

РАЗДЕЛ IV. СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

PART IV. SOCIOLOGY OF CULTURE

Культурно-антропологические исследования. 2024. № 4

Culture and anthropology research journal. 2024. № 4

Научная статья

УДК 008 + 81'372

Роль городских интернет-мемов в жизни горожан (на примере города Омска)

Миронова Анна Владимировна¹, Чапля Татьяна Витальевна¹

¹Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия

Аннотация. Авторы делают попытку анализа мемов как единиц значимой для культуры информации. Мем материализует в визуальном коде элементы мировоззрения, систему ценностей, уровень притязаний, структуры убеждений, способ мышления и образ жизни. В статье речь идет о значении городских интернет-мемов на примере мемов, содержащих реалии городской жизни Омска. Рассмотрено их происхождение, изучается вопрос возможности использования мемов в качестве представления и брендинга города. Представлены мемы в соотнесении с картой города для создания специального туристического маршрута. Авторы выявляют несколько уровней городских мемов: выживания, власти, закона, амбиций, взаимоотношений, гибкости, глобальности, развития. Выявлена корреляция: уровню взаимоотношений соответствует основная идея благополучия и консенсуса людей; уровню развития соответствует идея глобального развития цивилизации.

Ключевые слова: мем; город; юмор; информация; культура

Для цитирования. **Миронова А. Д., Чапля Т. В.** Роль городских интернет-мемов в жизни горожан (на примере города Омска) // Культурно-антропологические исследования. – 2024. – № 4. – С. 63–69.

Scientific article

The Role of Urban Internet Memes in the Life of Citizens (on the Example of the City of Omsk)

Anna V. Mironova¹, Tatyana V. Chaplya¹

¹Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia

Abstract. The authors make an attempt to analyse memes as units of culturally significant information. Memes materialize in a visual code elements of worldview, value system, level of claims, belief structures, way of thinking and way of life. The article deals with the meaning of urban Internet memes on the example of memes containing

the realities of urban life in Omsk. Their origin is considered, the question of the possibility of using memes as a representation and branding of the city is studied. Memes are presented in correlation with the map of the city to create a special tourist route. The authors identify several levels of city memes: survival, power, law, ambition, relationships, flexibility, globalization, development. The correlation is revealed: the level of relationships corresponds to the main idea of people's well-being and consensus; the level of development corresponds to the idea of global development of civilization.

Keywords: meme; city; humour; information; culture

For citation: Mironova A. V., Chaplya T. V. The role of urban Internet memes in the life of citizens (on the example of the city of Omsk). *Culture and anthropology research journal*, 2024, no. 4, pp. 63–69.

Каждый пользователь интернета точно видел и пересылал смешные картинки, которые воссоздают нашу реальную жизнь в виртуальном пространстве. Эти картинки в 2000-х годах получили название «мем».

Однако какую роль в жизни людей играют интернет-мемы? Почему они стали такими популярными? Могут ли мемы отражать проблемы жителей отдельно взятых городов? Что мотивирует людей создавать их?

Целью данной статьи является попытка рассмотреть причины возникновения городских интернет-мемов и их пользу для жителей на примере «Карты омских мемов».

Социокультурный подход, в рамках которого применяется «методология и аналитический аппарат культурной антропологии, социологии и философии культуры... ставящие своей целью обнаружение и анализ закономерностей социокультурных изменений», будет целесообразно использовать в написании статьи [1].

Слово «мем» пришло из греческого языка (от греческого слова *μοιμήματα* – схожесть, подобие). В античном искусстве этот термин относится к одному из принципов эстетики «мимесису», что означает – подражание искусства действительности.

Лимор Шифман определяет интернет-мемы как элементы популярной культуры, которые распространяются, имитируются и трансформируются отдельными пользователями интернета, создавая в процессе общий культурный опыт [6].

Интернет-коммуникация как характерное явление современного общества, построенного на информационных технологиях, стала плодотворной площадкой для появления и продвижения новых уникальных языковых явлений, одним из которых является интернет-мем [2, с. 81–82].

Часто мемы относят к особому сатирическому приему «постиронии», которая является двойным переворотом высказывания. Мемы получили массовое распространение благодаря минималистичной форме и при этом глубокому содержанию. Постирония – это ирония, как бы вывернутая наизнанку, обратная ирония. Постирония приходит после всех видов иронии и вбирает в себя черты многих из них [4, с. 172–182].

подавляющая часть интернет-мемов сочетает в себе поверхностную насмешку и глубинный смысл.

Пользователи высмеивают трагические события, смерти, не стесняются шутить на личные и интимные темы, и этот юмор снижал популярность среди молодежи, традиционно стремящейся разрушить все стереотипы и этические устои «старого» общества. В формате мемов резко возросла популярность «постироничного» контента, в котором размываются границы между серьезностью и иронией. Появившись как насмешка над пользователями, критикующими глупые, по их мнению, мемы, они превратились в одну из устойчивых форм мема [4, с. 172–182].

Таким образом, этот феномен стал новым языком, отображающимся на цифровом носителе и содержащим высокую концентрацию смысла, способным заменить много слов.

Мемы могут содержать в себе как сцены из любимого фильма, так и отображать сложную жизненную ситуацию. Рассмотрим их на примере «Карты омских мемов» (рис. 1).



Рис. 1. Карта омских мемов

На ней отображаются десять стереотипов, каждый из которых символизирует городской объект. Все эти мемы объединяют недовольство определенными ситуациями, происходящими в городе. С помощью их создания жители могут

выражать свою фрустрацию и негативные эмоции, а также мемы способны формировать единое культурное пространство и чувство общности.

Таким образом, просмотр мемов и их создание помогают людям справляться с трудностями, которые могут возникать из-за проблем в городской среде. Юмор в данном случае может быть ресурсом совладающего поведения и механизмом защиты с тенденцией к самоподдержке перед лицом стрессовой ситуации [3, с. 172–182]. В исследовании Американской психологической ассоциации изучили, как просмотр мемов помогает справиться со стрессом. В статье 2021 года ученые прослеживали связь между просмотром шуток о вызывающей страх нарастающей пандемии COVID-19 и способностью преодолевать его с помощью мемов [5].

Положительное влияние объясняется высокой концентрацией смысла, быстро усваиваемого мозгом.

Целью создания этой карты было привлечение туристов и отражение чувства юмора жителей Омска. «В общем, до туризма в общепринятом смысле нашему региону еще расти и расти. Совсем другое дело предлагать людям оценить Омск как явление» [7].

В предисловии для некоторых людей одно только название города стало ассоциироваться со всем, что противоречит здравому смыслу. Однако это еще раз доказывает, что жители могут с помощью мемов справляться со стрессом и повышать популярность своего города.

В данной статье будет рассмотрено четыре известных мема «Не пытайтесь покинуть Омск». Он появился вследствие сразу нескольких событий, связанных с попытками уехать за границы города.

Существует как минимум четыре известных происшествия, которые стали катализатором появления этого мема. Например, весной 2014 года была замечена бездомная собака, переплывающая реку Иртыш на льдине идвигающаяся за пределы города. Животное пытались спасти, однако собака тут же вернулась обратно на другую льдину. Летом собаку обнаружили рыбаки на острове за Николаевкой. Осенью того же года она нашла временный дом и получила кличку Умко (рис. 2).

В этом же году, в апреле, шар-памятник «Держава» на площади Бухгольца во время урагана укатился со своего постамент (рис. 3).

В связи с этими событиями уже в 2014 году омичи стали шутить о шаре и собаке, которые предприняли попытки покинуть город, однако все прошло безуспешно.

Чуть позже сразу две жительницы Омска не смогли улететь на отдых за границу из-за ошибочных данных приставов, согласно которым они числились должниками. Обе женщины смогли получить компенсацию за пропавшие путевки.

Общество • 10 апреля 2014, 11:45, последнее обновление 10 апреля 2014, 12:43

СОБАКА ПЫТАЛАСЬ ПОКИНУТЬ ОМСК НА ЛЬДИНЕ

Автор:  Арсений Крыжанов

Вчера в сети появились видеокадры с собакой, которая попала на отколовшуюся льдину и держала путь по Иртышу за пределы города.



Рис. 2

В 2016 году случился инцидент с телеведущим Леонидом Якубовичем, который после визита в Омск, пропал из информационного поля на несколько недель. Все это привело к тому, что в начале 2017 года Роспатент зарегистрировал товарный знак «Не пытайтесь покинуть Омск». Права на него приобрела Омская региональная телерадиовещательная компания. Бывший директор телеканала Александр Малькевич намеревался использовать эту фразу для продвижения проектов и обещал избавить ее от негативной коннотации. Видимо, он или бросил эту затею, поскольку ушел с поста руководителя телеканала, или не справился. Наиболее удачливым в применении шутки оказался омский хоккейный клуб «Авангард» [8]. Символом этого мема на карте стал аэропорт. Со времен создания карты ситуация изменилась и, если ранее жители жаловались еще и на отсутствие лоукостеров (авиаперевозчиков, которые предлагают дешевые перелеты за счет отказа от большинства традиционных пассажирских услуг, например, еды и провоза багажа), сейчас эта проблема относительно решена.

Нужно отметить, что Омск далеко не единственный город, который прославился таким путем. Среди них Челябинск, Саратов, Сыктывкар и т. д. Более того, практически у каждого крупного города есть страница в социальной сети, посвященная мемам (Мемосибирск, «Омские мемы на каждый день» и т. д.).



Рис. 3

Осознание, что в своей жизни, ее трудностях и разочарованиях человек не одинок и имеет возможность через юмор разделить ее с другими пользователями, может оказывать положительное влияние на моральное состояние жителей города.

Мемы могут помочь ориентироваться в быстро меняющейся реальности благодаря нестандартной трактовке событий. Создание юмористических картинок и видео – это возможность проявить творческий потенциал для каждого пользователя интернета.

Кроме того, благодаря созданию, просмотру и обсуждению мемов люди могут отразить ситуацию, что также может способствовать понижению психологического напряжения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. **Ионин Л. Г.** Социология культуры: учеб. пособие. – М.: Логос, 1996. – 280 с.
2. **Калугин В. А.** Интернет-мемы в интернет-коммуникации молодежи // Вестник магистратуры. – 2022. – № 6-2 (129). – С. 82–83.
3. **Хазова С. А.** Юмор как ресурс совладающего поведения // Сибирский педагогический журнал. – 2012. – № 3. – С. 177–182.
4. **Хрущева Н. А.** Постирония как музыковедческий термин // Вестник Академии русского балета им. А. Я. Вагановой. – 2020. – № 2 (67). – С. 172–182.
5. **Jessica Gall Myrick, Robin L. Nabi, Nicholas J. Eng.** Consuming Memes During the COVID Pandemic: Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy [Электронный

- ресурс]. – URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/ppm-ppm0000371.pdf> (дата обращения: 21.08.2024).
6. **Shifman L.** Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker // *Journal of Computer-Mediated Communication*. – 2013. – № 18 (3). – P. 362–377.
 7. Карта Омских Мемов. Версия 2+0+1+7. Спецпроект [Электронный ресурс]. – URL: <https://bk55.ru/news/article/92456/> (дата обращения: 21.08.2024).
 8. Всё было совсем не так: откуда пошел мем «Не пытайтесь покинуть Омск»? [Электронный ресурс]. – URL: <https://ngs55.ru/text/entertainment/2023/05/09/72279485/> (дата обращения: 21.08.2024).

REFERENCES

1. Ionin L. G. *Sociology of Culture: textbook*. Moscow: Logos, 1996. 280 p. (In Russian)
2. Kalugin V. A. Internet memes in the Internet communication of young people. *Bulletin of Master's degree*, 2022, no. 6-2 (129), pp. 82–83. (In Russian)
3. Khazova S. A. Humour as a resource of coping behaviour. *Siberian Pedagogical Journal*, 2012, no. 3, pp. 177–182. (In Russian)
4. Khrushcheva N. A. Postirony as a musicological term. *Bulletin of the Academy of Russian Ballet named after A. Y. Vaganova*, 2020, no. 2 (67), pp. 172–182. (In Russian)
5. Jessica Gall Myrick, Robin L. Nabi, Nicholas J. Eng. Consuming Memes During the COVID Pandemic: Effects of Memes and Meme Type on COVID-Related Stress and Coping Efficacy [Electronic resource]. URL: <https://www.apa.org/pubs/journals/releases/ppm-ppm0000371.pdf> (accessed 21.08.2024). (In English)
6. Shifman L. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2013, no. 18 (3), pp. 362–377. (In English)
7. Map of Omsk Memes. Version 2+0+1+7. Special project. [Electronic resource]. URL: <https://bk55.ru/news/article/92456/> (accessed: 21.08.2024). (In Russian)
8. Everything was not like that: where did the meme 'Don't try to leave Omsk' come from? [Electronic resource]. URL: <https://ngs55.ru/text/entertainment/2023/05/09/72279485/> (accessed 21.08.2024). (In Russian)

Информация об авторах

А. В. Миронова, магистрант, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, annim1ronova@yandex.ru

Т. В. Чапля, доктор культурологии, профессор, Новосибирский государственный педагогический университет, Новосибирск, Россия, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>

Information about authors

Anna V. Mironova, master student, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, annim1ronova@yandex.ru

Tatyana V. Chaplya, Doctor of Culturology, Professor, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk, Russia, chap_70@mail.ru, ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9712-7478>

Статья поступила в редакцию 16.08.2024
Одобрена после рецензирования 27.09.2024
Принята к публикации 18.10.2024

The article was submitted 16.08.2024
Approved after reviewing 27.09.2024
Accepted for publication 18.10.2024