

Шифр «Меми»

**МЕМИ ЯК ЗАСОБИ ПОШИРЕННЯ ІДЕОЛОГІЇ У МЕДІАПРОСТОРІ:
СОЦІОЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ**

2020

ЗМІСТ

<i>ВСТУП</i>	3
<i>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ ...</i>	7
1.1. Медіадискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень	7
1.2. Інтернет-дискурс як особлива сфера реалізації комунікації	9
1.3. Мем як феномен загальнокультурного простору	11
<i>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1</i>	15
<i>РОЗДІЛ 2. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МЕМА ЯК ЕЛЕМЕНТА ІДЕОЛОГІЇ</i>	16
2.1. Гіперреальність як новий вимір соціальної реалізації	16
2.2. Етапи формування мема як симулякра реальності	18
2.3. Інтернет-мем як елемент ідеології	24
<i>ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2</i>	28
<i>ВИСНОВКИ</i>	30
<i>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</i>	32

ВСТУП

Соціальне буття людини має безпосередній зв'язок з мовою, у якій поступово знаходять відображення події навколишнього світу. Виникнення нових тенденцій у соціумі впливає на поведінку людей, міжособистісну взаємодію. Завдяки технологічному прогресу змінюються канали передачі інформації та, відповідно, методи комунікації в Інтернет-просторі.

Саме тому, увага лінгвістів була перенесена на більші одиниці дослідження, дискурси, що, окрім вербальних засобів взаємодії, охоплюють також соціальний контекст та інші екстралінгвістичні феномени. Одним із нових засобів передачі інформації є меми, що виникають як реакції на події суспільного життя. Ці медіаелементи можуть поширювати інформацію певного ідеологічного спрямування, тому що деякі меми лише імітують реальність, а не достовірно передають її.

Дослідженнями медіадискурсу займалися Т. ван Дейк [6], Т. Г. Добросклонська [8], М. Р. Желтухіна [10], Д. Крістал [25], Ю. О. Шевлякова [21]. Поняття «мем» було висвітлено у працях С. Блекмора [23], Р. Броуді [24], У. Дюрема [27], К. Р. Ембера [28], Ч. Ламсдена [31], А. Лінча [32]. Особливості Інтернет-дискурсу були проаналізовані у дослідженнях Н. Г. Лукашенка [12], Е. Ю. Распопина [15], О. В. Романова [18].

Актуальність пропонованого дослідження зумовлена прикладним спрямуванням сучасних лінгвістичних студій, а також потребою у соціолінгвістичному аналізі мемів, як засобів імітації реальності та одного із методів ідеологічного впливу. Незважаючи на популярність цього жанру медіадискурсу та його значне прагматичне навантаження, у сучасній англістиці відсутні соціолінгвістичні дослідження мемів. Це зумовило потребу аналізу вищезазначених медіаелементів як засобів поширення ідеології у медіапросторі.

Мета дослідження полягає у контент-аналізі Інтернет-мемів та виявленні особливостей їх перетворення на елементи ідеологічного впливу в контексті медіадискурсу (на матеріалі політичних мемів про Д. Трампа).

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких основних завдань:

- 1) вивчення загальних особливостей медіадискурсу;
- 2) виокремлення основних аспектів Інтернет-дискурсу;
- 3) вивчення поняття «мем» та особливостей його класифікації;
- 4) окреслення ролі мема у мас-медійному просторі;
- 5) практичне обґрунтування ролі медіадискурсу як симулякра реальності;
- 6) аналіз політичних мемів про Д. Трампа як елементів конструювання гіперреальності;
- 7) пояснення ролі Інтернет-мемів як ідеологем в політичному дискурсі.

Об'єктом дослідження є політичні мемі про Дональда Трампа як один із засобів впливу у контексті медіадискурсу.

Предметом дослідження є особливості та етапи перетворення Інтернет-мемів на симулякри реальності, задля розповсюдження ідеології в межах певної соціальної групи.

Матеріалом дослідження стали політичні мемі про чинного президента США Дональда Трампа, зафіксовані на веб-сайті *Knowyourtete*.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали фундаментальні положення соціолінгвістики та когнітивної лінгвістики, сучасні напрацювання українських та зарубіжних науковців у сфері структурного аналізу та опису конститутивних ознак дискурсу. У роботі використано комплекс методів дослідження. *Дескриптивний метод* застосовується для опису політичних мемів про Д. Трампа як елементів конструювання гіперреальності. *Метод логічного узагальнення* імплементовано для теоретичного обґрунтування важливості поставлених завдань та дефініції ключових понять дослідження. Використано *компонентний аналіз* задля визначення семантичних характеристик Інтернет-мемів та *зіставний метод* з метою порівняння мемів і виявлення головних особливостей цих медіаелементів на різних етапах розвитку. У процесі дослідження мемів здійснено також *контент-аналіз* цих медіаодиниць задля систематичного і

кількісного опису змісту мемів під час їх перетворення на елементи гіперреальності.

Наукова новизна дослідження полягає у соціолінгвістичному аналізі Інтернет-мемів як засобів ідеологічного впливу та ототожненні мемів з симулякрами реальності; обґрунтуванні ролі мема як ідеологеми у політичному дискурсі.

Теоретична значущість роботи полягає у тому, що в ній зроблено внесок у розвиток окремих галузей загального мовознавства: соціолінгвістики (визначено, що меми як симулякри реальності можуть апелювати до цінностей, інтересів певної соціальної групи та виникати як реакції на події в соціумі); політичної лінгвістики (запропоновано ототожнення мемів з ідеологемами відповідно до їх ролі в політичному дискурсі та значення, що змінюється залежно від політичної прагматики); медіалінгвістики (обґрунтовано роль медіадискурсу як симулякра третього типу та мемів як елементів творчо створеної реальності у контексті медіапростору).

Практична цінність дослідження. Отримані практичні результати та теоретичні висновки можуть бути використані в навчальному процесі під час викладання теоретичних курсів соціолінгвістики, когнітивної лінгвістики, політичної лінгвістики, медіалінгвістики.

Результати дослідження були **апробовані** на Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку», що проходила на базі Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету імені Григорія Сковороди 19 лютого 2020 року та були опубліковані у збірнику матеріалів конференції.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів з висновками до кожного з них, загальних висновків та списку використаної літератури, що налічує 34 позиції. У першому розділі проаналізовано загальні теоретичні положення з питань медіадискурсу, Інтернет-дискурсу, виокремлено основні характеристики мемів як феномену загальнокультурного простору. Другий розділ присвячено компонентному аналізу Інтернет-мемів та

порівнянню цих медіаелементів на різних етапах розвитку. Загальний обсяг роботи – 33 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МЕМІВ

1.1. Медіадискурс як об'єкт лінгвістичних досліджень

У двадцять першому столітті лінгвістичні дослідження є надзвичайно динамічними, адже завдяки постійній зміні тенденцій у соціокультурному та політично-економічному просторі, науковий аналіз явищ потребує поглиблення теоретичних узагальнень. Поява нових каналів передачі інформації детермінує особливості комунікації, що окрім мовних феноменів інтегрує велику кількість екстралінгвістичних явищ: різні способи мислення, поведінки, взаємодії, оцінки, впливу, почуття, віри, використання символів [29, с. 19]. Саме тому увага науковців, зокрема лінгвістів, була перенесена з менших одиниць дослідження на більшу – дискурс, аналіз якого окрім соціального контексту поширюється також на дослідження усіх можливих одиниць рівнів мовної структури: фонем, морфем, лексем, речень.

Згідно з твердженням В. І. Карасика, аналіз дискурсу – це міждисциплінарна область знання, що знаходиться на стику лінгвістики, соціології, психології, етнографії, семіотичного напрямку літературознавства, стилістики та філософії [11]. У контексті аналізу різноманітних лінгвістичних процесів важливим є дослідження медіадискурсу, як сфери передачі інформації, розвитку соціальної думки, формування концептуальної картини світу людини та уособлення складної структурованої системи мовленнєвої та технічної взаємодії. Окрім власне висловлювань, учасників мовленнєвих актів, каналу передачі інформації, медіадискурс охоплює також велику кількість позамовних інтегральних складових. Це зумовлює розбіжності у лінгвістичній класифікації даного типу дискурсу, спричинені існуванням великої кількості параметрів та критеріїв характеристики цього поняття.

Часто науковці аналізують медіадискурс згідно з виконуваною комунікативною функцією, виділяючи публіцистичний дискурс, рекламний

дискурс, PR-дискурс. Проте найбільш загальним є поділ мас-медійного дискурсу на типи, відповідно до видів медіа, відмінних за своїми технічними характеристиками. Саме тому Т. ван Дейк [6], Т. Г. Добросклонська [8], М. Р. Желтухіна [10], Д. Крістал [25], Поліщук О. П. [13], Потапенко С. І. [14], Ю. О. Шевлякова [21] виділяють такі типи медіадискурсу:

- дискурс преси, тобто друкованих ЗМІ;
- радіодискурс;
- дискурс телебачення;
- Інтернет-дискурс, що охоплює всі електронні варіації мас-медійної комунікації.

Такі типи медіадискурсу є структурними формами загального соціально-мовленнєвого контексту епохи та мають власні стилістичні, структурно-композиційні та репрезентативні схеми, які залежать від характерних особливостей кожного каналу передачі інформації (аудіальні, візуальні та аудіовізуальний канали впливу в медіа-просторі) [12, с. 10] та «фактору адресата». Вплив на масового адресата в медіапросторі за своєю метою є схожим до маніпулятивного впливу в міжособистісному спілкуванні і відрізняється лише способом передачі інформації (опосередкованість мас-медіа та неможливість миттєвого коригування засобів впливу залежно від реакції адресата) і індивідуально-масовою природою адресата.

На нашу думку, дослідження особливостей медіадискурсу є доцільним у контексті когнітивної соціолінгвістики, що приділяє велику увагу сферам соціального застосування когнітивних ресурсів людської мови. Когнітивна соціолінгвістика займається вивченням основ мовної категоризації та дозволяє зрозуміти як певне когнітивне чи соціальне явище може стати засобом політичної маніпуляції чи соціальної дискримінації. Саме тому, багатоаспектний аналіз медіадискурсу на основі теоретичних засад когнітивної соціолінгвістики уможливить визначення методів, етапів конструювання впливу на людське сприйняття та розуміння конкретних соціальних подій за допомогою елементів медіакультури, що поширюють інформацію на основі

конкретних правил, які залежать від типів медіадискурсу, найпопулярнішим з яких є Інтернет-дискурс.

1.2. Інтернет-дискурс як особлива сфера реалізації комунікації

У сучасному комунікативному просторі, що формується у процесі взаємодії різних типів дискурсу, великий відсоток передачі інформації припадає на Інтернет-сферу. Інтернет-дискурс є невичерпним джерелом даних, тому що «світова павутина» – це синтез ідей віртуальності, гіпертексту, мультимедіа, універсальної інформаційної мережі, мережевого суспільства та нелінійного мислення [18]. Поєднуючи певні риси усного та писемного мовлення, Інтернет-дискурс характеризується гібридністю, що пов'язана із формою та принципами реалізації спілкування.

Аналіз наукових розвідок з питань Інтернет-комунікації дав змогу виокремити такі особливості Інтернет-дискурсу [12]:

- 1) відсутність синхронного зворотного зв'язку: учасникам комунікативних актів складно зрозуміти, чи правильно проінтерпретоване повідомлення, тому що реципієнт з технічних причин не має можливості синхронної відповіді, що уповільнює процес взаємодії (попри оперативність передачі даних);
- 2) часткова або повна відсутність комунікативної зміни ролей (*turn-taking*), що є важливим організаційним засобом мовленнєвого дискурсу.
- 3) наявність лише експліцитно переданої інформації та відсутність паралінгвальних засобів комунікації, що формують комунікативно-прагматичний аспект дискурсу; зазвичай їх компенсують графічними засобами (емотиконами тощо), аудіо та відеоелементами – креолізованість тексту;
- 4) відсутність рис живого мовлення, пов'язаних зі спонтанністю – вставних конструкцій (*comment clauses*) [25, с. 30-40];

- 5) постійне використання скорочень задля пришвидшення спілкування – «метакомунікативний мінімалізм»;
- 6) архівабельність – часткова незалежність інформації від часу та простору та амбівалентність хронотопу, адже комуніканти перебувають одночасно в кількох локально-часових позиціях: віртуальній, умовній і реальній [18, с. 17-20];
- 7) статусна рівновага, що уможливлює рівноправність між учасниками Інтернет-дискурсу завдяки частковому нівелюванню соціальних, гендерних та вікових ознак комунікантів;
- 8) постійне оновлення вебінформації задля забезпечення її релевантності;
- 9) відсутність єдиної системи індексування для впорядкування і класифікації мови Інтернет-дискурсу; тематичний розподіл такого масиву інформації не є ефективним [25, с. 44-47];
- 10) лабільність мовлення (відсутність чітких стандартів вербальної поведінки) та ситуаційна регламентованість, що у деяких випадках встановлює певні обмеження у Інтернет-спілкуванні з боку адміністрації чи інших користувачів;
- 11) комбінація різних типів дискурсу;
- 12) гіпертекстовість, що забезпечує взаємозв'язок сторінок, речень, фраз, слів через посилання [4, с. 50-57]. Гіперпосилання Інтернет-дискурсу – це перелік або список часто підкреслених чи виділених ключових слів/словосполучень, основною функцією яких є навігація по електронному тексті [12, с. 8].

Наявність такої кількості особливих ознак Інтернет-дискурсу зумовлює існування у сучасній лінгвістиці порівняно різних підходів до трактування цього поняття:

- Інтернет-дискурс – когнітивно-комунікативний простір Глобальної мережі, в якому засобами електронного каналу передачі даних і гіпертекстуального механізму їх структурування та маршрутизації за допомогою вербальних

засобів здійснюється комунікативна взаємодія, що характеризується заміною реального образу вигаданим [17];

- Інтернет-дискурс – текст, що побутує в Інтернет-системі, у якому комунікативна установка імпліцитно відображає суб'єктивно-особистісну авторську позицію, змодельовану з врахуванням психологічних, лінгвістичних та технологічних факторів [3, с. 7];
- Інтернет-дискурс – процес створення текстів у сукупності з прагмалінгвістичними, соціокультурними, психологічними факторами [1, с. 7];
- Інтернет-дискурс – складна текстова система, зумовлена екстралінгвістичними, соціокультурними факторами і специфічною ситуацією вступу в мовленнєвий контакт за допомогою комп'ютера та інших електронних приладів як користувачів один з одним в мережі Інтернет, так і користувачів з дискурсивним Інтернет-простором [15, с. 9].

Враховуючи концепції лінгвістів щодо трактування терміну «Інтернет-дискурс», доцільно стверджувати, що Інтернет-простір – це складна система, елементи якої функціонують в межах лінгвістичного та паралінгвістичного контекстів і реалізуються у процесі комунікативної та когнітивної діяльності. Вважаємо, що в Інтернет-дискурсі не існує чітких правил реалізації комунікації, що зумовлює постійне виникнення нових тенденцій до об'єктивізації думок в Інтернеті. Одним із таких методів передачі ідей є мему.

1.3. Мем як феномен загальнокультурного простору

Інформація, що поширюється в Інтернеті, є часто спонтанною, але особливості культури та мислення, попри обмеженість віртуальним середовищем, можуть бути реалізовані різними полікодовими системами. Саме тому, доцільним стає вивчення явищ, у яких відображені характерні ознаки нових інформаційних процесів – мемів. Цим поняттям зазвичай позначають

культурні стереотипи і явища сучасної дійсності, які є актуальними та цікавими для аудиторії.

Термін «мем» був уперше використаний англійським біологом і засновником теорії мемів Річардом Доукінзом у 1976 році у книзі «*The Selfish Gene*» («Егоїстичний ген») [9]. У своєму дослідженні науковець провів аналогію між генетичною та культурною еволюцією, у якій мем функціонує як ген та здатний до самовідтворення, самокопіювання, мутації та штучної селекції. Таким чином, мем є невід'ємною частиною загальнокультурного простору і безпосередньо впливає на свідомість людини, поширюючись шляхом копіювання синтагматично (від однієї людини до іншої) та парадигматично (від покоління до покоління). Науковець Д. Рашкофф у своїй праці «Медіавірус. Як поп культура впливає на нашу свідомість» [16] аналізував мему з позиції медіадосліджень та розглядав їх як феномени, що здатні поширюватися каналами ЗМІ та Інтернетом, і викликати соціально значимі події (наприклад, змінювати громадську думку).

Згідно з дослідженнями Д. Бека виділяють такі особливості цього феномену [2]:

- мему виникають у вільному комунікативному просторі;
- мему є уособленням незвичайної емоції чи специфічного виразу обличчя, що ілюструє ставлення автора до ситуації;
- мему прямо чи опосередковано впливають на мислення людини, прийняття нею рішень;
- мему набувають кінцевого змісту в межах певного соціально-історичного контексту.

Питання «мемів» проаналізовано у працях Ч. Ламсдена [31], А. Лінча [32]. З психологічної точки зору це явище розглядали С. Блекмор [23], К. Грейвз [30]; з позицій антропології – У. Дюрем [27], К. Р. Ембер [28]; аналітичної філософії – Д. Деннет [26]; інформатики і кібернетики – Р. Броуді [24].

Меми в Інтернет-просторі функціонують як метамова, часто складаються з алюзій, пропонують віднайти нові змісти, передаючи основну інформацію імпліцитно, що властиво для епохи Постмодернізму. Для мемів характерні інформаційні прогалини, які кожен заповнює на основі власного досвіду [20]. Люди також підсвідомо ретранслюють меми, ділячись новинами, жартами, мелодіями, які не мають практичного значення для більшості реципієнтів. І. Дацкевич визначає ці зміни як прояв нової масової «*comment-культури*», головною загрозою якої є відсутність індивідуальної волі, відмова від рефлексивного сприйняття, що створює базис для маніпуляцій [21].

У контексті медіадискурсу меми часто розглядають як певні приховані в привабливій інформаційній оболонці ідеологічні звернення, які за допомогою Інтернет-мережі досягають аудиторії та впливають на сприйняття реальності споживачами медіасфери. Це часто призводить до появи медіавірусів, які вперше виявив Д. Рашкофф, використавши термін для позначення медіаподій, що призводять до певних соціально значущих наслідків [16]. Головним завданням медіавірусу є залучення стороннього індивіда до обговорення та частковий вплив на нього. За умови успішного засвоєння мема виникає так звана «меметична інфекція» [19].

Аналіз наявних концепцій дослідження засвідчив, що меми класифікують за різними рівнями:

- 1) мемплекси (англ. *memplex* — «меметичний комплекс») – глобальні культурні пласти, об'єднані у взаємопов'язаний культурний комплекс, наділений певним соціальним значенням. Таким чином, мемплекси уособлюють конкретні моделі поведінки, що впливають на розвиток суспільств, цивілізацій;
- 2) меми локального рівня, що є структурними елементами мемплексів, володіючи внутрішніми зв'язками. Такі меми не накопичуються в процесі соціалізації і не належать до певного культурного середовища;
- 3) медіа-меми, що поширюються пресою, радіо, телебаченням, в Інтернеті завдяки високій комунікативній активності цих каналів передачі інформації.

Відповідно до форми, вчені поділяють меми на дві групи:

1) креолізовані меми (зображення + текст), що мають смислову гомогенну систему, яка складається з декількох структурних рівнів: вербального, візуального, музично-звукового. Такі меми іноді стають основою для створення певної “крилатої” фрази, що згодом стає впізнаваною та цитується у різних соціальних мережах з нульовим ступенем креолізації (тобто перетворюється на власне текстовий мем) [7].

2) власне текстові меми, що виникають на основі креолізованого мему, чи мають вільну етимологію [7]. Зазвичай, це слова, словосполучення або речення, які наділені граматичними ознаками звороту, проте існують і більші за обсягом винятки. Чіткі межі такого явища визначити складно, тому що такі текстові меми можна розглядати як у культурному, так і у власне мовному контексті.

Отже, усі види медіадискурсу, зокрема Інтернет-дискурс, охоплюють різні сфери суспільного життя, слугують платформою для формування та розвитку соціальної думки, прямо чи опосередковано впливаючи на людське мислення. Одним із методів такого впливу є мем, що завдяки невеликій за обсягом зовнішній формі, легко запам'ятовується та змінює мислення та поведінку особистості, передаючи імпліцитно виражену інформацію.

Аналіз Інтернет-мемів на основі теоретичних засад когнітивної соціолінгвістики дозволить пояснити мотиви та етапи створення мемів у соціальному контексті, дослідити роль, яку меми відіграють у процесі поширення певної ідеології.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

У процесі дослідження різноманітних лінгвістичних процесів важливим є аналіз медіадискурсу, як сфери розвитку соціальної думки та синтезу складних систем мовленнєвої та технічної взаємодії. Медіадискурс інтегрує також велику кількість позамовних складових, тому існують певні розбіжності у лінгвістичній класифікації даного типу дискурсу. Оскільки успішне поширення інформації в медіа залежить від каналів її передачі, сприйняття через призму ментальних структур та актуальних критеріїв репрезентації певних ідей, важливим є вивчення різних типів медіадискурсу, найпопулярнішим з яких є Інтернет-дискурс.

Враховуючи концепції лінгвістів щодо Інтернет-дискурсу, доцільно стверджувати, що елементи Інтернет-простору функціонують в межах лінгвістичного та паралінгвістичного контекстів і реалізуються у процесі комунікативної та когнітивної діяльності. Вважаємо, що в Інтернет-дискурсі не існує чітких правил реалізації комунікації, що зумовлює постійне виникнення нових тенденцій до об'єктивізації думок в Інтернеті. Одним із таких методів передачі ідей є меми.

На нашу думку, дослідження особливостей медіадискурсу та Інтернет-дискурсу є раціональним у контексті когнітивної соціолінгвістики, що вивчає основи мовної категоризації. Оскільки елементи медіакультури, меми, функціонують в Інтернет-просторі як метамова, часто складаються з алюзій та передають основну інформацію імпліцитно, кожен їх декодує, базуючись на власному досвіді та сприйнятті світу. Дослідження теоретичних та практичних

засад існування мемів у медіапросторі у контексті когнітивної соціолінгвістики дозволить проаналізувати особливості розвитку цих медіаелементів, визначити методи, етапи конструювання впливу на людське сприйняття та розуміння конкретних соціальних подій за допомогою Інтернет-мемів.

РОЗДІЛ 2

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МЕМА ЯК ЕЛЕМЕНТА ІДЕОЛОГІЇ

2.1. Гіперреальність як новий вимір соціальної реалізації

Кожен мем містить певну культурну інформацію у формі впізнаваної ідіоми, символу, зображення, мелодії, яку соціальна група наділяє особливим додатковим змістом. Досвід схожих переживань, реакцій на різноманітні події «кристалізується» в мемах, що завдяки лаконічності та точному відображенню певної емоції, цінності, стереотипу, швидко поширюються серед членів конкретної спільноти. Тому кожен, кому вдається успішно декодувати зміст окремої фрази, малюнка, відео чи мелодії і правильно використовувати їх в комунікації, маркує свою приналежність до цієї соціальної групи.

Спонтанність творчості Інтернет-користувачів спричиняє виникнення великої кількості схожих за тематикою, використаними елементами мемів, зміст яких постійно доповнюється і поглиблюється, поступово втрачаючи зв'язок з первинним джерелом. Таким чином, Інтернет-мем починає існувати як цілісна структура, яку члени певної соціальної групи можуть правильно декодувати незалежно від контексту. Саме тому Інтернет-комунікація з використанням різноманітних медіаелементів є альтернативним методом взаємодії між людьми, та створює новий вимір соціальної реалізації, гіперреальність.

Згідно з твердженням французького філософа Ж. Бодріяра, у віртуальному світі, люди спілкуються за допомогою образів, симулякрів, що стирають відмінності між справжнім і уявним, таким чином симулюючи процес реальної комунікації. Навіть за умов надзвичайно правдивої імітації спілкування, реальність, у якій відбувається взаємодія, стає суб'єктивною, і, відмовившись від спроб її зрозуміти багато людей знаходять розраду в інших імітаціях, стаючи об'єктом впливу, маніпуляцій [22, с. 22].

Симулякр (від лат. «*Simulacrum, Idola, Phantasma*») – це знак, символ, який не має реального означуваного предмета, але копіює форму вихідного зразка. Жан Бодріяр виокремлює три види симулякрів залежно від способу їх прояву:

- 1) натуралістичні симулякри, що базуються на образі, імітації і копії, спрямовані на реституцію або ідеальне відтворення природи за Божим образом [22];
- 2) продуктивні симулякри, засновані на енергії, силі, її матеріальному втіленні в усій системі виробництва, – «прометеївське» прагнення до глобалізації і безперервної експансії [22];
- 3) симулякри симуляції, джерелом яких є інформація, «гіперреальність, націлена на тотальний контроль» [22].

Послугуючись трактуванням типів симулякрів за Ж. Бодріаром, вважаємо, що медіадискурс – це симулякр третього типу, що апелює до творчо створеної художньої реальності (Інтернет-комунікація, соціальні мережі, Інтернет-меми), яка відображає уявлення людини про її навколишній світ (дійсність як симулякр) на основі певних загальноприйнятих моделей та існує у свідомості реципієнта як цілісний художній образ. Гіперреальність Інтернет-дискурсу не є детермінованою та слугує «наріжним каменем» творчості, способів самовираження членів Інтернет-спільнот за допомогою мемів, що не мають безпосереднього зв'язку з денотатом. Тому, Інтернет-меми не є звичайним стереотипним відображенням реальності, вони стають результатом

сприйняття дійсності, її суб'єктивної, часто суперечливої інтерпретації в свідомості індивіда. Цей процес налічує декілька етапів.

2.2. Етапи формування мема як симулякра реальності

Згідно з твердженнями Р. Докінза [9], Д. Рашкоффа [16], кожен мем має два структурних елементи: 1) оболонку, що є зовнішньою формою передачі інформації: відео, фото, зображення тощо; 2) семантичне ядро, за допомогою якого здійснюється поширення ідей, вплив на громадську думку, її зміна. Семантичне ядро містить внутрішнє значення медіаелемента, що є комплексом символів та фактів.

Меми зазвичай не лише виражають думку соціуму, а й часто стають поштовхом до різноманітних соціальних процесів у політичній сфері: стимулюють громадян взяти участь у виборах, бути більш активними у підтримці певної політичної сили, або, навпаки, призводять до супротиву щодо існуючої партії чи конкретної особи. Попри свою гумористичну природу, сатиричні риси мема часто стають засобом інформаційної політики. На нашу думку, це відбувається у чотири етапи, у процесі яких мем, як і симулякр, починає лише імітувати реальні соціальні події:

- 1) «якісне» зображення/копія, що передає фундаментальну реальність;
- 2) спотворення реальності, недостовірна копія, що складається зі знаків і символів, які можуть натякати на існування певної невизначеної реальності, але не відображають її;
- 3) маскуванню відсутності фундаментальної реальності. Знаки і символи претендують на репрезентацію реальних фактів, проте є копією без оригіналу;
- 4) «чистий симулякр» – це режим тотальної еквівалентності, де образ більше не апелює до реальності, тому що людський досвід є настільки штучним, що навіть претензія на реальність повинна виражатися в гіперреальних умовах.

Для дослідження цих чотирьох етапів доцільно проаналізувати політичні Інтернет-меми, у яких часто фігурує Дональд Трамп, американський державний діяч, політик, чинний президент Сполучених штатів Америки.

З 2017 року в Інтернеті великої популярності набули меми з використанням незрозумілого буквосполучення «covfefe». Приводом до їх створення став твіт Дональда Трампа «*Despite the constant negative press covfefe*», що містив очевидну друкарську помилку у слові «*coverage*» і був видалений з профілю президента через декілька годин.

Першою стадією перетворення твіта в мем стало «вірусне» поширення в Інтернеті знімків екрана («скріншотів»), на яких був представлений сам напис, що слугував першоджерелом політичного меміа. На цьому етапі члени Інтернет-спільнот чітко передавали конкретний факт фундаментальної реальності, не спотворюючи його (рис. 1).

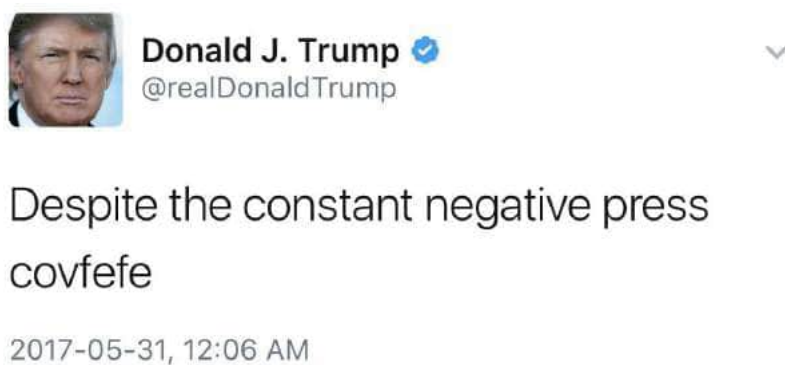


Рис. 1

Друга стадія охоплювала поширення мемів, які все ще використовували твіт президента як референт, проте символи або частини зображення не були достовірними, а лише натякали на існування первинної інформації. Цей етап охоплює одиниці медіадискурсу, які все ще існують у контексті твіта, але передають факти у спотвореному вигляді.

Один з таких мемів додає переклад слова «*covfefe*», що нібито німецькою означає «*Heil Hitler*» (рис. 2). Інший користувач намагається пояснити значення слова російською, а еквівалентною до «*covfefe*» є фраза «*I resign*» (рис. 3).



Рис. 2



Рис. 3

Ще одним прикладом мемів на цьому етапі є намагання декодувати шифр, яким виступає буквосполучення «*covfefe*», за допомогою періодичної системи хімічних елементів Дмитра Менделєєва (рис. 4). Символи «*Co*», «*V*», «*Fe*», «*Fe*» послідовно співвідносять з хімічними елементами: Кобальт (*Co*), Ванадій (*V*) та Ферум (*Fe*). Так формується код «27232626» (відповідно до порядкових номерів у таблиці), що співпадає з унікальним ідентифікаційним номером (*PMID*, *PubMed Identifier*), присвоєним публікації «*A Single Transcriptome of a Green Toad...*» про «зелену жабу» («*a Green Toad*»). Цей мем, попри існування у контексті твіта президента, є алюзією на іншу серію мемів з жабеням Пепе, що асоціювалася з кампанією Дональда Трампа, білим націоналізмом протягом президентських перегонів у США 2016 року (рис. 5).

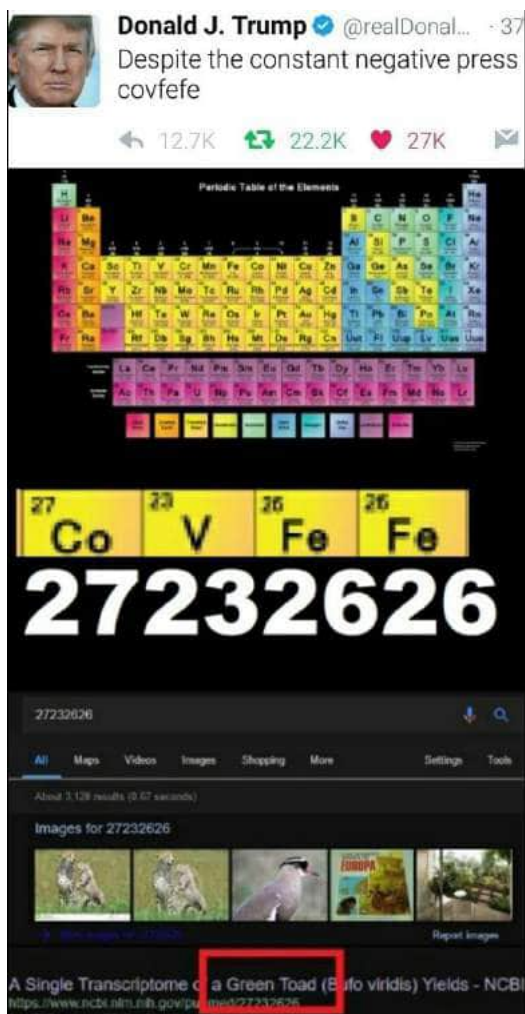


Рис. 4



Рис. 5

На третій стадії розвитку починається поступова втрата контексту, у якому виник мем, зв'язок із першоджерелом практично відсутній. Змінюється зовнішня оболонка медіаелемента – більше не використовується твіт президента як референт, а семантичні зміни певних символів призводять до виникнення вторинних значень одиниць мема.

Третій етап охоплює мему, на яких все ще зображений Дональд Трамп, але буквосполучення «covfefe» вжите у значенні «необачностей», хибних кроків чинного президента США та інших політиків. Деякі користувачі почали використовувати графічну схожість «covfefe» та слова «coffee» (рис. 6), а інші базували власні мему на подібності «covfefe» та німецького слова «Kampf». Так виникло зображення книги Дональда Трампа під назвою «Mein Covfefe» (рис. 7), що є алюзією на працю Адольфа Гітлера «Mein Kampf», яка стала ідеологічною основою німецького націонал-соціалізму.

bae: come over
 me: i can't im presidenting
 bae: i made covfefe
 me:



Рис. 6

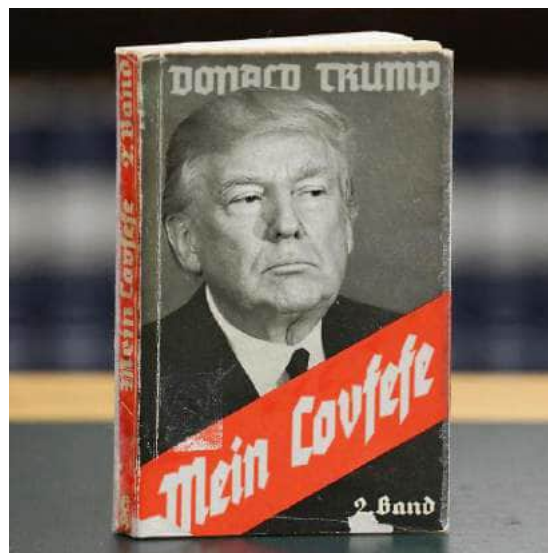


Рис. 7

Остання, четверта стадія утворення мема-симулякра реальності означає повну втрату зв'язку з першоджерелом інформації. Знаки та символи більше не наслідують реальні факти – вони функціонують на рівні з ними (режим тотальної еквівалентності). «Covfefe» стає симулякром із власним комплексом значень та їх інтерпретацій. Меми з використанням цього буквосполучення більше не містять зображень з президентом Трампом чи його твіту (рис. 8, 9, 10).



Рис. 9



Рис.10

Рис. 8

На нашу думку, медіаелементи з використанням буквосполучення «covfefe» є прикладом креолізованих мемів, що складаються з вербального та візуального структурних рівнів. Твіт Д. Трампа став основою для створення частково «крилатої» фрази, що згодом стала впізнаваною та функціонувала з нульовим ступенем креолізації у мемах, які пройшли усі чотири стадії перетворення на елемент гіперреальності. Ми вважаємо, що такі меми стають чистими симулякрами, є прикладами плюралізму людських думок та суб'єктивною інтерпретацією подій в суспільстві.

Четвертий етап процесу повного перетворення на одиницю гіперреальності проходять не всі медіаелементи, адже не завжди фрази-кліше, знаки, символічні зображення можуть повністю стерти зв'язок із контекстом, у якому виникли. Яскравим прикладом є меми, що були створені як реакція на коментар Дональда Трампа щодо свідчень посла США в Європейському союзі Гордона Сондленда в рамках процедури імпічменту президента 20 листопада 2019 року.

Меми на цю тематику пройшли лише три етапи у своєму розвитку:

- 1) «якісна копія» – швидке поширення фотографій з Трампом та текстом його доповіді (рис. 11);
- 2) поступове додавання неіснуючих символів і частин зображення задля створення «неіснуючої копії реальності» (рис. 12 та 13);
- 3) зміна зовнішньої оболонки медіаелемента та набуття вторинних значень (рис. 14).

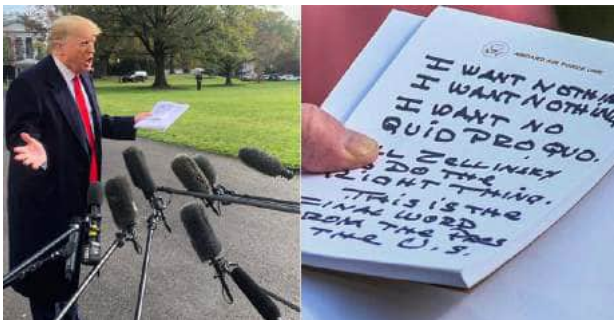


Рис. 11



Рис. 12

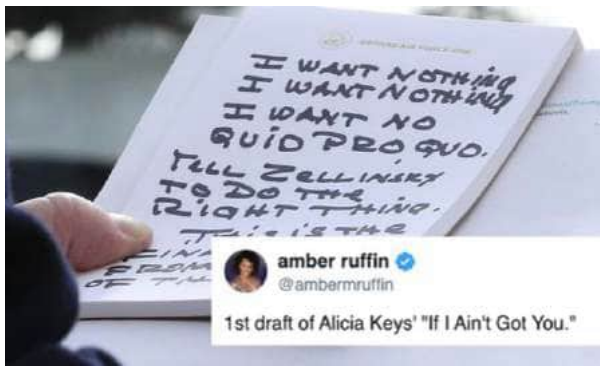


Рис. 13



Рис. 14

На нашу думку, метою четвертої стадії перетворення цих мемів на «чистий симулякр» стане деконтекстуалізація задля усунення стандартного сприйняття суб'єкта мемів, фраз «*I want nothing*» та «*Quid pro quo*», що спричинене видимою присутністю зображення Дональда Трампа як референта, з яким співвідноситься передана інформація. Цей етап є довготривалим.

Джерело походження інформації, що перетворюється на елемент гіперреальності, має прямий вплив на реалізацію мемів у мовно-культурному середовищі. Поширення в Інтернеті досить часто зазнають меми на політичну тематику (про Дональда Трампа, наприклад), тому що вони висвітлюють події, які передусім турбують суспільство. Це здебільшого вербально-візуальні меми, адже вербальний та візуальний аспекти дозволяють комплексно передати враження про особу чи подію в соціальному просторі та мають вагомий вплив на адресата.

2.3. Інтернет-мем як елемент ідеології

У контексті медіадискурсу мем є ідеологічною одиницею, що, як і вірус, схильна до мутації та самопродукування у процесі передачі від одного користувача до іншого. Метою поширення певної ідеології у суспільстві за допомогою мемів є не лише зміни, але й збереження певних суспільних цінностей, правил, що дозволяють людям гармонійно співіснувати в межах конкретної соціальної групи. Відповідно до твердження словенського психоаналітика, культуролога та соціолога С. Жижека у книзі «*The*

Sublime Object of Ideology» («Піднесений об'єкт ідеології»): «Ідеологія – це не подібна до мрії ілюзія, яку ми будуємо, щоб уникнути неприйнятної реальності; це конструкт фантазії, що служить опорою для самої «реальності»» [33].

Оскільки мему є результатом інтерпретації подій, що відбуваються в соціумі, компонентами гіперреальності, яку підсвідомо створює людина, саме ці медіаелементи є важливим засобом розповсюдження ідеології в межах певної соціальної групи. Це дає нам підстави стверджувати, що мему виконують роль ідеологом у політичному дискурсі, значення яких не є обмеженим, а змінюється відповідно до політичної прагматики. Цілеспрямоване створення і використання мемів-ідеологом є ефективним засобом впливу на свідомість суспільства, тому що мем є лаконічним, у ньому переважають візуальні аспекти, він легко запам'ятовується і створює ілюзію розуміння, хоча семантичне та емоційне забарвлення цих медіаелементів по-різному декодується адресатами.

На нашу думку, суперечності у трактуванні основних засад функціонування мемів-ідеологом полягає в тому, що, з одного боку, вони є міцними одиницями цифрової культури, одним із основних завдань яких є передача інформації. Однак, з іншого боку, ця функція також обмежує те, як люди бачать, сприймають, думають про події та проблеми реального світу. Однією з головних причин цього є структура соціальних мереж, у яких найчастіше поширюють ідеологеми такого типу. Інтернет платформи, на зразок *Facebook, Instagram, Twitter*, існують на основі стратегій штучного привернення уваги аудиторії. Тому, ми вважаємо, що саме візуальний аспект мемів-ідеологом стає ключовим у процесі їхнього створення, передачі та трансформації в Інтернеті.

Після підписання Д. Трампом 25 січня 2017 року наказу про «Покращення безпеки кордону та забезпечення імміграції» («*Border Security and Immigration Enforcement Improvements*»), який був спрямований на виконання однієї з ключових рекламних кампаній Трампа, підвищення безпеки кордонів, шляхом федерального фінансування будівництва стіни уздовж

кордону з Мексикою, в Інтернеті були поширені мему щодо цієї події (рис. 15, 16, 17).



And Mexico IS paying for this one 😊



Рис. 15

Рис. 16



Рис. 17

На нашу думку, дані Інтернет-меми у контексті політичного дискурсу мають ознаки соціально-політичної модальності, хоча ці медіаелементи не були створені певною політичною силою, а спершу виникли на анонімних вебфорумах. Незважаючи на те, що меми про стіну з Мексикою частково висміюють підписаний Д. Трампом наказ, ці медіаелементи відкрито не підтримують представників Демократичної партії США, загальна більшість яких виступає проти таких нововведень. Проте контент цих мемів чітко зорієнтований на протест, який сповідували як демократи так і деякі республіканці у 2017 році. Ми вважаємо, що власне поширення цих мемів в Інтернеті і охоплення великої аудиторії відіграло важливу роль в інформуванні суспільства про зміст підписаного наказу. Це і стало причиною подальшої редуплікації схожих мемів в Інтернет-просторі.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Творчість Інтернет-користувачів є спонтанною та непередбачуваною, що сприяє виникненню нових мемів, зміст яких постійно доповнюється, поступово втрачаючи зв'язок з первинним джерелом. Саме тому Інтернет-комунікація з використанням різноманітних медіаелементів є лише альтернативним методом взаємодії між людьми, та створює основу для існування нового виміру соціальної реалізації, гіперреальності.

Відповідно до теорії симулякрів французького філософа Ж. Бодріяра, у віртуальному світі, люди спілкуються за допомогою образів, що стирають відмінності між справжнім і уявним. Тому, на нашу думку, гіперреальність Інтернет-дискурсу, у якій відбувається взаємодія за допомогою мемів, стає суб'єктивною, не є детермінованою та слугує «наріжним каменем» творчості, способів самовираження членів Інтернет-спільнот за допомогою мемів, що не мають безпосереднього зв'язку з денотатом.

Ми вважаємо, що медіадискурс – це симулякр третього типу, що апелює до творчо створеної художньої реальності, яка відображає уявлення людини про її навколишній світ та існує у свідомості реципієнта як цілісний художній образ. Гіперреальність Інтернет-дискурсу базується на імітації реальної взаємодії між людьми за допомогою мемів, що не лише виражають думку соціуму, а й часто стають засобом інформаційної політики.

У результаті аналізу мемів, приводом до створення яких став у 2017 році твіт Дональда Трампа «*Despite the constant negative press covfefe*», ми визначили, що меми, як і симулякри, проходять чотири етапи, у процесі яких вони втрачають зв'язок з первинним джерелом інформації та починають лише імітувати реальні соціальні події. Проте, симулякрами стають не всі медіаелементи, адже не завжди фрази-кліше, знаки, символічні зображення можуть повністю стерти зв'язок із контекстом, у якому виникли.

У контексті політичного дискурсу мем є ідеологічною одиницею, що схильна до мутації та самопродукування у процесі передачі від одного користувача до іншого. Тому, ми вважаємо, що меми виконують роль ідеологем

в політичному дискурсі, а цілеспрямоване створення і використання мемів-ідеологем є ефективним засобом впливу на свідомість суспільства. Цьому сприяють як власне особливості мемів, так і алгоритм дії соціальних мереж, у яких найчастіше поширюють ідеологеми такого типу.

ВИСНОВКИ

У двадцять першому столітті завдяки безперервному виникненню нових тенденцій у соціокультурному та політично-економічному просторі, відбувається також зміна спектру лінгвістичних досліджень. У контексті аналізу різноманітних мовних та позамовних процесів важливим є дослідження медіадискурсу, як сфери розвитку соціальної думки, що уособлює складну структуровану систему мовленнєвої та технічної взаємодії.

Унаслідок взаємодії різних типів дискурсу, великий відсоток передачі інформації припадає на Інтернет-сферу, адже Інтернет-дискурс є синтезом ідей віртуальності, гіпертексту, мультимедіа та нелінійного мислення. Інформація, що поширюється в Інтернеті, є часто спонтанною, суб'єктивною та може бути реалізована за допомогою різних полікодових систем.

На нашу думку, дослідження особливостей медіадискурсу та Інтернет-дискурсу є доцільним у контексті когнітивної соціолінгвістики, що займається вивченням основ мовної категоризації та дозволяє зрозуміти як певне когнітивне чи соціальне явище може стати засобом політичної маніпуляції чи соціальної дискримінації.

Одним із нових засобів поширення даних та забезпечення успішної комунікації є меми, що функціонують в Інтернет-просторі як метамова, часто складаються з алюзій, та передають основну інформацію лише імпліцитно. Члени певної соціальної групи підсвідомо ретранслюють меми, ділячись новинами, жартами, емоціями. Аналіз Інтернет-мемів на основі теоретичних засад когнітивної соціолінгвістики дозволив пояснити мотиви та етапи створення мемів у соціальному контексті, дослідити роль, яку меми відіграють у процесі поширення певної ідеології.

Послуговуючись трактуванням типів симулякрів Ж. Бодріяра, ми вважаємо, що медіадискурс – це симулякр третього типу, що відображає уявлення людини про її навколишній світ на основі певних загальноприйнятих моделей та функціонує у свідомості реципієнта як цілісний художній образ. Тому, на нашу думку, Інтернет-меми не є звичайним стереотипним

відображенням реальності, а стають результатом суб'єктивного сприйняття дійсності, її часто суперечливої інтерпретації. Це дає нам підстави стверджувати, що в політичному дискурсі Інтернет-меми виконують роль ідеологем, значення змінюється відповідно до політичної прагматики. На нашу думку, це відбувається у чотири етапи, у процесі яких мем, як і симулякр, починає лише імітувати реальні соціальні події, не передаючи фундаментальну реальність правдиво.

Практичний аналіз мемів про президента США Дональда Трампа підтвердив, процес перетворення цих медіаелементів на симулякри, засоби імітації реальності, ідеологічного впливу є довготривалим. Попри те, що меми схильні до мутації та саморедуплікації, під час передачі від одного індивіда до іншого меми не завжди повністю втрачають зв'язок з референтом, хоча і набувають нових, вторинних значень.

Цілеспрямоване створення і використання мемів-ідеологем є ефективним засобом впливу на суспільство, тому що мем є лаконічним, він легко запам'ятовується, створює ілюзію розуміння, та по-різному декодується, адже містить як вербальні, так і візуальні елементи.

Перспектива подальших досліджень полягає у порівняльному аналізі мемів про різних політичних діячів, міжнародні події та процеси, виокремленні нових характеристик мемів на різних етапах їх розвитку, а також у дослідженні інших аспектів цих медіаелементів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ахренова Н.А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление : автореф. дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2009. 36 с.
2. Бек Д. Спиральная динамика. Управляя ценностями, лидерством и изменениями в XXI веке. Москва : Открытый Мир, 2010. 424 с.
3. Варламова Е.В. Особенности германского ліворадикального Интернет-дискурса: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.04. Москва, 2006. 26 с.
4. Галичкина Е.Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русских языках (на материале жанра компьютерных конференций): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Астрахань, 2001. 212 с.
5. Дацкевич І. Феномен массовой культуры. URL: <http://polutona.ru/books/datskevich-fenomen-p1.pdf> (дата звернення: 01.03.2020).
6. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Прогресс, 1989. 312 с.
7. Дзюбіна О.І. Класифікація, структура та функціонування інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/90.pdf> (дата звернення: 28.02.2020).
8. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. Москва : Едиториал, 2005. 202 с.
9. Докинс Р. Эгоистичный ген. Москва : Мир, 2000. 65 с.
10. Желтухина М.Р. Современный медиадискурс и медиакультура воздействия. Верхневолжский филологический вестник. 2016. № 4. С. 154-159.
11. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
12. Лукашенко Н.Г. Іспаномовний Інтернет-дискурс: комунікативно-прагматичний та лінгвостилістичний аспекти (на матеріалі форумів з

проблематики родинних стосунків): автореф. дис. ... канд. філолог. наук : 10.02.05. Київ, 2006. 22 с.

13. Поліщук О.П., Свінціцька О.І. Інфосфера України: особливості мас-медійного дискурсу у контексті естетичної інформації. *Історія. Філософія. Релігієзнавство*. 2008. № 2. С. 56-59.

14. Потапенко С.І. Сучасний англomовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія. Ніжин : НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. 391 с.

15. Распопина Е.Ю. Стратегический аспект информационного жанра интернет-дискурса: автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Иркутск, 2012. 21 с.

16. Рашкофф Д. Медиавирус! Как попкультура воздействует на сознание. / пер. с англ. Д. Борисова. Москва : Ультра.Культура, 2003. 368 с.

17. Рижков М.С. Прецедентные персонажи синхронного интернет-дискурса. *Язык, коммуникация и социальная среда*. Воронеж : ВГУ, 2010. С. 56-63.

18. Романов О.В. Онтологические и гносеологические проблемы философии Интернета (Генезис и синтез фундаментальных идей). URL: <http://www.dslib.net/ontologia/ontologicheskie-i-gnoseologicheskie-problemy-filosofii-interneta.html> (дата звернення: 01.03.2020).

19. Томас Б. Руководство по мемам : путеводитель пользователя по вирусам сознания (Версия 1.1). URL: <http://asocial.narod.ru/material/memes.html> (дата звернення: 05.03.2020).

20. Фролов Б. Меметика: к вопросу о культурных генах. *Огарев- online*. 2013. №7. URL: <http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2013/11/Frolov.pdf> (дата звернення: 02.03.2020).

21. Шевлякова Ю.О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англomовних он-лайн журналів для підлітків). Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Серія «Філологічна». 2013. Вип. 38. С. 239-242.

22. Baudrillard J. Simulations. Los Angeles – California: Semiotext(e), 1983. pp. 1-30.

23. Blakemore D. Relevance and linguistic meaning: The Semantics and pragmatics of discourse markers. Cambridge : Cambridge University Press, 2002. 200 p.
24. Brodie R. Virus of the mind: The new science of the meme. Seattle : Integral Press, 1996. 251 p.
25. Crystal D. Language and the internet. Cambridge : Cambridge University Press, 2017. 272 p.
26. Dennett D. Darwin's Dangerous Idea: evolution and the meanings of life. New York : Simon & Schuster, 1995. 588 p.
27. Durham W.H. Coevolution: Genes, culture and human diversity. Stanford : Stanford University Press, 1991. 656 p.
28. Ember C.R., Ember M. Anthropology. Englewood Cliffs : Prentice-Hall, 1988. 531 p.
29. Gee J.P. An introduction to discourse analysis: Theory and method. London : Routledge, 1999. 176 p.
30. Graves C.W. Levels of human existence. Santa Barbara : ECLET Publishing, 2002. 165 p.
31. Lumsden C.J., Wilson E.O. Genes, mind and culture. Cambridge : Harvard University Press, 1981. 428 p.
32. Lynch A. Thought contagion: How belief spreads through society. New York : Basic Books, 1996. 192 p.
33. Žižek S. The sublime object of ideology. London : Verso, 2019. 272 p.
34. Internet meme database: website, 2007-2020. URL: <https://knowyourmeme.com/> (дата звернення: 20.02.2020).