определил появление большого количества поликодовых мемов. Фундаментальные изменения в способах восприятия информации описывает С. И. Симакова в работе «Визуальный поворот – новая философия в средствах массовой коммуникации». Она отмечает, что сегодня письменные тексты становятся всё короче, уступая место фото и видео, выложенному в сеть. «Визуальный образ стал определяющим символом современной цивилизации, формирующим мировосприятие человека с первых дней жизни», ведь визуализация реальности происходит именно через развитие экранной культуры, становления культа зрелищ и научно-технического прогресса [23, с. 225-227]. Автор отмечает, что «современное общество живёт в эпоху тотального господства визуальности, где человек является одновременно объектом воздействия визуальных образов и субъектом их производства» [23, с. 221-223]. Иначе говоря, в современном мире визуальность определяет стиль жизни человека и влияет на множество сфер жизни. Например, на манеру одеваться, организацию быта, выбор мест отдыха и критерии оценки жизни окружающих.

Второй ключевой фактор, способствующий развитию мема – это эволюция технологий и платформ, благодаря которым создание мемов стало более распространённым. Традиционные виды визуального контента включают в себя иллюстрации и графические элементы, фотографии, фоторепортажи, а также инфорграфику, создание и использование которых стало доступно каждому пользователю интернета.

Сегодняшний медиапотребитель может выбирать различные платформы для быстрого создания визуального контента, в том числе мемов. Лев Манович в работе «Язык новых медиа» акцентирует внимание на том, что благодаря развитию технологий, «пользователи стали играть ведущую роль в создании и взаимодействии с контентом» [17, с. 224]. Трансформация медиа под влиянием цифровых технологий способствует появлению новых форматов и способов распространения контента. «Сегодняшние технологии всех превращают в художников» – отмечает автор [17, с. 224].

Так, ещё в 2005 году был создан сайт 4chan, который на тот момент стал ведущей платформой для генерации и распространения мемов. Пользователи начали создавать и делиться различными изображениями и текстами, которые быстро становились популярными. В работе «Интернет-мем и этика: обзор научных исследований за 2018–2022 гг.» А. В. Гликина отмечает, что «подобные мемы часто отличались своим юмором, ироничностью и абсурдностью, что способствовало их вирусному распространению» [5, с. 546].

Среди наиболее известных мемов, которые возникли на 4chan, можно выделить Rickroll – шутку, заключающуюся в том, что пользователи переходят по ссылке, которая под видом любой другой, на самом деле открывает музыкальное видео Рика Эстли Never Gonna Give You Up. Этот мем стал символом интернет-юмора и продемонстрировал, как простая идея может быстро стать вирусной. Мемы, подобные Rickroll, по мнению Е. Ю. Воякиной, стали «основой для формирования новой культуры общения в интернете, где юмор, ирония и сарказм стали важными элементами взаимодействия между пользователями» [5, с. 78].

Со временем платформы массовой коммуникации стали технически опосредованы, что создало благоприятные условия для того, чтобы мемы распространялись. Особенно, когда у социальных платформ появились свойства визуальности и мультимедийности.

ВК-клипы, в частности, стал популярной платформой для создания коротких видеороликов, которые быстро становятся вирусными. Мемы на этой платформе часто основаны на музыкальных треках, танцах и челленджах, что делает их более интерактивными и привлекательными для пользователей. Эта новая форма мемов демонстрирует, как цифровая коммуникация продолжает эволюционировать, адаптируясь к новым технологиям и предпочтениям пользователей.

Платформы со смешанным контентом позволили пользователям легко создавать, редактировать и делиться информацией, что значительно упростило процесс меметизации – превращения идеи или изображения в мем. Платформы, ориентированные на визуальный контент, способствуют созданию мемов, которые по словам И. М. Дзялошинского «акцентируют внимание на визуальных образах и коротких видеороликах, что делает их более доступными и привлекательными для широкой аудитории» [7, с. 335].

С ростом популярности социальных сетей мемы начали выходить за пределы анонимных форумов и становиться частью массовой коммуникации, обеспечив тем самым своё массовое распространение. Платформы со смешанным контентом предоставили пользователям возможность делиться мемами с широкой аудиторией, что способствовало их распространению и эволюции. В этот период появились такие мемы, как Bad Luck Brian, Success Kid и Grumpy Cat, символизирующие различные эмоции и ситуации, с которыми сталкиваются люди в повседневной жизни. Эти мемы часто использовались для выражения чувства юмора, иронии или сарказма в отношении жизненных неудач и успехов.

Согласно новой концепции развития интернета Web 3.0, мемы приобрели определённую специфику: они стали создаваться пользователями с помощью специальных платформ, сервисов и распространяться в сфере массовой коммуникации совершенно свободно.

Так, на платформе Reddit, пользователи могут создавать свои собственные мемы и делиться ими с сообществом, что способствует

формированию уникальных культурных и социальных групп. «Мемы, созданные пользователями, часто отражают их интересы, ценности и опыт, создавая таким образом более глубокую связь между участниками сообщества» [5, с. 79].

Мемы часто создаются и распространяются в рамках определенных сообществ, которые имеют свои уникальные нормы, ценности и язык. По словам Н. А. Зиновьевой, «эти сообщества могут быть основаны на интересах, профессиональной деятельности или даже географическом положении» [12, с. 196].

Например, мемы, связанные с определенной субкультурой, могут иметь специфические отсылки и шутки, понятные только членам этой группы.

В этом смысле «мемы становятся средством идентификации и сплочения сообщества, позволяя его членам делиться опытом и эмоциями» [12, с. 196].

Помимо этого, с ростом популярности мемов возникли и определенные проблемы. Вопросы авторского права, этики и ответственности за распространение мемов стали актуальными в контексте их использования в коммерческих целях и в политической пропаганде. В работе «Интернет-мем как способ воспроизводства социальной памяти» А. В. Шуталева отмечает, что мемы могут быть использованы «для распространения дезинформации, манипуляции общественным мнением и даже для разжигания ненависти» [30, с. 221].

Систематизация научных представлений позволяет выработать определённый алгоритм анализа мемов, включающий элементы медиаэстетического анализа, разработанного М. В. Загидуллиной.

В работе «К вопросу о разделении «эстетического» и «медиаэстетического» автор предлагает медиаэстетический анализ как метод изучения визуальных и аудиовизуальных медиатекстов. Суть её подхода заключается в выявлении того, как «эстетические характеристики медиаконтента (композиция, цветовое решение, монтаж) взаимодействуют с его содержанием и влияют на восприятие аудитории» [9].

Выводы главы первой.

В качестве рабочего определения, в исследовании мы будем использовать формулировку Ричарда Докинза: «Мем – это единица культурной информации, которая передаётся от одного носителя к другому» [8, с. 374].

История возникновения и развития мемов неразрывно связана с историей человечества в различных ее аспектах. Наибольшее влияние на процесс создания мемов оказывают сферы культуры и технологий. Мемы изучаются различными научными дисциплинами, включая коммуникативистику, социологию и культурологию.

Визуальный поворот и развитие цифровых технологий в XXI веке привели к доминированию в мем-дискурсе визуального контента над текстовым, к изменению роли мемов в организации цифровой коммуникации, к появлению новых способов их производства.

Мемы приобрели сложную знаковую природу и стали полимодальным средством коммуникации, используемым пользователями для выражения мыслей, чувств и идей в доступной и привлекательной для воспринимающего сознания форме. Они не только передают информацию о реальном мире, но и создают символические смыслы с различными эффектами: прагматическими, ценностными, управляющими и коммуникативными. В определённых контекстах мемы становятся инструментом для формирования общественного мнения и культурной идентичности.

Развитие цифровых технологий привело к массовизации мемов: благодаря доступным платформам сегодня автором мема может стать любой человек, обладающий наблюдательностью, развитым критическим и образным мышлением, способный генерировать социально значимые смыслы, владеющий базовыми цифровыми инструментами производства контента.

Глава 2 Актуальный мем-дискурс: тенденции смыслогенерации и форматирования в цифровой среде

2.1 Специфика мем-дискурса в цифровой медиакommunikации

Для выявления тенденций смыслогенерации и форматирования мемов в цифровой среде необходимо разработать комплексную методику анализа, позволяющую выявить и семиотическую природу мема, и контекст генерации, и смысловое наполнение, и особенности форматирования с использованием технологий, и эстетический кумулятивный эффект, так как все эти аспекты являются одинаково важны для мем-дискурса в цифровой среде.

Монокодовые и поликодовые мемы представляют собой разные уровни семиотической сложности. Разделение по этому критерию обусловлено способностью современных медиакommunikаций объединять различные типы знаков, благодаря которым мы можем оценить сложность декодирования мемов.

Смысловые единицы (аллюзии, цитаты, образы) являются ключевыми элементами мема, которые формируют его культурный код. Их объединение в единую структуру позволяет создать ассоциативные связи, являющиеся основой понимания мема, а анализ – выявить скрытые смыслы и специфические элементы. Техническая реализация и композиция, в свою очередь, определяют, насколько эффективно эти смыслы будут переданы целевой аудитории за счёт качества исполнения, взаимосвязи элементов и своей визуальной привлекательности.

Особенно важным является и контекстуальный анализ, поскольку мемы отражают процессы, происходящие в социуме. В условиях поликультурной медиасферы один и тот же мем может иметь различные смыслы, меняющиеся в зависимости от контекста. Именно он определяет понимание и интерпретацию мема, опираясь на время и место его возникновения, актуальные социальные темы. А анализ целевой аудитории и сегмента

распространения напрямую влияет на результаты исследуемой эффективности коммуникации через мемы, выявление потенциальной аудитории и прогнозирование коммуникативного эффекта.

В качестве алгоритма комплексного анализа использовался следующий:

- знаковая природа мема: монокодовый (текст; картинка), поликодовый (сочетание знаков);
- содержание (смысловые единицы (аллюзии, цитаты образы) и их объединение в единую структуру);
- форма (техническая реализация: композиция, взаимосвязь элементов);
- общий смысл (идея), порожденный содержательно-формальным единством;
- контекст возникновения мема;
- сегмент распространения, целевая аудитория, прогнозируемый коммуникативный эффект.

В соответствии с данным алгоритмом, было проанализировано 300 мемов, размещённых в социальной сети «ВКонтакте» и мессенджере Telegram. Результаты анализа позволили создать тематическую классификацию мемов.

В ходе анализа было выявлено, что наибольшее количество мемов генерируют шоковые или триггерные обстоятельства, в которые попадает человек. Например, массовые эпидемии.

Пандемия 2020 года спровоцировала появление целой группы мемов на тему распространения коронавирусной инфекции. В основном, это были поликодовые мемы, которые объединяли текст и картинку. Их смысл заключался в высмеивании абсурдности ситуации, карантинных мер и поведения людей.

В частности, данный мем (Рисунок 1) включает в себя образ человека в защитном костюме на фоне полупустой улицы. Основной посыл – ирония на тему ограничений и изменений в повседневной жизни.

КОГДА ИДЁШЬ НА ПОЧТУ ЗАБИРАТЬ СВОЮ ПОСЫЛКУ С АЛИКА:



Рисунок 1 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Техническая реализация данного мема выполнена с помощью фотошопа, использования визуальных элементов в серых тонах и короткого текстового блока жирного шрифта. Композиция включает в себя простое наложение текста на изображение. Смысл и идея заключаются в описании нелепости ситуации и создании чувства общности среди людей, переживающих схожие трудности. Сегмент распространения – люди всех возрастов, в особенности молодёжь.

Поликодовый мем на основе известного шаблона «Наташ, вставай!» (Рисунок 2) был особенно распространён в социальных сетях также в период коронавируса. С целью высмеять новые привычки и изменения в повседневной жизни, пользователи социальных сетей стали создавать мемы, иронизирующие на тему паники и ажиотажа вокруг продовольственных товаров и продуктов питания. В данном случае главным визуальным образом мема выступают четыре кота, а основной посыл заключается в отсылках к массовым покупкам и запасам товаров в начале пандемии. Техническая реализация осуществлена с помощью наложения текстовых элементов на

визуальные, а с точки зрения композиции, изображение и текст расположены так, чтобы привлечь внимание и заинтересовать пользователя дочитать мем до конца. Ключевой смысл данного мема – абсурдность массовой паники и ажиотажа, а идея – показать нелепость поведения людей в условиях пандемии. Целевой аудиторией мемов с похожими смыслами являются активные пользователи социальных сетей в возрасте от 18 лет.



Рисунок 2 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Поликодовые мемы, высмеивающие актуальную ситуацию (Рисунок 3) возникли, когда ограничения и меры предосторожности стали повседневной частью жизни людей. С целью продемонстрировать абсурдность ситуации и выразить ироничное отношение к происходящему, в данном меме используется знаменитый образ Гарольда. Основной посыл строится на контрасте между серьёзностью ситуации и её комичными аспектами, а

подтекст кроется в социальных отсылках в виде мер безопасности, карантина и новых реалий жизни. С точки зрения технической реализации, для создания данного мема использовался графический редактор. Форма мема включает в себя визуальный элемент в виде яркой картинке и наложенный текст в виде прямой речи. Смысл и идея данного мема заключаются в снятии напряжения путём высмеивания ситуации. Целевая аудитория – молодёжь, люди среднего возраста и активные пользователи социальных сетей.

Ученые: смех может укреплять
иммунную систему

Весь интернет: **смеётся с мемов
про коронавирус:*

Коронавирус:

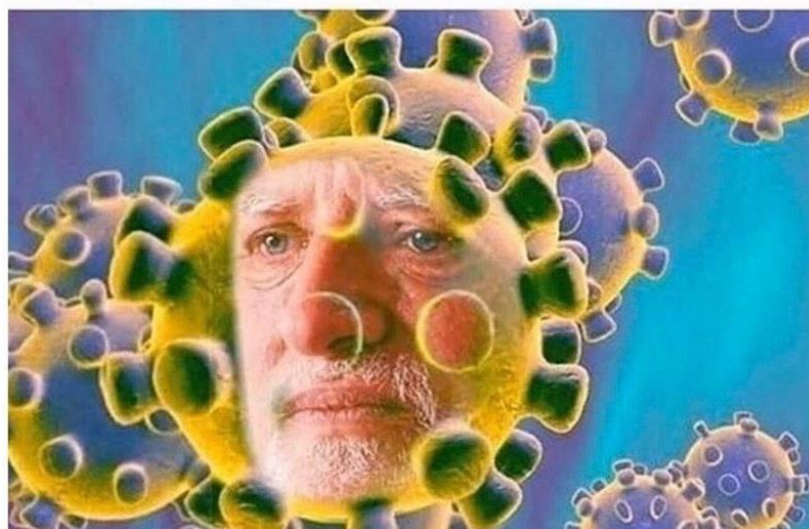


Рисунок 3 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Данная группа поликодовых мемов (Рисунок 4) появилась также в 2020 году и запустила тренд на демонстрацию абсурдности триггерных ситуаций. Цель одного из представителей этой группы мемов заключается в том, чтобы показать реакцию людей на сложные жизненные обстоятельства.

КОГДА ЛЮДИ ДЕЛАЮТ ИЗ ТЕБЯ МЕМ ВМЕСТО ТОГО, ЧТОБЫ БОЯТЬСЯ



Рисунок 4 – мем из социальной сети «ВКонтакте»

Его образы и символы строятся на известном герою мультфильма «Корпорация монстров» Майка Вазовски, который выражает реакцию на неожиданную ситуацию, сопровождающуюся разочарованием. Основной посыл – юмор, основанный на контрасте между ожидаемой и реальной реакцией общества. Техническая реализация мема выполнена с использованием графического редактора, изображение занимает центральное место, а текст усиливает его главный смысл – развлечь аудиторию и показать абсурдность некоторых реакций в интернете. Целевая аудитория – активные пользователи соцсетей, интересующиеся интернет-культурой.

Мем «Карантин бинго» (Рисунок 5) относится к монокодовым. Он возник в период пика пандемии, когда ограничения и меры предосторожности стали обыденностью.



Рисунок 5 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Он состоит исключительно из текстового контента без какого-либо визуального сопровождения. Цель создания – высмеять абсурдность некоторых мер и реакций на коронавирус. С точки зрения содержания, данный мем несёт в себе ироничные и саркастичные комментарии о жизни людей, адаптированной под актуальную ситуацию того времени. Форма – 25 текстовых блоков с заголовком в виде известной свадебной игры «Бинго». Структура – чёткое разделение на заголовок и основной текст. Смысловая нагрузка мема заключается в том, чтобы развлечь аудиторию и поделиться общим опытом. Целевая аудитория – люди всех возрастов, активные пользователи социальных сетей.

Эмпирически наблюдается явная количественная доминанта мемов, имеющих непосредственное отношение к сфере искусства, а именно: аллюзий и интертекстуальных включений, представляющих собой цитирование различных художественных произведений. В частности, массового кинематографа. Одним из наиболее растиражированных образов становится Крёстный отец из одноимённого фильма кинокомпании Paramount Pictures, который оказался настолько глубоким по содержанию, что из него появилось множество мемов (Рисунок 6). Данный мем может быть применен в различном контексте с целью высмеять ситуации, когда просьбы делаются неуважительно или с пренебрежением. Образом выступает человек с недовольным выражением лица и текст, подчёркивающий смысл.

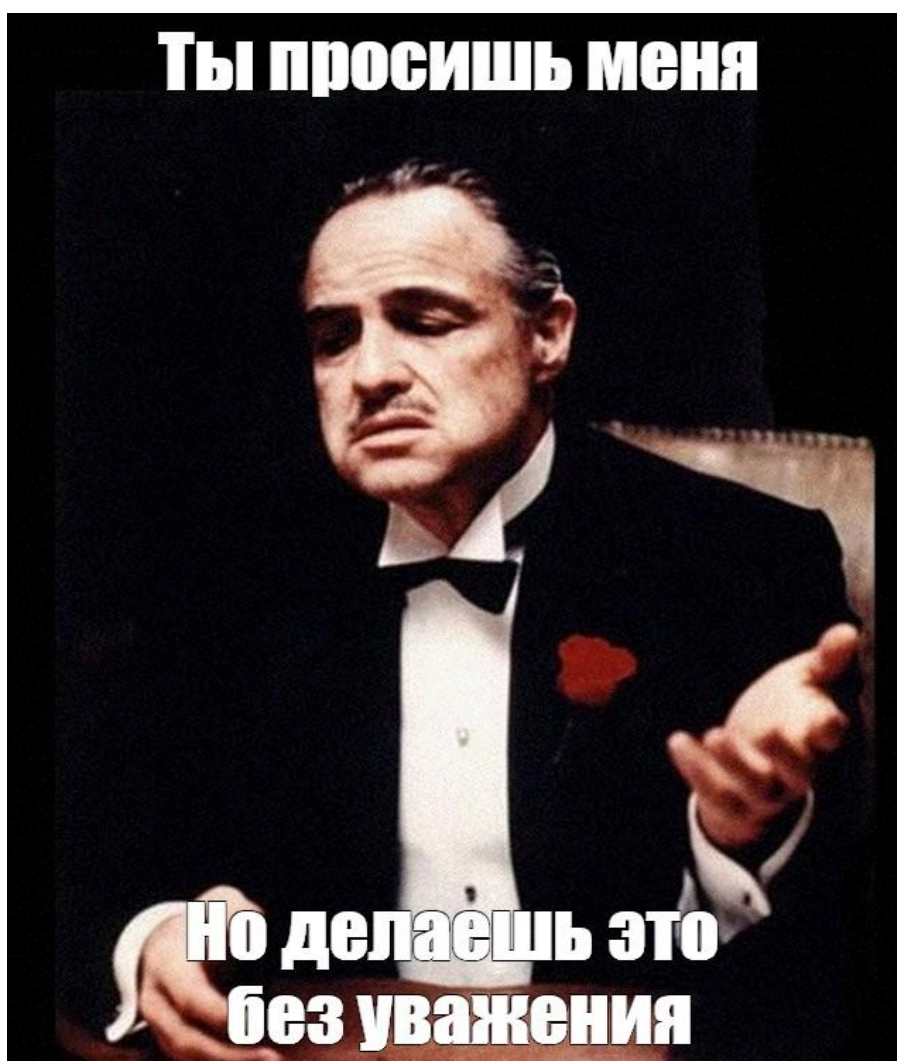


Рисунок 6 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Основной посыл данного мема – юмор, основанный на отсутствии должного отношения к исполнителю просьбы. Техническая реализация мема выполнена с помощью наложения текста в графическом редакторе. Визуальные элементы: изображение человека, которое занимает центральное место и текст, дополняющий смысл. Главной целью использования данного мема является демонстрация абсурдности некоторых форм коммуникации между людьми. Целевой аудиторией такого мема являются пользователи, которые понимают контекст и разделяют ироничное отношение к межличностным коммуникациям. Данный мем быстро адаптируется под новые ситуации, что способствует его распространению и долголетию.

Мем «Знаете, я и сам своего рода учёный» (Рисунок 7) популярен в социальных сетях среди пользователей, использующих в повседневной жизни самоиронию. Целью его использования является демонстрация своих сомнительных достижений или уровня экспертности.



Рисунок 7 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Образом этого мема выступает герой фильма «Человек-паук» Норман Озборн. Форма – кадр и цитата из фильма, за счёт которых композиция

является лёгкой и распознаваемой для восприятия аудитории. Смысл – самоирония и принятия себя. Цель – создание позитивного отклика у аудитории. Целевой аудиторией такого мема являются пользователи от 16 до 30 лет, интересующиеся юмором. Этот мем успешно распространяется благодаря своей универсальности и способности вызывать положительные эмоции у различных социальных групп.

Сочетание кадра из фильма «Вилли Вонка и шоколадная фабрика» и текста «Конечно, я тебе верю» (Рисунок 8) особенно популярно среди пользователей юмористических пабликов. Тренд на ироничные мемы о доверии и сарказме позволил кадру из мюзикла получить широкое распространение. Целью его использования является высмеивание межличностных коммуникаций и демонстрация ироничного отношения в тех случаях, когда доверие собеседника ставится под сомнение.

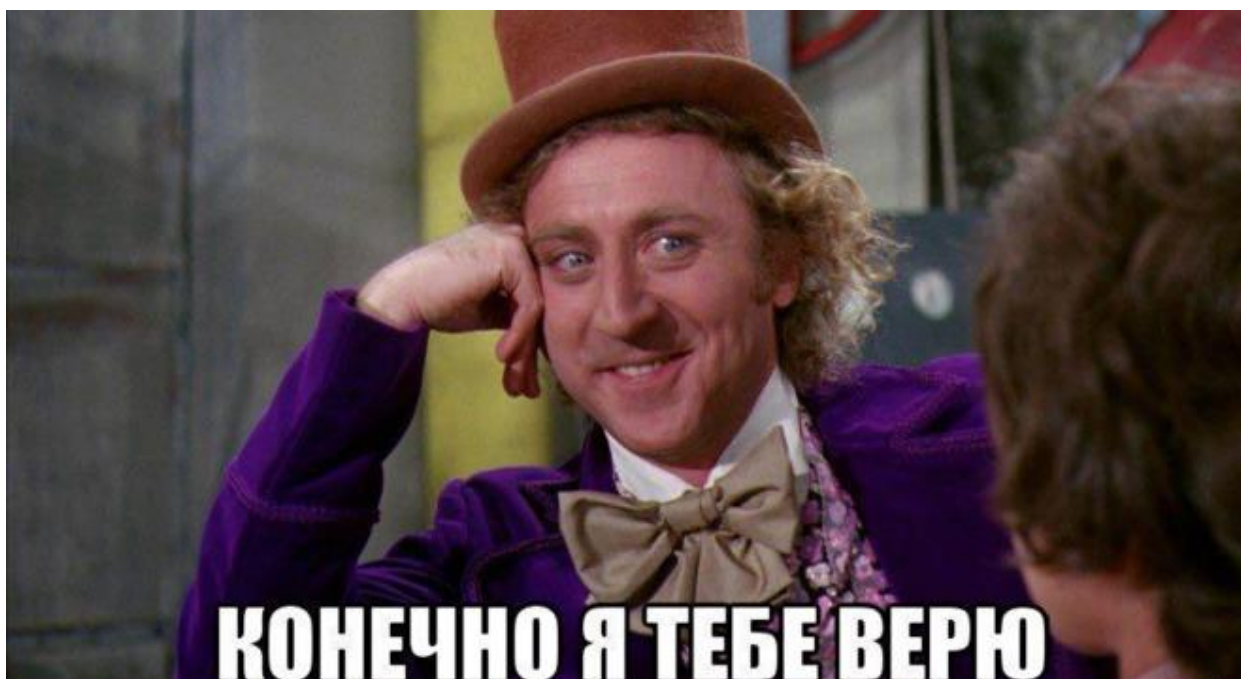


Рисунок 8 – мем из социальной сети «ВКонтакте»

Образ Лиам Уайдлера в сочетании с текстом отсылает пользователей к стереотипным ситуациям недоверия и сарказма в общении. Композиция данного мема простая и сфокусированная на лице персонажа. Целевая

аудитория – активные пользователи социальных сетей и пользователи с определённым бэкграундом. Роль данного мема в формировании общественной коммуникации заключается в способствовании созданию позитивного отклика на сложные ситуации и помощи собеседникам в нахождении общего языка через юмор.

Мем, сочетающий в себе изображение Роберта Дауни-младшего и текстовую фразу, которая может меняться в зависимости от контекста ситуации (Рисунок 9) особенно популярен среди поклонников актёра, фанатов Marvel, а также среди пользователей социальных сетей, которые ценят юмористические изображения знаменитостей.



Рисунок 9 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Появившийся на фоне успеха фильмов студии Marvel, этот мем используется для высмеивания или подчёркивания уверенности пользователей в той или иной ситуации. В качестве ключевого образа используется изображение актёра в характерной позе и простой текстовой фразы, которые в совокупности создают комический эффект. Техническая реализация выполнена с помощью графического редактора. Главный смысл –

подчёркивание уверенности в себе и самоирония. Цель – создание развлекательного контента. Целевой аудиторией данного мема являются люди всех возрастов, особенно фанаты фильмов и сериалов. Простота подачи юмора и узнаваемость актёра делают этот мем понятным и привлекательным для широкой аудитории.

Поликодовый мем с изображением персонажа Шарикова (Рисунок 10) из фильма «Собачье сердце» включает в себя дополнительный визуальный элемент в виде текста, который может меняться в зависимости от контекста ситуации. Этот мем особенно популярен в русскоязычных интернет-сообществах, в Telegram-каналах и социальных сетях. Его появление связано с интересом к классическим произведениям и их адаптации в современном контексте.



Рисунок 10 – Мем из мессенджера Telegram

Целью создания является высмеивание амбициозных, но нереалистичных планов или заявлений, аналогичных персонажу Шарикова. Здесь в качестве главного образа используется изображение актёра фильма,

известного своей самоуверенностью и наивностью. Юмор строится на контрасте амбиций и их заведомо провальной реализации. Техническая реализация мема так же производится с помощью графических редакторов, где создаётся текстовый блок на фоне изображения персонажа фильма. Аудитория распространения данного мема включает в себя пользователей с определённым бэкграундом.

Следующая группа – локальные мемы, характеризующиеся ограниченностью распространения и понимания в рамках определённых территориальных, социальных или культурных групп. Например, в среде студентов. Такие мемы сочетают в себе изображение и элемент в виде текстового блока. В частности, данный мем (Рисунок 11) популярен среди пользователей социальных сетей, особенно в молодёжных сообществах и локальных социальных группах – студентов учебных заведений.



Рисунок 11 – Мем из мессенджера Telegram

Часто используется в контексте обсуждения жизненных дилемм и принятия решений. Целью создания такого мема является иллюстрирование типичных ситуаций выбора между двумя непривлекательными вариантами. В качестве ключевого образа используется комичное изображение кота, который символизирует разочарование или безысходность. Основной юмористический посыл данного мема заключается в контрасте между ключевым образом и вариантами, представленными в текстовом блоке. Мем создаётся с помощью графических редакторов, где на изображение накладывается текст, и имеет простую и легко воспринимаемую структуру. Смысл – демонстрация иронии выбора. Успешность данного мема обуславливается простотой его исполнения и универсальностью сюжета. Целевая аудитория – студенты, пользователи локальных юмористических пабликов.

Локальный мем из паблика «Мемы про универ» (Рисунок 12) высмеивает ситуацию, когда студент слишком поздно начинает готовиться к экзамену: из-за абсурдности создаётся комический эффект.

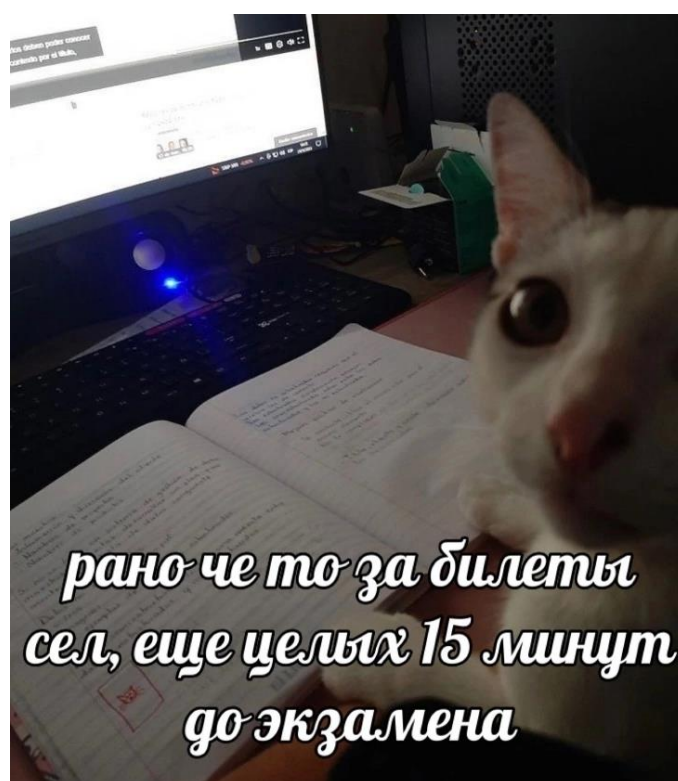


Рисунок 12 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Основной посыл данного мема – ироничное отношение к ситуации, а также отсылка к студенческой жизни и переживаниями перед экзаменами. Форма – текстовый блок на фоне изображения. Целевая аудитория – студенты, школьники, активные пользователи локальных сообществ, связанных со студенчеством. Особенность успеха данного мема заключается в простоте и понятности текста, актуальной теме для определённой целевой аудитории и способности вызвать эмоциональный отклик.

Поликодовый мем, основанный на сопоставлении картинки разъярённого персонажа известного мультфильма «Том и Джерри» (Рисунок 13) и текстового блока, создан с целью повышения настроения студентов и демонстрации очевидного в юмористической форме.



Рисунок 13 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Основной посыл – простая истина о необходимости должного уровня подготовки. Использование типичного студенческого юмора позволяет легко понять целевую аудиторию данного мема – студенты всех уровней образования. Цель – создание лёгкого и позитивного отклика за счёт объяснения очевидных вещей. Данный мем имеет особый успех среди сегментированной аудитории, которая ежедневно сталкивается с необходимостью подготовки к проверке знания путём сдачи экзаменов.

Мем, сочетающий в себе изображение спящего животного и ситуативный текст (Рисунок 14) появился на волне тренда создания мемов о нелюбви к ранним подъёмам и широко распространился в сообществах, посвящённых студенчеству. Цель – показать в юмористической форме типичную реакцию студента на необходимость просыпаться на учёбу.

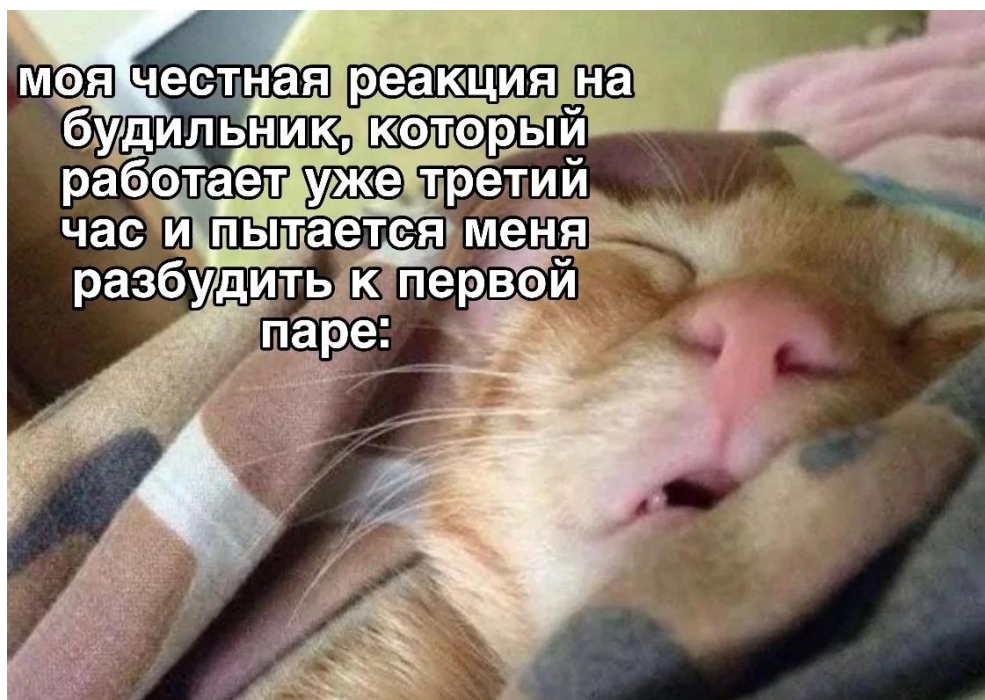


Рисунок 14 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Основной образ – спящий кот, который символизирует лень. Юмористическая составляющая данного мема основана на контрасте между безмятежностью персонажа и реальностью. Техническая реализация выполнена в виде фотографии с наложенным текстом. С точки зрения

композиции, главный образ мема расположен так, чтобы быть частью общей картинки, создавая единое целое. Основная идея – демонстрация типичной реакции пользователей на бытовые ситуации. Целевая аудитория – студенты и молодёжь от 16 до 25 лет. Данный мем стал успешен благодаря актуальности и способности резонировать с целевой аудиторией, которая сталкивается с подобными проблемами.

Мем «Ожидание и реальность» (Рисунок 15) был создан благодаря тренду о сложностях, связанных с написанием и защитой диплома. Основные образы – два кота разной внешности.



Рисунок 15 – Мем из социальной сети «ВКонтакте»

Юмор данного мема основан на контрасте между тяжёлой работой над дипломом и мечтами о будущем отдыхе. Техническая реализация выполнена с помощью фото и наложения двух текстовых блоков. Композиция – коты, расположенные рядом для одновременного создания единства и

противопоставления. Основная идея – продемонстрировать чувства студентов во время написания дипломной работы. Целевая аудитория – молодёжь от 18 до 25 лет, в частности, студенты. Данный мем особенно актуален для пользователей, столкнувшихся с подобной жизненной ситуацией.

Итак, анализ мем-дискурса позволяет сделать вывод о том, что современный мем-дискурс развивается не только благодаря различным жизненным обстоятельствам, в которые попадают пользователи социальных сетей, но и под влиянием цифровых технологий.

В таком случае мемы выступают как многофункциональный феномен, сочетающий в себе элементы разных семиотических систем и обладающий способностью к быстрой репликации и видоизменению.

Мемы выполняют не столько развлекательную функцию, сколько служат средством организации тематической либо таргетированной коммуникации.

2.2 Типология медиамоемов

В основе типологии мемов лежит их классификация по различным основаниям, а знаковая природа мема позволяет говорить об их принадлежности к нескольким группам.

Так, в рамках данной работы мы выделили четыре классификации, которые разделяют мемы на типологические группы:

- по структуре – на поликодовые и монокодовые;
- по источнику заимствования – на кинематографическое, сериальное и анимационное искусство;
- по тематике – на сферу экономики, искусства и учёбы;
- по сфере функционирования – на массовые и локальные.

Следует отметить, что современные цифровые технологии характеризуются наличием большого количества программ и платформ, которые позволяют генерировать мем-контент:

- Imgflip – популярный онлайн-генератор мемов и гифок в котором, помимо множества шаблонов, для загрузки можно выбрать собственное изображение. Поддерживает настройку текстовых полей, шрифтов и стикеров;
- Kapwing – онлайн-платформа, предоставляющая возможность генерировать как обычные, так и видео-мемы;
- Meme Generator Free – приложение для пользователей Android с богатым выбором шаблонов и простым в использовании редактором. Поддерживает генерацию мемов с собственными изображениями;
- Meme Creator by MemeCrunch – онлайн-платформа, в котором можно не только создавать мемы, но и напрямую делиться ими в социальных сетях;
- Canva – известный своими дизайнерскими возможностями инструмент, позволяющий выбирать из множества шрифтов, фонов, изображений, а также загружать собственные;
- Adobe Spark – программа с настраиваемыми текстом, шрифтами и изображениями. Поддерживает видео-контент и имеет удобный интерфейс с полезным руководством;
- Memedroid – приложение, известное своей обширной коллекцией шаблонов и позволяющее быстро генерировать мемы.

Появление подобных цифровых ресурсов для создания мемов привели к их массовизации. В результате данного процесса, мем как инструмент цифровой коммуникации приобрёл характер современного фольклора и получил ряд побочных эффектов: интеграцию в их структуру элементов вульгарного дискурса, в частности, нецензурной лексики; снижению качества и исполнения; искажению смыслов.

Поликодовые мемы (Рисунок 16) включают в себя сочетание различных знаковых систем – текста и изображения. Это наиболее распространённый тип мемов, где визуальный и вербальный компоненты работают в симбиозе для создания комического эффекта.

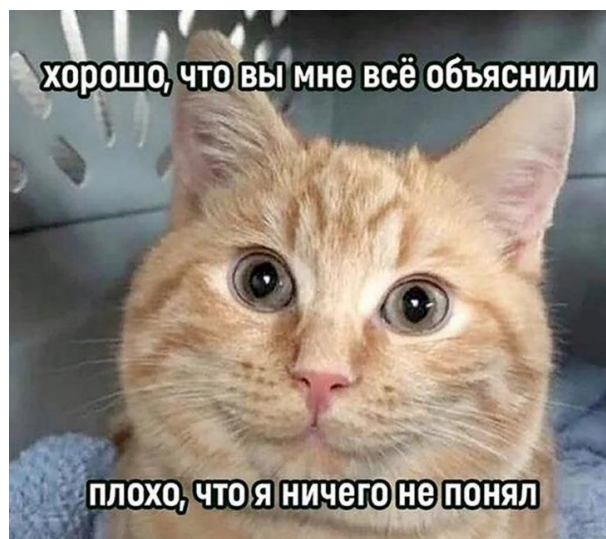


Рисунок 16 – Пример поликодового мема

Монокодовые мемы (Рисунок 17), в свою очередь, используют только одну знаковую систему. Это могут быть как текстовые, так и графические элементы. Они менее распространены и часто менее эффективны в передаче смысла без дополнительного контекста.



Рисунок 17 – Пример монокодового мема

Кинематографические мемы (Рисунок 18) происходят из фильмов, включая как художественные, так и документальные киноленты. Часто это

известные сцены, популярные цитаты или мемы, основанные на сюжетной линии фильма.

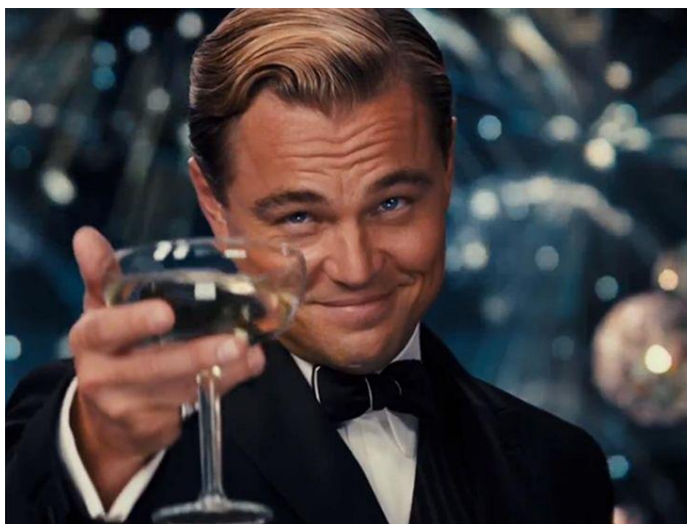


Рисунок 18 – Пример кинематографического мема

Сериальные мемы (Рисунок 19) берут своё начало из сериалов и телешоу. Они могут включать в себя характерные фразы персонажей, сюжетные повороты или визуальные элементы, специфичные для определённого сериала.



Рисунок 19 – Пример сериального мема

Анимационные мемы (Рисунок 20) создаются на основе мультфильмов и зачастую используют характерные стилистику и персонажей для создания комического эффекта.



Рисунок 20 – Пример анимационного мема

Экономические мемы (Рисунок 21) связаны с финансовыми процессами, рыночными отношениями и экономической политикой. Они часто используют специфические термины и концепции.



Рисунок 21 – Пример тематического мема (сфера экономики)

Мемы искусства (Рисунок 22) относятся к сфере творчества, включающую в себя живопись, музыку, литературу и другие формы художественного выражения. Эти мемы могут обсуждать текущие тренды или произведения искусства.



Рисунок 22 – Пример тематического мема (сфера искусства)

Учебные мемы (Рисунок 23) связаны с образовательными процессами, учебными заведениями, методиками обучения и академическими вопросами. Зачастую они высмеивают стереотипы студентов или преподавателей.



Рисунок 23 – Пример тематического мема (сфера учёбы)

Массовые мемы (Рисунок 24) распространяются среди широкой аудитории и часто становятся наиболее вирусными. Они мгновенно охватывают большие группы людей и получают резонанс благодаря своей лёгкой адаптации.



Рисунок 24 – Пример массового мема

Локальные мемы (Рисунок 25) напротив понятны и актуальны только для определённой группы людей или сообщества. Они могут быть связаны с профессиональной деятельностью, специфическими событиями или внутригрупповыми шутками.



Рисунок 25 – Пример локального мема

Итак, сегодняшний мем-дискурс представляет собой некую систему, состоящую из разных элементов: смысловых, знаковых, структурных. Взаимодействуя между собой, они формируют уникальные коммуникативные единицы, способные выполнять разнообразные функции в цифровом пространстве. Появление и распространение таких элементов связано с социокультурным контекстом, отражающим текущие тенденции и изменения в обществе.

Процесс массовизации мемов привёл к тому, что каждый пользователь имеет возможность внести в них новые смыслы. Отсутствие цензуры и должного уровня модерации на сетевых платформах повлекло за собой неконтролируемое распространение визуального контента, который порой становится нераспознаваемым.

Выводы главы второй.

В цифровой среде функционируют различные типы мемов, в связи с чем представляется возможным выделить создание типологии по определённым основаниям: структура, источник заимствования, тематика, сфера функционирования.

В настоящее время смысловая организация мема напрямую зависит от способа объединения знаковых элементов путём:

- компрессии, а именно сложных идей и концепций в лаконичный и легко воспринимаемый формат;
- интертекстуальности – через отсылки к известным культурным произведениям, текстам или событиям;
- поликодовости – сочетания визуальных и вербальных элементов для усиления коммуникативного эффекта;
- юмористического контекста – использования юмора, как средства привлечения внимания для облегчения восприятия серьёзной или сложной информации;
- выражения общественных настроений через сатиру и иронию;

- формирования идентичности – создания и укрепления определённых групп и субкультур;
- создания контента, способного мгновенно распространяться через социальные сети и платформы со смешанным контентом.

Данные способы генерации смыслов обеспечиваются и поддерживаются различными техническими сервисами. В результате их доступности, любой пользователь может стать автором мема, что приводит к определённым проблемам и угрозам:

- качество создаваемого контента варьируется от профессионального до низкого, что негативно влияет на уровень культуры в обществе и снижает стандарты качества;
- искажаются или упрощаются смыслы и значения слов; появляется риск утраты традиционных и культурных языковых норм;
- появляется мем-контент, содержащий агрессию, ненависть или нецензурные высказывания.

Заключение

В цифровой среде роль и процесс смыслопорождения мемов претерпевают определённые технологические трансформации, которые влияют на их содержание и форму. Мемы используются для решения коммуникативных задач – выражения мыслей, чувств и идей в доступной и привлекательной для воспринимающего сознания форме.

В ходе данной работы мы проанализировали теоретические знания о мемах, их функциональные особенности, а также актуальные тенденции и смысловые аспекты мем-дискурса.

Мы также выяснили, что мем имеет сложную знаковую природу и является полимодальным средством коммуникации, способным не только фиксировать и передавать значения – сведения о реальном мире, но и генерировать новые смыслы. Рассматривая мемы, как сложную знаковую систему, мы выделили несколько ключевых аспектов его функционирования: смысловую составляющую и структурную организацию.

В определенном контексте мем может становится инструментом выражения эмоций, средством формирования общественного мнения и создания культурной идентичности.

Исследуя, как мем адаптируется к различным платформам, мы выяснили, что визуальный поворот и развитие цифровых технологий привели к доминированию визуального контента над текстовым и изменению способов восприятия и обработки информации.

В условиях быстро меняющейся цифровой среды мемы продолжают эволюционировать, адаптируясь к новым условиям и требованиям. Они становятся продуктом массового народного творчества, которое имеет положительные черты – создание смыслов, понятных для многих; развитие креативности и самовыражения в обществе. И отрицательные – использование нецензурной лексики; искажение смыслов; угроза языку и культуре.

В ходе анализа актуального мем-дискурса было выявлено, что современная коммуникация активно развивается не только под влиянием цифровых технологий, но и благодаря различным жизненным обстоятельствам, в которые попадают современные пользователи цифровых платформ. В таком случае мемы выступают как многофункциональный феномен, сочетающий в себе элементы семиотических систем.

В проведённом исследовании также были получены результаты, которые имеют дальнейшие перспективы развития.

Результаты бакалаврской работы «Мем как инструмент цифровой коммуникации» могут быть использованы в учебном процессе по направлению «Журналистика», в частности, в предмете «Жанры и форматы журналистики мнений» для того, чтобы студенты развивали компетенции, необходимые для создания мемов – публицистических медиатекстов, востребованных в визуальной цифровой коммуникации.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Амзин А. А. Новые и экспериментальные форматы // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург, Москва : Гуманитарный университет, Кабинетный учёный, 2016. 304 с.
2. Борисенко В. А., Мкртчян Т. Ю. Мем как диагностирующая единица ключевых проблем современного общества // Гуманитарные и социальные науки. 2022. № 5. С. 36-42.
3. Бычкова М. Н. Культура сетевых коммуникаций и цифровая грамотность [Электронный ресурс] // М. Н. Бычкова. 2019. URL: <https://vital.lib.tsu.ru/vital/access/services/Download/vtls:000674994/SOURCE1> (дата обращения: 14.01.2025).
4. Воякина Е. Ю. Цифровой мультимедийный дискурс как объект лингвистического анализа // Современные дискурсивные практики: подходы и решения: монография / В. С. Григорьева, Н. Ю. Бородулина, М. Н. Макеева и др.; под общ. ред. Л. Г. Поповой. Тамбов : Издательский центр ФГБОУ ВО ТГТУ, 2023. С. 74-217.
5. Гликина А. В. Интернет-мем и этика: обзор научных исследований за 2018–2022 гг. [Электронный ресурс] // Медиалингвистика. 2023. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-i-etika-obzor-nauchnyh-issledovaniy-za-2018-2022-gg> (дата обращения: 14.01.2025).
6. Голубева А. Р., Семилет Т. А. Мем как феномен культуры // Культура и текст. 2017. №3 (30). С. 193-205.
7. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: сущность и основные характеристики // Развитие русскоязычного медиапространства: коммуникационные и этические проблемы: материалы научно-практической конференции (26–27 апреля 2013 г.). Москва : ДПК и ППРО, 2013. С. 330-346.
8. Докинз Р. Эгоистичный ген. Москва : Corpus, 2022. 512 с.

9. Загидуллина М. В. К вопросу о разделении «эстетического» и «медиаэстетического» // Челябинский гуманитарий. 2022. № 1 (58). С. 37-45.
10. Загидуллина М. В. Контекст и медиаэстетика: возможности развития алгоритмов дискурс-анализа // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2022. Т. 41. № 4. С. 621-627.
11. Загидуллина М. В. Панмедиатизация: закат вербальной коммуникации. Челябинск : Челябинский государственный университет, 2019. 225 с.
12. Зиновьева Н. А. Воздействие мемов на Интернет-пользователей: типология Интернет-мемов [Электронный ресурс] // ВЭПС. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozddeystvie-memov-na-internet-polzovateley-tipologiya-internet-memov> (дата обращения: 14.01.2025).
13. Иванова Л. В. Метажанровый подход к журналистскому тексту: постановка проблемы // Текст: филологический, социокультурный, региональный и методический аспекты: сб. материалов VII Международной научной конференции (к 80-летию профессора Г. Н. Тараносовой), Тольятти, 17-19 апреля 2023 г.: в 2 ч. Ч. I / под ред. И. А. Измestьевой. Тольятти: Издательство ТГУ, 2023. С. 330-337.
14. Изгаршева А. В. Интернет-мем как медиатекст: лингвистический аспект [Электронный ресурс] // Вопросы современной лингвистики. 2020. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-mediatekst-lingvisticheskiy-aspekt> (дата обращения: 14.01.2025).
15. Кузнецов И. С. Мемы. Научный взгляд на феномен поп-культуры, захвативший мир. Москва : Эксмо, 2022. 208 с.
16. Лысенко Е. Н. Интернет-мемы в коммуникации молодежи // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2017. № 4. С. 410-424.
17. Манович Л. З. Язык новых медиа / пер. с англ. Кульчицкой Д. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2018. 399 с.

18. Мемы в маркетинге: 52% россиян хотят видеть такой контент [Электронный ресурс] // Институт общественного мнения. URL: <https://iom.anketolog.ru/2023/08/17/memy-v-marketinge> (дата обращения: 23.01.2025).
19. Мустафин А. А. К вопросу о ключевых понятиях теории знаков Чарльза Пирса и Чарльза Морриса // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2022. Вып. 3. С. 32-41.
20. Пстыга А. Мультиmodalность медиатекста в новом коммуникативном пространстве (наблюдения и замечания) // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2021. Т. 40, № 4. С. 442-450.
21. Рашкофф Д. Медиавирус! Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание. Екатеринбург : Ультра Культура, 2003. 368 с.
22. Рыжков К. Л. Интернет-мемы как новое социально-культурное явление [Электронный ресурс] // Человек и культура. 2021. №4. С. 143-150.
23. Симакова С. И. Визуальный образ – основа формирования визуального языка коммуникации // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 3 (37). С. 89-94.
24. Симакова С. И. Визуальный поворот – новая философия образа в средствах массовой коммуникации // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 10. С. 225-232.
25. Топчий И. В. Медиаэстетический анализ паблика СМИ в социальных сетях // Медиаэстетический компонент современной коммуникации: коллективная монография. Челябинск: Челябинский филиал РАНХиГС, 2020. С. 95-123.
26. Федорова М. А. Что есть мем? Мем как маркер эпохи, инфоповод и развлекательный контент // PRРИМРА. 2017. №16. С. 90-97.
27. Чалдини Р. Психология влияния. 5-е изд. : Питер, 2017. 336 с.
28. Часовский Н. В. Интернет-мем как особый жанр коммуникации [Электронный ресурс] // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. 2015. № 2 (61).

URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-osobyi-zhann-kommunikatsii> (дата обращения: 14.01.2025).

29. Шомова С. А. Мемы как они есть: учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2018. 136 с.

30. Шуталева А. В., Путилова Е. А. Интернет-мем как способ воспроизводства социальной памяти [Электронный ресурс] // Манускрипт. 2017. №123 (86). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-mem-kak-sposob-vozproizvodstva-sotsialnoy-pamyati> (дата обращения: 14.01.2025).

31. Эволюция визуального образа в массмедийной коммуникации: коллективная монография / под ред. И. В. Топчий, С. А. Панюковой. Челябинск : Изд-во Челябинского государственного университета, 2024. 359 с.

32. Ягодкина М. В. Мемы в интернет-коммуникации // Art Logos. 2019. № 2 (7). С. 142-151.