

УДК 101.1: 316

DOI: 10.18384/2310-7227-2023-1-123-132

МЕМ-КУЛЬТУРА И ЕЁ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Рябова М. Э.*Московский городской педагогический университет**129226, г. Москва, 2-й Сельскохозяйственный пр-д., д. 4, Российская Федерация*

Аннотация

Цель. Выявить специфику динамики современного общества, детерминированного масштабом возможностей мем-культуры как уникального маркера неоднозначных вызовов XXI в.

Процедура и методы. Рассмотрена социальная реальность в условиях коммуникативных преобразований, возникших на фоне цифровой эпохи. Методологией исследования выступает социально-философский анализ социокультурных противоречий, источником которых оказываются новые культурные программы, перестраивающие ценностные ориентации личности и через неё потенциал развития общества.

Результаты. Актуализируется значимость мем-культуры, влияющей на идентификацию личности. Установлена двойственность мем-культуры. Позитивная тенденция усматривается в воспроизводстве разнообразия, стимулирующего саморазвитие человека, а негативная – в усилении различий, накопление которых ведёт к критическим точкам бифуркаций. Сделаны выводы о доминировании индивидуального и единичного в обществе вопреки традиционной точке зрения о массовом сегменте культуры.

Теоретическая и/или практическая значимость. Обобщён анализ связей различных аспектов мем-культуры как движущей силы развития общества. Интерпретированы перспективы общественного развития в процессе освоения новых смыслов, являющихся мощным фактором активности индивида.

Ключевые слова: двойственность мем-культуры, когнитивные изменения, личность, общество

MEME CULTURE AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF MODERN SOCIETY

M. Ryabova*Moscow City University**pr. Vtoroj Sel'skohozyajstvennyj 4, Moscow 129226, Russian Federation*

Abstract

Aim. To discover the specifics of the dynamics of modern societies determined by the scope of meme culture opportunities as a unique marker of the ambiguous challenges of the XXI century.

Methodology. The social reality was reviewed in terms of communicational transformations that occurred with the coming of the digital age. As the methodological basis of this research, sociophilosophical analysis of sociocultural contradictions was employed, which was based on new cultural programs that rearrange value-oriented personality orientations through which the potential of societal development is influenced.

Results. The importance of meme culture that as an influential factor in personality identification was actualised. The duality of meme culture was determined. A positive tendency in the creation of diversity that promotes personal development in individuals and a negative tendency in the reinforcement of dissimilarities, the accumulation of which leads to critical points in bifurcations can be observed.

Conclusions were made regarding the domination of the individual and the unique, contrary to the traditional opinions in the mass segment of culture.

Research implications. The analysis of connections between different aspects of meme culture as a moving force in societal development was generalized. The perspectives of societal development in the process of mastering new meanings, acting as a powerful factor in an individual's activity, were interpreted.

Keywords: duality of meme culture, cognitive changes, personality, society

Введение

Современное общество стоит перед лицом множества вызовов, один из которых связан с коммуникативными преобразованиями, обусловленными цифровыми технологиями. Закономерные изменения социальных практик вызывают к жизни новые артефакты, указывающие на инструментарий гибридной культуры, а именно смысловую организацию коммуникативного поля мирового социума. Социальная активность в смешанном формате онлайн и оффлайн является качественно новым с точки зрения информационного обмена пространством, предоставляющим беспрецедентную возможность реализовывать интеллектуальные, творческие и коммуникативные потребности. Многоаспектность потенциала электронной коммуникации подразумевает множество междисциплинарных научных областей. Например, в результате интернет-общения сформировался так называемый кластер пересекающихся исследовательских интересов, фокусирующих внимание социальной философии, психолингвистики, культурологии и т. п., на визуальной составляющей и специфических компонентов электронной коммуникации – мемов. Отталкиваясь от первоисточника, мем понимается как некое речевое поведение, мысль, носитель различных смыслов, вписанных в культурный контекст реальности.

Феноменальная популярность, мультимодальная нагруженность актуализируют рефлексию мема с точки зрения социальной философии, по меньшей мере, по двум обстоятельствам. Во-первых, сложившееся множество противоречивых нарративов, связанных с понятием мема, углубляет антропосоциетальный кризис человека, а

во-вторых, возрастающий субъектный характер когнитивной активности человека постоянно стимулируют обсуждения значения факторов, развивающих разнообразие, для формирования личности и общества.

Сущность мема и формы его существования

Для понимания смысла понятия «мем» необходимо учитывать его ступени развития, в возрастающей степени актуализирующиеся в коммуникативной деятельности человека от простого понятия социокода к полноценной культуре нового типа. В научном дискурсе наблюдается разнообразие понимания сущности мема и его форм, причин возникновения и проникновения во все социальные связи общественного развития. Термин «мем» связывают, прежде всего, с именем Р. Докинза, который редуцировал понятие греческого происхождения (μίμημα – ‘подражатель’) «мимема» до «мема» и выдвинул гипотезу, что мем представляет собой одну из «единиц культурной информации», способной по аналогии с геном, к спонтанной репликации, самовоспроизводству, «переходя из одного мозга в другой» [2, с. 158]. Такое понимание мема отсылает нас к учёным античности, которые отмечали, что у всего мысленно воспринимаемого имеются прообразы, идеи, представляющие собой копию некоего оригинала. Например, Платон называл их «метексис» (methexis). «Всё возникающее по замыслу должно возникать в соответствии с чем-либо: до него должен существовать образец» [7, с. 635]. Отсюда следует, что любые вещи или предметы являются реализацией неких образов.

Имманентное присутствие прообразов, идей лежит в проекции опыта человека и обретает осмысленное и воспроизведённое проявление. С методологической точки зрения такой подход упрощает понимание человечества, допуская интерпретацию человека в качестве сложной биохимической системы.

Редукционистскую линию Р. Докинза продолжил Д. Рашкофф, сформулировав концепцию мемов, двигающихся в информационно-формационной сфере и воздействующих на человека как скрытый идеологический код, своего рода «медиавирус», вызывающий социальные перемены [8, с. 10]. Примечательно, что Д. Рашкофф подчёркивает, что «данный термин не является метафорой. ... Медиа-события и есть вирусы» [8, с. 7].

В последующем понятие «мем» стало трактоваться в качестве единицы культурной информации, существующей на данный момент, которая потенциально может быть воспроизведена в последующих поколениях. Эта идея быстро распространилась среди учёных (С. Блэкмор, Д. Деннет, Д. Спербер и др.), стимулировав научные дискуссии и выход в свет ряда монографий, посвящённых меметике [14; 15; 18]. Несмотря на критику меметики и причисление её к псевдонауке (Т. Тайлор, Л. Бенитес-Брибьеска и др.), ключевое понятие «мем» не просто стремительно распространяется в научном дискурсе, но и закрепляется в нём в качестве центрального понятия. Не вдаваясь в подробности научной дискуссии, хотелось бы обратить внимание на тот факт, что Т. Тайлор называет мем научной абстракцией при проведении аналогии мема и гена [19]. Л. Бенитес-Брибьеска считает необоснованным перенесение генетических свойств на сферу мемов [13, р. 31].

Однако если рассматривать мем сквозь призму семиотической перспективы, ориентированной на изучение реальности в знаковом аспекте, достаточно очевиден факт, что благодаря мемам, существующим в закодированном виде, воспроизводятся социокультурные модели поведения,

что, в принципе, схоже с механизмом воспроизводства живой природы, т. е. оппозиция «живая природа (ген) – искусственная природа (культура, мем)» оказывается включённой в эволюционные процессы общества. Как каждый новый организм в природе копирует генетический рисунок, так и каждое новое поколение воспроизводит культурный образец (мем). Можно предположить, что параллель между геном и мемом вполне прослеживается.

На наш взгляд, ошибочность позиции противников меметики заключается в категоричности её причисления к псевдонауке. Всё же понятия «мем», «меметика» требуют осторожности в применении терминов, т. к. становление категориального аппарата любой научной области требует комплексного подхода и серьёзной содержательной и методологической рефлексии. На данный момент следует зафиксировать постановку проблемы меметики и осмысление её сущностных спецификаций.

Бесконечная череда эмергенции мема приращивала его новые проявления и характеристики. Так, генезис дефиниции «мем» привёл к её рассмотрению в контексте развития коммуникативного пространства глобализирующегося общества. Т. Олсен определяет мем сквозь призму теории коммуникации, а не информации, что существенно отличается от предыдущих трактовок¹. Рассмотрение мема, вписанного в открытое коммуникативное пространство, приводит к его модификации в дискурсе электронной среды, превращая в интернет-мем со всеми специфическими характеристиками.

В современных реалиях коммуникация осуществляется с использованием цифровых средств и технологий в разных областях, контекстах и культурах, порождая новые типы взаимодействия между людьми на основе принципиально иных технологий, перемещая почти полностью мем-коммуникацию в среду интернета. При таком типе общения на первый план

¹ Olesen M. Meme // International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy: in 4 vol. Vol. 2. Chichester: Wiley-Blackwell, 2016. pp. 1202.

выдвигается знак и его визуализация. Фактически, это новый поликодовый феномен, реплицирующийся всевозможными в виртуальной реальности средствами, сочетающими вербальный и иконический коды. Внешние и внутренние свойства мема трансформируются в гибридные из статических в динамические образования. Ю. В. Щурина обращает внимание на возможность типологизирования интернет-мемов и выделяет три основных критерия: способ выражения, источник возникновения и структура мема [12, с. 87]. Акцентируя в качестве основания предложенной типологии способ выражения мема как наиболее функциональный, автор выделяет текстовый мем, мем-изображение, медиамем, гиф и креолизованный мем [12, с. 87].

Выделенные черты интернет-мема приводят к его восприятию как особого способа означивания бытия человека, своеобразной формы массовой коммуникации. Речь идет не о простой констатации факта, а об его узнавании и разворачивании, распаковывании смысла. Ю. В. Щурина отмечает: «Мем обладает культурной коннотацией, предоставляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена. Эффективность коммуникации в этом случае прямо зависит от умения осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема» [11, с. 163]. Приведённая цитата иллюстрирует расширение содержательного поля мема, фиксируя наличие прецедентных маркёров и коннотаций культурного плана. Под прецедентными здесь понимаются такие феномены, которые обладают сверхличным характером, т. е. хорошо известны широкому окружению как конкретной личности, так и массовой общественности. Их основное свойство – узнаваемость.

Чтобы схватить культурную референциальность мема, необходимо быть сосредоточенным не на самом факте его восприятия, а на его объективации, на дальнейшей репрезентации. Ориентация субъекта на активную деятельность воплощает в себе приобщение к всеобщему. Такая способность человека быть сопричастным к

всеобщему и различать в нём особенное образует превращённые формы действительности в формы движения мышления. Представляется возможным говорить о разного типа коммуникативных стратегиях включения мема в практику воспринимающего сознания. С одной стороны, это обращения к прецедентности мема, прошедшего апробацию культурой и временем, а с другой, – к актуализации смыслов для конкретного субъекта, социума в определённый период времени и т. п. Обе стратегии апеллируют к диалоговому взаимодействию, однако первая направлена на осознание разнообразных связей и отношений интеркультурного плана, а вторая же выступает средством самоидентификации в виртуальной медиареальности. Налицо двойственная природа мема: это и маркёр «своего» культурного бытия, и потенциал расширения смысла и контаминации «чужих» культурных миров.

Возникновение новых знаков, вкупе с их влиянием на сознание человека, обусловлено качественным преобразованием массовых коммуникаций, информационное поле которых представлено поликодовыми единицами сложной природы.

Смешение онлайн- и оффлайн-дискурса приводит к перемешиванию «своих» смыслов и «чужих», активизируя проблему интертекстуальности мема, породившую специфическую мем-культуру.

Интертекстуальность мем-культуры

В повседневности современного человека мемы давно обрели статус обыденности. Обосновавшись в Интернет-пространстве, мемы образовали уникальную виртуальную мем-культуру. Выступая одновременно и сигналом запросов медиа-аудитории, и чутким индикатором её реакции, мемы стали занимать возрастающее значение в коммуникативном дискурсе общества.

Специфическое сочетание лаконичности, анонимности и скорости распространения порождает огромные сложности в его изучении. Однако здесь не ставится цель раскрыть все нюансы формулировок

дефиниции мема, а указать на такой важнейший факт, как считывание и стойкое закрепление в массовом сознании передаваемого смысла.

Основными цифровыми каналами сегодня являются социальные сети, блоги, чаты, встроиться в контент которых мему не предоставляет труда. Конечно же, с помощью активной деятельности субъекта мультимедийных сообщений, который спонтанно или намеренно пересылает мем, эмоционально выражая собственную позицию к той или иной информации. Мемы есть уникальный способ кодирования идей, выражающий не просто эмоциональные реакции пользователей, но и транслирующий идеологическую направленность, коннотацию передаваемого смысла. Мемы представляют собой мировоззренческие позиции одних пользователей для других. Можно утверждать, что взаимодействие людей в сложном коммуникативном дискурсе виртуальности формирует не просто культурный слой, а исторически новое общественное сознание, в котором утверждаются разные вариации мемов, служащие базисом ценностных установок и ментальных предпочтений, из которых складывается картина мира социума. И вот тут усматривается ещё одна тревожная проблема идентификации личности в виртуальном пространстве. Речь идёт о новых формах межличностного и межкультурного взаимодействия, включая субъективную перцепцию этих изменений. Факт реагирования и понимания мема разделяет виртуальное пространство на тех, кто воспринимает и дешифрует коммуникативный посыл мема, так называемых «своих», и тех, кто не распознает его специфику или не поддерживает, т. е. «чужих». Подобная двуплановость мема преломляет доминанты всеобщего в конкретном локусе и инкорпорирует основу для массовой артикуляции субъектом медиасферы расщеплённости поведенческих реакций и предпочтений.

Как уже упоминалось выше, мем-культура несёт в себе признаки диалога и обладает полевой структурой, включающей

константное ядро (визуализацию и подразумеваемый смысл) и вариативную составляющую (ситуацию). Любой мем отражает социально значимое культурное знание современной ситуации и даже будучи разновидностью прецедентного феномена часто переплетается с гротеском, что позволяет выходить за рамки реальности, граничить с вымыслом и создавать тем самым парадоксальный ракурс прочтения. Специфика функционирования таких прецедентных феноменов в виртуальном дискурсе заключается в их беспрецедентной интертекстуальности и перманентной интерпретации. Примечательно, что мемы обладают интеркультурными характеристиками (например, изображениями известных лиц, узнаваемой символики и т. п.), инициирующими деконтекстуализацию первичного смысла на новой культурной платформе. Для мемов как культурных образцов или архетипов, требуется «культурная компетенция» (В. Патцельт) в репрезентируемой культуре, поскольку полнота считывания смысла мема зависит не от интенции автора, а от способности коммуниканта дешифровать заложенный посыл [6]. Другими словами, прецедентный феномен приобретает признаки транскulturности, что позволяет утверждать существование инвариантной части в структуре сознания познающего субъекта. Сказанное перекликается с понятием полифонии, введённым в научный оборот М. М. Бахтиным, трактуемым им в свете «чужого слова» [1, с. 297] как идея одновременности сосуществования в едином пространстве разновременных событий, образов, голосов.

Приведём пример креолизованных мемов (рис. 1). Ушедший из России ресторан быстрого питания был преобразован в импортозамещающую компанию «Вкусно – и точка», что породило юмор в интернете, причём не только в русскоязычном. Новое название было замечено даже в Португалии, где тонко подметили, что логотип «Вкусно – и точка» очень похож на фирменный знак местной компании по производству кормов для животных «Matosmix» (рис. 2).

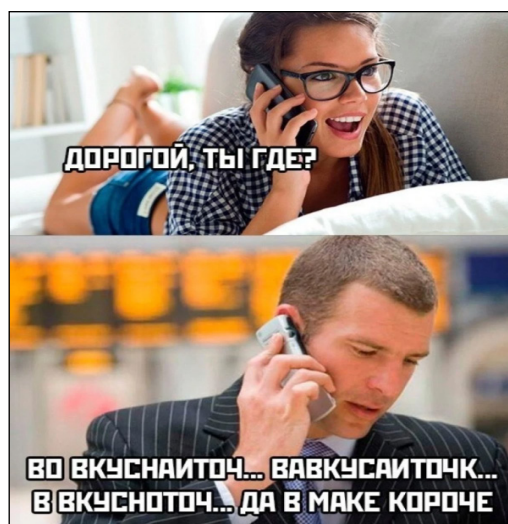


Рис. 1 / Fig. 1. Мем «Переименование McDonald's» / Meme “Renaming McDonald's”

Источник: Главные мемы 2022 года // РБК Life: [сайт]. URL: <https://www.rbc.ru/life/news/6398673c9a7947f56a05c223> (дата обращения 25.12.2022).



Рис. 2 / Fig. 2. Макдональдс в России / McDonald's in Russia

Источник: Пользователи отметили сходство логотипов сети «Вкусно – и точка» и компании Matosmix // Ixbt.com: [сайт]. URL: <https://www.ixbt.com/news/2022/06/13/mcdonald-s-matosmix.html> (дата обращения 25.12.2022).

На рисунке 2 представлен двусоставный компаративный мем, первое изображение которого задаёт сюжет – на нём изображён логотип, состоящий из двух палочек картошки фри и бургера, композиционно расположенных так, что вполне угадывается буква «М», напоминающая прежний логотип Макдональдса. Второе же изображение основано на сопоставлении фирменных знаков разных компаний.

Перефразируя мысль А. Ф. Лосева о том, что «всякий знак может иметь бесконечное количество значений, то есть быть символом» [3, с. 64], можно утверждать, что мемы потенциально приближаются к символам. Мем на рисунке 2 не утверждает напрямую, а вызывает определённые ассоциации, намекает в доступной форме на некоторые обстоятельства, призывая домыслить сходство логотипов. Способность мема содержать образность позволяет ему передать символический смысл невербальными средствами, порождая множественность трактовок. В частности, рисунок 2 можно интерпретировать двояко: с одной стороны, он изображает сходство фирменных знаков разных компаний, намекая на плагиат, а с другой стороны, мем изображает курицу, что можно трактовать, что фастфуд преобразованной компании сопоставим только с кормом для животных. В таком случае шуточный намёк приобретает саркастический оттенок. Условная связь означаемого и означающего имеет символическое значение и несёт в себе насмешку при сопоставлении с очевидной истиной.

Итак, за каждым мемом стоит знаковая система, позволяющая усмотреть интертекстуальность. Интертекстуальность представляет собой сеть возможных ассоциаций, экзистенциальная природа которых обусловлена интеллектом языковой личности при распаковывании смысла мема. В мем ей соответствует всё повторенное и воспроизведённое и одновременно каждый мем является чем-то индивидуальным и единичным, т. к. детерминирован контекстом и ситуацией. Идеи, заложенные в мемы, претерпевают изменения, переходя от одного сознания к другому и приобретая новые коннотации. Масштаб восприятия интертекстуальных компонентов мема соотносится с понятием плотности. Мемы с эксплицитной опорой на культурные знаки обладают интертекстуальной плотностью, а мемы, не содержащие культурных единиц, обладают разреженной интертекстуальностью. Эволюция интертекстуальности мема предопределена вне

зависимости от воли его первоначального создателя, априори включена в процесс воспроизводства с той или иной степенью активности. Объективация смыслового потенциала мема позволяет предположить существование валентностной ценности мема. Ценностный аспект служит неким триггером, запускающим механизм дальнейшего распространения мема и воздействующего эффекта.

Ценностные ориентации мем-культуры

Способность мема стремительно распространяться связывается с его «вирусностью», которая зависит от большого числа факторов. Учитывая реплицирующиеся характеристики мема, можно предположить, что синергетический эффект порождения, передачи, воспроизведения и реинтерпретации мема кроется в его ценностных основаниях. Ценности человека являются отправной точкой всех решений, катализатором и ингибитором действий. «Мем служит ярким индикатором надындивидуальных, так и индивидуальных мировоззренческих ценностей, регулирующих деятельность индивида» [4, с. 217]. Любой мем содержит первоначальную ценность, поскольку уже указывает на какой-либо отличительный признак. Здесь усматривается сходство с идеями Ф. Ницше о наложении новых значений на старые объекты, новых функций на старые формы и новых значений на старые знаки, причина отбора которых находится в отношениях к агентам, осуществляющим их отбор. По Ф. Ницше, «наши ценности вложены в вещи интерпретаций» [5, с. 89]. Можно сказать, что жизнь мема основывается на разграничении и членении окружающего мира субъектом действий, погруженного в определённую культуру с её аксиологическими смыслами, явными и неявными конвенциями, которые формируют и преобразуют его активность. Однако человек вовлечён и в поток изменений, скорость которых постоянно возрастает.

Существующие ценности сами когда-то подверглись трансформациям и пла-

стичны благодаря свойству сознания. Вполне очевидно, что деятельность субъекта не только детерминирована социокультурным контекстом, но и сама меняет этот контекст. М. Хайдегер выделяет: «Ценность – это отнюдь не нечто такое, что сначала существовало бы в себе и лишь затем могло бы при случае рассматриваться как точка зрения. Ценность – ценность, пока она признается и значима. А признается и значима она до тех пор, пока полагается как то, в чём все дело. Таким образом, она полагается усмотрением и смотрением на то, с чем приходится, с чем должно считаться» [10, с. 153].

В современных реалиях интенсивная экспансия мемов становится латентным фактором воздействия на сознание человека [17]. Имеет смысл утверждать наличие когнитивных изменений субъекта возрастающей визуализации современного мира в контексте его повседневного существования в сетевом пространстве. Ценностная атрибутика порождает контекстуализирующее пространство, в котором формируются коллективизирующие процессы. Именно в этом пространстве содержится функциональное ядро коллективного субъекта, основанного на взаимодействии в пользовании мемом. Следует помнить, что мем – это своего рода способ бытия, поведение, особое действие, которое становится явным, когда становится очевидным для других.

Мем-культура – это не просто данность, а развивающееся пространство, которое строится и перестраивается в соответствии с открытием новых познавательных практик. Низкий порог вхождения в мем-культуру не предполагает особых требований (возрастных, гендерных, религиозных и т. д.), поэтому рассматривается бизнес-сообществом, как приносящий колоссальные доходы ресурс.

В силу неисчерпаемых возможностей комбинаций поликодовости мемов производимая культура позволяет увидеть специфику коммуникации крупных и небольших сообществ, проявляющуюся в интенсивности их повторений или призывов,

что позволяет судить об интеллектуальных запросах, ключевых ценностях, вокруг которых разворачивается символическая борьба в массовом сознании. Например, в социальных сетях мем позволяет человеку быстро сориентироваться и дать ощущение своей принадлежности к той или иной группе и вступить в коммуникацию. В литературе уже отмечалось, что «введение "Другого" в поле зрения "Я" означает его переход в иную реальность, в реальность личностного "Я"» [9, с. 304]. Можно утверждать, что основной импликацией мема является оценочная рефлексия, провоцирующая декодирование смысла мема с добавлением собственного комментария.

Обладая универсальными характеристиками, мем-культура содержит и национальные отличия, включая тематическое отличие в разных странах [16]. Эти отличия связаны с предпочтениями, отражающими ценностные ориентиры того или иного лингво-культурного сообщества. Мем-культура репрезентирует проблематику современных процессов, указывает вектор их спецификации, расширяя функциональный потенциал мемов: от индивидуального самовыражения до инструмента воздействия на коллективного субъекта. Носитель мем-культуры всегда участвует в неоднозначном процессе, это и потребление, и создание мемов, что позволяет считать субъекта мем-культуры и индивидуализированным, и коллективным автором. Эта двойственность мема моделирует экзистенциальные характеристики современной реальности в глазах адресатов, акцентируя внимание на амбивалентность переходов между индивидуальным и коллективным. В этом смысле мем содержит значимую диалектическую идею, состоящую в утверждении, что изменения одних объектов приводят к изменениям других. Экспликация комплекса смыслов мема находит внешнее проявление в стремлении превратить константы индивидуального сознания в константы коллективного, связанных между собой виртуальной коммуникацией. Всякий раз, постигая смысл мема, человек проявляет

свою индивидуальность, конструктивно изменяя мем и, передавая его дальше, создаёт посыл для реакции на мем, позитивно или негативно маркируя его. Массовость мнения, представленного в меме, апеллирует к общепринятым ценностям. Такая двойственность мем-культуры оказывает позитивное и негативное влияние на мышление человека. Позитивная тенденция усматривается в воспроизводстве разнообразия, стимулирующего саморазвитие человека, а негативная – в усилении различий, накопление которых ведёт к критическим точкам бифуркаций. В обществе происходит стихийное ускорение темпа перемен, вследствие чего репрезентация базовых ценностей приводит к восприятию их в качестве нестабильных и эфемерных. Мир предстаёт хаосом, в котором ценностные ориентиры принимают условный характер, что ведёт человека к потере реальной основы во внешнем мире. Смысловая пластичность мемов приводит к тому, что они становятся неотъемлемой чертой коммуникации любого сообщества, сигнализирующего о своей сущности.

Заключение

Мем-культура, этот постоянно обновляющийся продукт цифровой коммуникации, пронизанный логикой интерпретации, по своей сущности реализует ценности общества. Распространение этических доминант поведения в медиапространстве, предполагающих интеграцию разнообразных коммуникативных приёмов и технологий, связанных с самовыражением, индивидуальной автономией, а также одновременным вовлечением масс в пространство специфического складывается в особую мем-культуру. Такой подход можно интерпретировать как новое направление общественного развития, основная цель которого состоит в умножении компетентности пребывания человека в мире людей, утверждении в обыденном сознании диалектики обособленности от континуума (целого) и перманентной соотнесённости с ним. Ценностные констан-

ты мем-культуры неизбежно соотносятся с общезначимыми моральными импульсами, выраженными мемами, как точкой отсчёта постижения смысла предмета.

Сказанное подводит к выводу о специфике трансформации коммуникативного пространства, в котором доминирует индивидуальное и единичное, вопреки тра-

диционной точке зрения о массовой культуре. Семантика мемов реконструируется в будущее, оказывает влияние на последующие события и становится движущей силой развития общества.

Статья поступила в редакцию 16.01.2023.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. М.: Искусство, 1986. 445 с.
2. Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. Н. Фомина. М.: Мир, 1993. 318 с.
3. Лосев А. Ф. Знак. Символ. Миф. М.: Московский университет, 1982. 480 с.
4. Марченко Т. В. Интернет-мем как феномен медиакommunikации: типологические характеристики и потенциал прецедентности // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: сборник научных трудов. Орёл: Орловский государственный институт культуры, 2019. С. 209–220.
5. Ницше Ф. Полное собрание сочинений: в 13 т. Т. 12 / пер. В. М. Бакусев. М.: Культурная революция, 2005. 560 с.
6. Патцельт В. Гены, мемы и знаки / пер. В. С. Авдониной // Метод. 2018. № 8. С. 185–211.
7. Платон. Собрание сочинений: в 4 т. Т. 4 / общ. ред. А. Ф. Лосева. М.: Мысль, 1994. 830 с.
8. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура воздействует на ваше сознание / пер. Д. Борисов. М.: У-Фактория, 2003. 368 с.
9. Рябова М. Э. «Я» и «Другой» в философии М. М. Бахтина и современной реальности // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. 2020. Т. 20. № 3 (51). С. 302–311.
10. Хайдеггер М. Слова Ницше «Бог мёртв» / пер. А. В. Михайлова // Вопросы философии. 1990. № 7. С. 143–176.
11. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномены интернет-коммуникации // Филология. 2012. Вып. 3. С. 160–172.
12. Щурина Ю. В. Интернет-мемы: проблема типологии // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. № 6 (59). С. 85–89.
13. Benítez Bribiesca L. Memetics: A Dangerous Idea // Interciencia. 2001. № 26 (1). P. 29–31.
14. Blackmore S. The Meme Machine. Oxford: Oxford University Press, 1999. 288 p.
15. Dennett D. C. Darwin's Dangerous Idea. Evolution and the Meanings of Life. New York: Simon & Schuster, 1995. 586 p.
16. Nissenbaum A., Shifman L. Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study // Journal of ComputerMediated Communication. 2018. Vol. 23. № 5. P. 294–310.
17. OeldorfHirsch A., Schmierbach M., Appelman A., Boyle M. The Ineffectiveness of FactChecking Labels on News Memes and Articles // Mass Communication and Society. 2020. Vol. 23. № 5. P. 682–704.
18. Sperber D., Willson D. Relevance: Communication and Cognition. Oxford: Blackwell, 1986. 250 p.
19. Tyler T. Memetics: Memes and the Science of Cultural Evolution. Scotts Valley: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011. 328 p.

REFERENCES

1. Bahtin M. M. *Estetika slovesnogo tvorchestva* [Aesthetics of Verbal Creativity]. Moscow, Iskusstvo Publ., 1986. 445 p.
2. Dawkins R. The Selfish Gene (Rus. ed.: Fomina N., transl. Egoistichnyj gen. Moscow, Mir Publ., 1993. 318 p.).
3. Losev A. F. *Znak. Simvol. Mif* [Sign. Symbol. Myth]. Moscow, Moscow University Publ., 1982. 480 p.
4. Marchenko T. V. [Internet Meme as a Phenomenon of Media Communication: Typological Characteristics and Precedence Potential]. In: *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i medijnom diskurse* [Genres and Types of Text in Scientific and Media Discourse]. Oryol, Oryol State University of Culture, 2019, pp. 209–220.
5. Nietzsche F. Collected Works (Rus. ed.: Bakushev V. M., transl. *Polnoe sobranie sochinenij*. T. 12. Moscow, Kul'turnaya revolyuciya Publ., 2005. 560 p.).

6. Patcelt V. Genes, Memes, and Signs (Rus. ed.: Avdonin V. S., transl. *Geny, memy i znaki*. In: *Metod* [Method], 2018, no. 8, pp. 185–211).
7. Plato. Collected Works (Rus. ed.: Losev A. F., ed. *Sobranie sochinenii. T. 4*. Moscow, Mysl' Publ., 1994. 830 p.).
8. Rashkoff D. Media Virus! Hidden Agendas in Popular Culture (Rus. ed.: Borisov D., transl. *Mediavirus. Kak pop-kul'tura vozdeystvuet na vashe soznanie*. Moscow, U-Faktoriya Publ., 2003. 368 p.).
9. Ryabova M. E. ["I" and "Other" in the Philosophy of M. M. Bakhtin and Modern Reality]. In: *Gumanitarij: aktual'nye problemy gumanitarnoj nauki i obrazovaniya* [Humanist: Actual Problems of the Humanities and Education], 2020, vol. 20, no. 3 (51), pp. 302–311.
10. Heidegger M. The Word of Nietzsche: God is Dead (Rus. ed.: Mihailov A. V., transl. *Slova Nicshe "Bog myortv"*. In: *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy], 1990, no. 7, pp. 143–176).
11. Shchurina Yu. V. [Internet Memes as Phenomena of Internet Communication]. In: *Filologiya* [Philology], 2012, no. 3, pp. 160–172.
12. Shchurina Yu. V. [Internet Memes: The Problem of Typology]. In: *Vestnik Cherepoveckogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Cherepovets State University], 2014, no. 6 (59), pp. 85–89.
13. Benítez Bribeles L. Memetics: A Dangerous Idea. In: *Interciencia*, 2001, no. 26 (1), pp. 29–31.
14. Blackmore S. The Meme Machine. Oxford, Oxford University Press, 1999. 288 p.
15. Dennett D. C. Darwin's Dangerous Idea. Evolution and the Meanings of Life. New York, Simon & Schuster Publ., 1995. 586 p.
16. Nissenbaum A., Shifman L. Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. In: *Journal of ComputerMediated Communication*, 2018, vol. 23, no. 5, pp. 294–310.
17. OeldorfHirsch A., Schmierbach M., Appelman A., Boyle M. The Ineffectiveness of Fact Checking Labels on News Memes and Articles. In: *Mass Communication and Society*, 2020, vol. 23, no. 5, pp. 682–704.
18. Sperber D., Willson D. Relevance: Communication and Cognition. Oxford: Blackwell, 1986. 250 p.
19. Tyler T. Memetics: Memes and the Science of Cultural Evolution. Scotts Valley, CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011. 328 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Рябова Марина Эдуардовна – доктор философских наук, профессор кафедры германистики и лингводидактики Московского городского педагогического университета;
e-mail: ryabovame@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Marina E. Ryabova – Dr. Sci. (Philosophy), Prof., Prof., Department of German Studies and Linguistic Didactics, Moscow City University;
e-mail: ryabovame@mail.ru

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ

Рябова М. Э. Мем-культура и её воздействие на развитие современного общества // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Философские науки. 2023. № 1. С. 123–132.
DOI: 10.18384/2310-7227-2023-1-123-132

FOR CITATION

Ryabova M. E. Meme Culture and Its Impact on the Development of Modern Society. In: *Bulletin of the Moscow Region State University. Series: Philosophy*, 2023, no. 1, pp. 123–132.
DOI: 10.18384/2310-7227-2023-1-123-132